

## G 営業・債権管理（営業社員向）

■整理番号 A:トップマネジメント C:人事・労務 D:税務・財務・経理・法務 E:指導・教育訓練  
 F:現場改善・品質管理 G:営業・債権管理 H:新入社員教育 L:社内研修・QC活動 M:情報関連  
 ■特段記載のないものはDVDです。 ■頻度 ☆印:ご利用頻度の高いものです。

題名	内容	時間(分)	テキスト有無	頻度	入荷年
すべて DVD です。					
<b>顧客満足のための「クレーム電話」対応のポイント</b>					
G 95	①クレーム対応の基本心得	25	有		2001
G 96	②トラブルを招く顧客対応とは	25	有		
<b>すべての営業マンに喝 — 熱血! 若手講師・国吉 拓 —</b> 営業マンが変わらなければ、会社と業績は変わらない!!					
G 120	①「すべての営業マンに喝」 上巻	45		☆	2007
G 121	②「すべての営業マンに喝」 中巻	45	有	☆	
G 122	③「すべての営業マンに喝」 下巻	50		☆	
<b>ネットヨタ南国「成長が実感できるES」</b>					
G 123	<ビデオセミナー> ネットヨタ南国 「成長が実感できるES」  輝く笑顔が 感動のサービスを生む!	CS(顧客満足)のクオリティの高さが評価され、数々のビジネス誌で取り上げられている、ネットヨタ南国(株)。この企業が本来目指すところは、CSではなくES(従業員満足)で、ESを高めるためにCSを実践するといった考え方により、成功を上げてきました。 ・トップレベルのES・CSを実践しているネットヨタ南国(株)を、現地に行かずに見学し、学ぶことができます。 ・横田会長のインタビューを、テーマ別に視聴することができます。	59	無	2008
<b>実践！ 苦情対応 消費者対応を見直そう</b>					
G 124	①消費者重視の苦情対応とは	30			2009
G 125	②ケースで学ぶ苦情対応のポイント	30	無		

## G 営業・債権管理（営業社員向）

■整理番号 A:トップマネジメント C:人事・労務 D:税務・財務・経理・法務 E:指導・教育訓練  
 F:現場改善・品質管理 G:営業・債権管理 H:新入社員教育 L:社内研修・QC活動 M:情報関連  
 ■特段記載のないものはDVDです。 ■頻度 ☆印:ご利用頻度の高いものです。

	題名	内容	時間(分)	テキスト有無	頻度	入荷年
<b>実践！ セールス・コーチング 部下の成果がグングン上がる</b>						
G 126	①セールス・コーチングの基本と考え方	・セールス・コーチングの3要素 ・セールス・コーチング マネジメント ・セールプロセス ・セールス・コーチング スキル	43	無		2009
G 127	②実践的セールス・コーチングの進め方	・ジョイントコールと同行訪問の違い ・ジョイントコールと基本スキル ・成果の上まらない部下へのコーチング	45			
<b>「顧客の心をとらえる営業」 実践心得 ～こうすれば顧客から歓迎される～</b>						
G 128	①なぜ成績が上がらないのか？		28	無		2009
G 129	②顧客の心をいかにとらえるか？		30			
<b>危ない会社の見分け方 ～ 与信管理の基礎 ～ (G156・G157 に同種のDVDがあります)</b>						
G 130	新戦力・営業担当者向けの研修ツールに！  与信管理の入門編に！	・商業登記簿の読み方をレクチャーしながら与信管理の基礎を伝授 ・難しい専門用語をナビゲーターがわかりやすく解説  ・導入部分、ドラマ部分、おさらい解説部分など、チャプター別に選択視聴が可能 ・新戦力や営業担当者向けの研修ツール、与信管理の入門編としておすすめ  ・商業登記簿の読み方の解説書付き	35	有	☆	2009
<b>やる気を高める 力強い提案活動のすすめ方</b>						
G 131	①おもしろアイデア開発法		30	無		2010
G 132	②提案活動推進法		30			
G 133	③提案の生かし方・レベルアップ法		30			
<b>好感度アップの 接客話法</b>						
G 134	1.接客の基本 ・応対で大きく変わる店の印象 ・接客の基本的なポイントを解説	1.接客の基本 2.接客話法の原則 (1)話す内容 (2)話し方 3.流れとポイント (1)購買心理 (2)接客のポイント	30	無		2010
G 135	2.アプローチの仕方 ・第一印象が決まる重要な段階 ・理解すべきポイントを解説	1.アプローチとは 2.声のかけ方 3.相手を知るために (1)相手を見る (2)話を引き出す	30	無		2010
G 136	3.説明・説得 ・説明・説得のポイントを解説	1.説明・説得のポイント 2.説明・説得の仕方 (1)商品選び (2)説明 (3)比較	30	無		2010

