
Sales Manager Bootcamp

社内セールスマネージャー養成集中研修

株式会社アドバンスシフト

この集中研修の意図している成果

- 売上目標の適切な設定と管理ができるようになり、売上の安定的な向上が期待されます。KPIを明確にし、それに基づいた行動計画の実行により、目標達成率が向上します。
- 顧客単価を向上させるための施策（付加価値提案、CRM活用）により、会員1人あたりの売上が増加し、全体の売上拡大につながります。
- 新規顧客のターゲティングと効果的な営業トーク、クロージングのスキルを習得することで、入会者数が増加します。
- セールスの流れを理解し、効果的なアプローチと提案ができるようになるため、成約率が向上します。
- 会員満足度向上施策やリテンション戦略の導入により、退会者数が減少し、リテンション率が向上します。
- 継続的な個別フォローアップを実施することで、顧客満足度が高まり、退会防止につながります。
- 売上目標やリテンション施策を管理・実行するためのマネジメントスキルが向上し、各マネージャーがチームをリードする能力が強化されます。
- 目標達成に向けたアクションプランを立案し、チームの協力を得ながら実行できるリーダーシップが養われます。
- 売上目標達成に向けた効果的なプランニングと日々の実行が定着し、チーム全体の生産性が向上します。

研修の目的・背景 フィットネスクラブやパーソナルジム業界における セールスマネージャーの重要性

- フィットネスクラブやパーソナルジム業界では、サービスの質と共に営業力が事業成功の重要な要素となります。競合が多い中で、新規顧客の獲得だけでなく、既存顧客の満足度向上や継続率を高めることが売上を左右します。
- 営業活動は単なる商品の紹介ではなく、顧客との信頼関係を構築し、個々のニーズに合わせた提案を行うことが求められます。
- また、業界特有の高い離脱率を抑え、長期的な顧客維持を実現するためには、戦略的な営業活動が必要です。セールスマネージャーの能力は、スタッフ全体のパフォーマンスに影響を与え、ジム全体の収益向上に寄与します。
- このため、営業力の強化は企業にとって不可欠であり、効果的なセールスマネージャーの育成が事業成長に直結します。

研修の目的・背景 *セールスマネージャーの役割と求められるスキル*

- セールスマネージャーは、フィットネスクラブやパーソナルジムの売上を最大化するために、営業戦略を策定し、チームを効果的に指導する役割を担います。
- 彼らは単に営業成績を管理するだけでなく、チームのモチベーションを維持し、個々のメンバーが目標達成できるようサポートするリーダーでもあります。
- 求められるスキルとしては、まず顧客のニーズを的確に把握し、適切な提案を行う力が重要です。また、数字に基づいたデータ分析を活用し、改善点を見出し、戦略に反映させる能力も重要です。
- さらに、リーダーシップを発揮し、チーム全体を鼓舞するコミュニケーション力、そして営業プロセスを標準化し、効率を向上させるためのマネジメントスキルも必要とされます。これらのスキルが揃うことで、セールスマネージャーは業績向上に大きく貢献できます。

研修の目的・背景 *研修の導入目的*

- 研修の導入目的は、フィットネスクラブやパーソナルジムにおけるセールスマネージャーのスキルを向上させ、組織全体の営業力を強化することです。
- 特に、日常業務に追われ、個別の営業スキルやマネジメント能力の向上に割ける時間が限られているセールスマネージャーにとって、体系的な研修は大きな価値を持ちます。
- この研修を通じて、セールスマネージャーは最新の営業手法や、データに基づいた戦略立案のスキルを学び、現場で即座に実践できるノウハウを得ることが期待されます。
- また、営業チーム全体のパフォーマンスを向上させ、最終的には顧客満足度の向上と売上上の最大化を実現することが目的です。
- この研修プログラムは、長期的な成長戦略の一環として、継続的な成果を生むための基盤作りを目指します。

対象者

セールスマネージャー研修の対象者は、フィットネスクラブやパーソナルジムにおいて、営業活動や顧客管理を行うリーダー層やマネジメント層を中心に、スキルアップやキャリア向上を目指す人々です。