## G 営業・債権管理（営業社員向）

■整理番号 A:トップマネジメント C:人事・労務 D:税務・財務・経理・法務 E:指導・教育訓練  
 F:現場改善・品質管理 G:営業・債権管理 H:新入社員教育 L:社内研修・QC活動 M:情報関連  
 ■特段記載のないものはDVDです。 ■頻度 ☆印:ご利用頻度の高いものです。

	題名	内容	時間(分)	テキスト有無	頻度	入荷年
G 137	4.クロージング ・購買行動に移らせるために ・タイミングと進め方を解説	1.クロージングのポイント 2.クロージングの仕方 (1)タイミング (2)セールスポイント (3)言い方 (4)説明の仕方	30	無		2010
G 138	5.お買い上げの後で ・再度の来店を促すために ・最終ステップの注意点を解説	1.接客の最後に 2.処理の仕方 (1)包装等 (2)金銭授受 (3)見送り	30	無		2010
G 139	6.上手な断り方 ・無理な要望が出ることもある ・断り方のポイントを解説	1.断り方の鉄則 2.断り方の例 (1)注文が受けられない場合 (2)応じられない要望	30	無		2010
G 140	7.お客様からの質問 ・店と顧客との接点は様々 ・対応のポイントを解説	1.質問を受けたら 2.答え方の例 (1)商品に関する質問 (2)売り場に関する質問	30	無		2010
G 141	8.クレーム処理 ・クレームはお得意様作りのチャンス ・クレーム対応のポイントを解説	1.クレームとは 2.クレーム処理の例 (1)返品依頼 (2)商品に関する苦情 (3)接客に関する苦情	30	無		2010

※ G134~G141 のDVDは、主に図表と文字で構成されております。  
 ほぼ静止画像で、ご覧になっていて単調に感じられる場合もございます。

### セールススキルアップシリーズ 基本編

G 142	①出会いを創造する アプローチ	「アプローチ」とは ・ターゲットを絞る ・アポイントを取る ・初回訪問の準備	25	有		2010
G 143	②課題共有へのヒアリング	「ヒアリング」とは ・信頼関係の構築 ・課題の明確化 ・真の課題の共有	30			
G 144	③価値を共有する プレゼンテーション	「プレゼンテーション」とは ・プランニングとプレゼンテーション ・フィードバックを受ける ・成約に至る条件の確認	20			
G 145	④決断を促すクロージング	「クロージング」とは ・タイミングをつかむ ・ためらいを取り除く ・決断を促す ・成約への交渉術	25			
G 146	⑤顧客満足と収益を高める アフターフォロー	「アフターフォロー」とは ・顧客の維持 ・追加提案 ・顧客の獲得	20			
G 147	成長へのチャンスを掴む セールスマインド	セールスの重要性 ・セールスプロセス ・求められる能力 ・セールスとコンプライアンス	25			

### てんびんの詩 <近江商人の跡継ぎを主人公に、商いの“魂”を探るドラマです>

G 148	てんびんの詩 第一部（原点編）・・・90分 第二部（自立編）・・・150分 第三部（激動編）・・・100分	少年は涙の向こうに「商い」の真髓をみた。 「商い」とは人間業だ。人の道を求めて少年は歩き始めた。 一人の力には限りがある。 その人に力を寄せてくれる人々の総和こそ力なのだ。	340	無	☆	2010
-------	--	---	-----	---	---	------

## G 営業・債権管理（営業社員向）

■整理番号 A:トップマネジメント C:人事・労務 D:税務・財務・経理・法務 E:指導・教育訓練  
 F:現場改善・品質管理 G:営業・債権管理 H:新入社員教育 L:社内研修・QC活動 M:情報関連  
 ■特段記載のないものはDVDです。 ■頻度 ☆印:ご利用頻度の高いものです。

	題名	内容	時間 (分)	テキスト 有無	頻度	入荷年
トレーニング・シリーズ お客さまをファンにする <ホスピタリティ・マインド> [実践1] 品格あるマナーで好感度アップ						
G 149	[実践1] 品格あるマナーで 好感度アップ	1.監修者からのメッセージ 2.身だしなみ 3.表情 4.立ち居振舞い 5.言葉づかいと声の出し方 6. 挨拶 7.名前を添える 8.アイコンタクト 9.電話 応対 10.ケーススタディ	75	有		2010
トレーニング・シリーズ お客さまをファンにする <ホスピタリティ・マインド> [実践2] 気くばりで顧客満足度アップ						
G 150	[実践2] 気配りで顧客満足度アップ	1.監修者からのメッセージ 2.ファンをつくる 3.ほ め上手になる 4.聞き上手になる 5.会話上手に なる 6.察する力を身につける 7.お迎え・お見送り 8.ケーススタディ	65	有		2010
トレーニング・シリーズ お客さまをファンにする <ホスピタリティ・マインド> [実践3] 心くばりで感動を共有しよう						
G 151	[実践3] 心くばりで感動を共有しよう	1.監修者からのメッセージ 2.ロイヤルカスタマー をつくる 3.NOと言わないサービス 4.感動を与 える 5.フォローアップ 6.風土づくり 7.小さな気づきが生んだ大きな感動 8.監修者へ の質問	75	有		2010
危ない会社の見分け方 ～ 倒産と債権回収 ～ (G130 に同種のDVDがあります)						
G 156	危ない会社の見分け方 ～ 倒産と債権回収 ～	・ドラマ～債権回収に失敗！？～ ・債権回収のポイント ・ドラマ～商品引揚に成功～ ・債権保全の方法 ・エピローグ ・CM  (契約書のサンプル付)	35	有	☆	2010
危ない会社の見分け方 ～ 倒産の兆候を見抜く ～						
G 157	危ない会社の見分け方 ～ 倒産の兆候を見抜く ～	・ドラマ～黒字なのに倒産！～ ・定量分析による与信 管理 ・定性分析による与信管理 ・その他の危ない会 社の兆候 ・エピローグ ・CM  (決算書の読み方の解説書付)	35	有		2010
商談の技術 <基礎編・実践編>						
G 158	商談の技術	<基礎編Ⅰ…約60分> “商品”と“お客様の事情”を交流させ“満足”を提案 する三段論法の考え方と基本トーク  <基礎編Ⅱ> お客様を巻き込む三段論法ストーリーと 商談の進め方  <実践編…約40分> 事例研究:業種・業態別、商談の進め方 <まとめにかえて> 新しい営業のために	100	有		2011

# G 営業・債権管理（営業社員向）

■整理番号 A:トップマネジメント C:人事・労務 D:税務・財務・経理・法務 E:指導・教育訓練  
 F:現場改善・品質管理 G:営業・債権管理 H:新入社員教育 L:社内研修・QC活動 M:情報関連  
 ■特段記載のないものはDVDです。 ■頻度 ☆印:ご利用頻度の高いものです。

	題名	内容	時間(分)	テキスト有無	頻度	入荷年
<b>売れる営業 売れない営業 &lt;基本編・実践編&gt;</b>						
G 159	売れる営業 売れない営業 ここで差がつく「動き」と「言葉」	<基本編> ・パートI「動き」・パートII「言葉」  <実践編> 起承転結 ・「起」人間関係をつくる ・「承」簡潔でわかりやすい話をする ・「転」難しい話題に対処する ・「結」決断をリードする ・アフターフォロー ・実践編のまとめ	80	有		2011
<b>電話対応のマナーとクレーム対応の技術</b>						
G 160	電話対応のマナーと クレーム対応の技術	<電話対応マナー編…約55分> ・こんな対応、していませんか？ ・電話対応の基本を見直そう ・好感を与える話し方 ・好感を与える話の聞き方 ・クレームを招く電話対応  <クレーム電話対応編…約70分> お客様の心理 ・クレーム対応5つのタブー ・クレーム対応3つのステップ <チェックスキット～クレーム対応の実践例～> <参考資料> 電話を受けるときのポイント 他	125	有	☆	2011
<b>すぐに役立つ！ クレーム対応の技術 &lt;対面・メール編&gt;</b>						
G 161	すぐに役立つ！ クレーム対応の技術 <対面・メール編>	お客様のクレームは変わってきている 1.初期対応ーお客様とのスムーズな関係を作る 2.中盤対応ー問題点を明確にする 3.終盤対応ー解決へと導く メールでのクレーム対応 クレームをビジネスチャンスに！	60	有		2011
<b>ケーススタディ「お客様大事の原点」 &lt;新入社員向&gt;</b>						
G 162	ケーススタディ ～全従業員で考える 「お客様大事の原点」 仕事と組織を見つめ直す12のヒント	①「お客様第一」はホンネか？タテマエか？ ②お客様に責任を果たすのは誰か？ ③誰のためのルール・規則か？ ④お客様の要望・期待を正確に把握しているか？ など、12のケースをご紹介  ※ 内容は初歩的なものです。	110	有		2011
<b>箱田忠昭の「プレゼンの基本技術」</b>						
G 163	箱田忠昭の「プレゼンの基本技術」  ～こんどのプレゼンで使える ノウハウ満載！！～  箱田忠昭氏 インサイトラーニング株式会社 代表取締役	1.はじめに 2.ビジネスはプレゼンテーションで決まる！ プレゼンテーション力をアップさせよう…他2項目 3.事前準備① 5W1Hを明確に…他4項目 4.事前準備②～スライド作成と会場設営のポイント FLICK法でわかりやすくつくろう…他2項目 5.プレゼン実践テクニック 最初の4分間勝負…他14項目  【付録】デスクトップ・プレゼンテーション	75	有		2011