この研修は、現職のマネージャーだけでなく、将来のリーダー候補や、現場をサポートするセールスチームのリーダーにも大きな価値があります。研修を受けることで、組織全体がセールススキルを強化し、長期的な売上向上と顧客満足度の向上を実現することが期待されます。

対象者

1. 現職のセールスマネージャー

対象者: すでにセールスマネージャーとして活躍している人材。

目的: 既存のマネジメントスキルや営業戦略の強化、リーダーシップ能力を向上させる。

期待される成果:

- 売上目標の達成に向けた具体的な戦略の策定・管理スキル向上。
- 新規会員獲得や既存会員の維持において、効果的なセールス技術を実践的に強化。
- チームメンバーのモチベーション向上と、組織全体の営業力を高める。

対象者

2. セールスマネージャー候補者（リーダー候補）

対象者: 近い将来、セールスマネージャーに昇進予定のリーダー候補者や、現在の業務でセールスチームを牽引しているスタッフ。

目的: マネージャーとしての役割に必要な基礎的なマネジメントスキルと、営業戦略の知識を事前に習得する。

期待される成果:

- マネジメント業務に必要な数字管理や営業戦略の基礎を理解し、昇進後もスムーズに業務をこなす準備を整える。
- セールスのプロセス全体を把握し、結果に基づく戦略立案のスキルを磨く。

対象者

3. 店舗マネージャー・店長

対象者: セールスの他に店舗運営を統括する店舗マネージャーや支店長。

目的: 営業部門と現場運営をバランスよく管理するための、実践的なセールスマネジメントスキルを向上させる。

期待される成果:

- セールス部門と現場運営を一体化し、売上目標を達成するための効率的な管理方法を身に付ける。
- 客単価向上や会員のリテンションに焦点を当て、店舗の総合的な売上向上を図る。

対象者

4. セールsteamリーダー

対象者: セールスマネージャーの指示を受けてセールsteamをリードするリーダーポジションのスタッフ。

目的: セールスの前線で実務を行うsteamリーダーが、より高いレベルで売上目標達成をリードできるようにする。

期待される成果:

- チームメンバーを効果的に指導し、全体として高いパフォーマンスを発揮できるセールス技術を習得。
- マネージャーへの報告とチームのフィードバックの両方を管理し、効率的なチーム運営を支援。

対象者

5. セールススタッフ

対象者: セールスチームに所属するスタッフで、今後マネジメントに昇進したい意欲がある人材。

目的: 基本的なセールスマネジメントスキルを早期に習得し、キャリアパスとしてマネジメント職を目指す。

期待される成果:

- セールス技術の向上とともに、数字の管理や戦略策定など、マネージャーに必要なスキルを早期に習得。
- 将来のリーダーシップスキルの基礎を築き、キャリアアップを目指すための具体的な行動計画を描く。

対象者

6. 人材育成担当者・営業コンサルタント

対象者: 社内外で営業活動やマネジメントの研修を提供する人材育成担当者やコンサルタント。

目的: 最新のセールスマネジメント手法や、効果的な研修方法を学び、自身のスキル向上に役立てる。

期待される成果:

- 研修プログラムの構築や実践における新しいアプローチを学び、業界全体に展開できるスキルを獲得。
- 他のマネージャーやセールススタッフを効果的に指導し、組織全体の営業力を底上げするための施策を立案。

研修プログラム概要

- 期間: 3ヶ月 (2024年10月~12月)
- 定員: 7名 (定員になり次第募集終了)
- 構成:
 - 全6回の研修セッション
 - 全5回のサポートセッション
 - 全3回の個別サポート
- 開催方法: Zoom

この研修プログラムは、3ヶ月間でフィットネスクラブやパーソナルジムのセールスマネージャーに必要な知識やスキルを体系的に学び、現場ですぐに活用できるように設計されています。

研修プログラム概要

実践的なシステム

- この研修は単なる知識習得に留まらず、すぐに現場で成果につなげられる実践的なシステムです。各セッションで学んだことをロールプレイングや演習を通じて現実的に試し、課題を解決するサポート体制が整っているため、業務に即活用できる内容となっています。

1. 研修セッション（隔週）

- 各セッションでテーマに沿った知識を学び、実際に活用できる資料やツールの使い方を習得します。
- 理論だけでなく、実際の業務に即したロールプレイングを使い、現場での実践を重視します。
- 各回の講座後に課題が出され、次回のサポートセッションでその課題に取り組み、具体的な解決策を見つけます。

研修プログラム概要

セッションテーマ:

第1回: 売上目標の設定と管理（数字を達成する）

売上目標の設定方法やその進捗を追跡・管理するための具体的な手法を学びます。KPIや営業プロセスの管理についても解説します。

第2回: セールス（入会人数を増やす）

新規会員の獲得を効果的に行うためのセールス手法を学びます。顧客のニーズを理解し、魅力的な提案を行う技術を強化します。

第3回: リテンションの改善（退会人数を減らす）

既存会員の満足度向上や退会を防ぐための施策を学び、リテンション率を高めるための具体的なアプローチを探ります。

研修プログラム概要

第4回: 客単価の向上（入会時客単価、CRMの活用）

新規会員の契約時の客単価を向上させる方法と、CRMを活用した効果的な会員管理・売上向上施策について学びます。

第5回: 商品立案（顧客満足度）

会員の満足度を高めるための新しい商品やサービスをどのように立案し、提供するかを学びます。

第6回: ファイナルセッション

研修全体の総括として、これまで学んだ内容を振り返り、実務にどう活かすかを具体的にまとめます。発表やフィードバックセッションを行います。

研修プログラム概要

2. サポートセッション（隔週）

研修セッションで出された課題に取り組み、実際にどのように解決するかをサポートセッションで一緒に検討します。

実務上の問題に対して講師や他の参加者と意見交換を行い、具体的な解決策を見つけるためのサポートを受けます。

3. 個別サポート（全3回）

各受講者には、個別のサポートセッションが3回設けられており、参加者一人ひとりの課題や目標に合わせたアドバイスを提供します。

具体的な営業の戦略や、個別の業務改善案について深く掘り下げ、最適な対応策を模索します。

研修プログラム詳細

第1回: 売上目標の設定と管理（数字を達成する）

	テーマと内容	ゴールのイメージ
イントロダクション	研修の全体像と進め方の説明	
セクション1	売上目標の重要性と設定方法	売上目標の設定の重要性を理解し、具体的な目標を設定できるようにする。
セクション2	KPIの定義と追跡	自分のクラブに適したKPIを設定し、進捗を追跡できるようにする。
セクション3	進捗のモニタリングとデータ分析	データ分析を活用して、進捗をモニタリングし、必要な調整を行えるようにする。
セクション4	アクションプランの立案	目標達成のための具体的な行動計画を作成し、日々の業務に反映させる。

研修プログラム詳細

第2回：入会人数を増やす（セールス）

	テーマと内容	ゴールのイメージ
イントロダクション	課題のフィードバック	
セクション1	新規顧客のターゲティング	効果的なターゲット層を特定し、アプローチ方法を明確にする。
セクション2	セールスプロセスと顧客心理の理解	顧客心理に基づいた営業トークを活用し、セールスプロセスを理解する。
セクション3	効果的な営業トークと提案	効果的な営業トークを学び、成約率を上げるスキルを習得する。
セクション4	成約率の向上	提案からクロージングまでのプロセスを強化し、成約率を向上させる。

研修プログラム詳細

第3回：退会人数を減らす（既存会員の満足度向上とリテンション率の改善）

	テーマと内容	ゴールのイメージ
イントロダクション	課題のフィードバック	
セクション1	退会の理由分析	退会理由を分析し、改善点を特定できるようにする。
セクション2	満足度向上施策	会員の満足度を向上させる施策を学び、実践する。
セクション3	リテンション戦略の構築	リテンション戦略を立案し、会員の継続率を向上させる。
セクション4	個別フォローアップの実施	個別フォローアップを行い、退会を防止するスキルを習得する。

研修プログラム詳細

第4回：客単価を上げる（入会時客単価、CRMの活用）

	テーマと内容	ゴールのイメージ
イントロダクション	課題のフィードバック	
セクション1	入会時の付加価値提案	入会時に付加価値を提案し、客単価を上げる方法を習得する。
セクション2	CRMの基本と活用方法	CRMを効果的に活用して、会員サービスを向上させる。
セクション3	アップセルとクロスセルのテクニック	アップセルやクロスセルの技術を習得し、売上を向上させる。
セクション4	客単価向上の成功事例分析	成功事例を分析し、自分のクラブに応じた戦略を構築する。

研修プログラム詳細

第5回：商品立案（顧客満足度）

	テーマと内容	ゴールのイメージ
イントロダクション	課題のフィードバック	
セクション1	顧客ニーズの分析	顧客ニーズを分析し、それを基にした商品立案ができるようにする。
セクション2	新サービスの開発プロセス	新しい商品やサービスを開発するためのプロセスを習得する。
セクション3	フィードバックに基づく改善	フィードバックを基に、既存サービスの改善方法を学ぶ。
セクション4	新サービスのプレゼンテーション	新商品やサービスを効果的にプレゼンテーションできるようにする。

研修プログラム詳細

最終回：ファイナルセッション

	テーマと内容	ゴールのイメージ
イントロダクション	課題のフィードバック	
セクション1	各自の成果共有	受講者全員で成果を共有し、学びを深める。
セクション2	成果を継続するための戦略立案	継続的な成果を上げるための戦略や行動計画を立案する。
セクション3	振り返りとフィードバック	相互フィードバックを行い、改善点を見つける。
セクション4	次のステップの計画	今後の目標を設定し、具体的な行動計画を決定する。

研修プログラム詳細

学んだ知識やスキルを実際の業務に活かし、
成果につなげるために、以下の進め方を採用します。

1. 講座の開催（隔週）

1. 知識の習得やノウハウの習得に重点を置いた講座を奇数週に実施します。
2. 資料やツールの効果的な使い方を学び、ロールプレイングを通じて実践に近い形でトレーニングを行います。
3. 講座後には、参加者同士の情報共有やディスカッションの場も設けます。

2. 課題設定

1. 各講座終了時に次回までの課題を設定し、実際に業務で試してみる機会を提供します。課題に取り組むことで、理解の定着と実践力の向上を図ります。

研修プログラム詳細

3. フォローセッション（隔週）

1. 偶数週には、前回の講座で学んだ内容を実践する中で生じた問題を解決するためのフォローセッションを開催します。
2. 他の参加者が実際に試した事例を共有し合い、成功事例や課題を一緒に学びます。

4. 個別セッション（月1回）

1. 月に一度、各参加者に対して個別セッションを行い、特定の課題や疑問点に対応したサポートを提供します。

5. 参加者同士のグループ交流

1. 参加者同士が自由に情報を交換できるグループ交流の場を設け、学びを深めると同時に、モチベーションの向上を図ります。

SMB#1

研修スケジュール

セッションは、オンラインZOOMでの開催になります。

日程

10月16日 (水)

10:30-17:30

第1講座

10月23日 (水)

14:30-17:30

フォローセッション

10月30日 (水)

10:30-17:30

第2講座

11月6日 (水)

14:30-17:30

フォローセッション

11月13日 (水)

10:30-17:30

第3講座

11月20日 (水)

14:30-17:30

フォローセッション

11月27日 (水)

10:30-17:30

第4講座

12月4日 (水)

14:30-17:30

フォローセッション

12月11日 (水)

10:30-17:30

第5講座

12月18日 (水)

14:30-17:30

フォローセッション

12月25日 (水)

10:30-17:30

最終講座

講師紹介

MAIN LEAD 濱田将士

大学卒業後、日本最大級の経営コンサルティング会社である株式会社船井総合研究所に入社。

2013年、株式会社アドバンスシフトを設立。

スपोर्टテックビジネスアカデミー学長。
著書に『10年後もつきあってくれる
新規の顧客をゼロから育てるマーケティング』
(アマゾンマーケティングランキング1位獲得)



業界団体・業界関係の講演実績 (公開許可済みのみ掲載)

HFJ2011様、HFJ2012様、HFJ2013様、HFJ2014様、岐阜県スイミングクラブ協会様、北陸スイミングクラブ協会様、北陸フィットネスクラブ協会様、北海道スポーツ連絡協会様、有限会社感動セールスサポート様、SPORTEC2016、桜泳スイミンググループ九州地区連絡協議会様、ジョンソンヘルステックジャパン株式会社様、SPORTEC2017、プレジデントアカデミー、WellnessLifeEXPO2017、日本スイミングクラブ協会様、SPORTEC2018、SPORTEC WEST 2018、SPORTEC 2019、SPORTEC WEST 2019、日本スイミングクラブ協会様、SPORTEC 2020、SPORTEC WEST 2020、SPORTECNAGOYA、テクノジムジャパン株式会社様、SPORTEC 2021、SPORTEC2022、SPORTEC2023、SPORTEC2024

メディア実績

- ・フィットネスビジネス誌
- ・クラブパートナー
- ・NEWSポストセブン日経MJ
- ・THE21オンライン
- ・日本スイミングクラブ協会
- ・SC協ニュース



SUB LEAD 續續博子

- ・東芝キャリアにてバレーボール実業団選手
 - ・大手エステティックサロン (ミスパリ・ダンディハウス・スパゲストハウス) 店舗責任者
 - ・整骨院会社にてエステ部門立ち上げ
 - ・EMSトレーニングジムにて営業、広報、採用、顧客対応、教育
- 現在は、西国分寺にてフィットネスジム、酵素浴、エステの複合施設を運営している。



SUPERVISOR 岩井ゆかり

研修後のサポート体制 オンラインリソースとコミュニティの提供

成果報告と共有のプラットフォーム

目的1：受講者同士が継続的に学び合い、質問や問題解決に協力できる場を提供。

目的2：成功体験や成果を他の参加者と共有し、モチベーションを高める場を提供。

内容：

- 動画ライブラリ、PDF資料、ワークシートなど、研修内容をいつでも復習できるリソースを提供。Q&Aセッションやディスカッションフォーラムを通じて、参加者同士や講師との知識共有を促進。
- 定期的に成果報告を行い、成功事例を共有することで、他の参加者が参考にできる学びの機会を提供。受講者同士が互いにサポートし、成果を最大化するためのコミュニティを形成。

コストと投資対効果

1. 研修費用: 33万円 (税込)

この研修は、3ヶ月間にわたる全6回の研修セッション、5回のサポートセッション、3回の個別コーチングを含んでおり、1名あたり33万円 (税込) の費用となります。

2. 投資対効果 (ROI) の予測

費用対効果: 30万円の研修投資に対して、年間で240万円～300万円の売上増加が見込まれるため、約8倍～10倍の投資対効果が期待されます。

短期と長期の効果: 研修後すぐに成果が表れ、さらに持続的な成長を促す仕組みが構築されるため、短期的な売上向上と長期的な事業拡大の両方に貢献します。

リテンション率改善: 既存会員の満足度が向上することで、退会者の減少と会員維持率の向上が図れ、これが安定した収益の源となります。

人材育成と組織の強化: 研修によるスキル向上で、マネージャーの能力が強化され、チーム全体のパフォーマンスが向上します。

9月30日までの特典

▶ 参加費用の**早割** 33万円 (税込)

→ **193,600円 (税込)**

▶ 同一会社から2名以降の

参加費用を**3割引**にてご案内。

▶ 年間36万円のフィットネス&スイミング

経営ラボに3ヶ月間**無料**ご招待。

申し込む