# G 営業・債権管理（営業社員向）

■整理番号 A:トップマネジメント C:人事・労務 D:税務・財務・経理・法務 E:指導・教育訓練  
 F:現場改善・品質管理 G:営業・債権管理 H:新入社員教育 L:社内研修・QC活動 M:情報関連  
 ■特段記載のないものはDVDです。 ■頻度 ☆印:ご利用頻度の高いものです。

	題名	内容	時間(分)	テキスト有無	頻度	入荷年
<b>箱田忠昭の「好かれる営業 嫌われる営業」</b>						
G 164	<p>箱田忠昭の「好かれる営業 嫌われる営業」</p> <p>ビジネスコミュニケーション教育の第一人者・箱田忠昭氏が、自らが実践し、成功した、セールストークの基本と実践テクニックを公開！</p> <p>箱田忠昭氏 インサイトラーニング株式会社 代表取締役</p>	<p>人は、嫌いなセールスパーソンからは、買いたくない！どうせ買うなら、感じのいいセールスパーソンから買いたい。</p> <p>何を売るかより、誰が売るのが「売上アップ」のカギを握っています。</p> <p>●基本編 人間を知ることからはじめよう！</p> <p>●実践編 1.お客様の心に飛び込むアプローチ 2.お客様の心をひらく聞き上手 3.質問上手はセールス上手 4.あなたから買う！といわれるプレゼンテーション 5.No！はこわくない！とっておきの反論対処法 6.無理なく決めるクロージング&amp;チャンスを広げるフォローアップ</p>	75	有	☆	2011
<b>吉野真由美の「テレアポ成功術」</b>						
G 165	<p>吉野真由美の「テレアポ成功術」～法人営業、企業の担当者へのアポイントの取り方を具体的にご紹介～</p> <p>吉野真由美氏 マーケティング・サポート・コンサルティング株式会社 代表取締役</p>	<p>●いまなぜテレアポなのか</p> <p>●テレアポ事前準備 リスト/トークスクリプト/使命感 《電話お悩み相談室》</p> <p>●テレアポのアプローチ 「見込み見極め型」と「即アポ型」 《取れるアポも取れなくなる 禁句》</p> <p>●アポ取り成功への7つのステップ 1.受付突破・名乗る 2.用件・メリットを伝える 3.時間設定1回目 4.こころざしトーク 5.時間設定2回目 6.お断りトーク 7.時間設定3回目</p> <p>●まとめ</p>	55	有		2011
<b>八代英輝の「ビジネス交渉術入門」</b>						
G 166	<p>八代英輝の「ビジネス交渉術入門」</p> <p>「お互いに発展する継続的な関係」を築く！ “Win-Win”の交渉術を一挙に紹介</p> <p>八代 英輝氏 弁護士 米国ニューヨーク州弁護士</p>	<p>交渉とは？</p> <p>交渉前の準備 ●自分の立場を把握 ●交渉先の情報集める…他 交渉のスタート ●余裕をもって到着 ●第一印象を意識</p> <p>【交渉！ あなたならどうする I】 交渉時のテクニック I ●相手の話を聞く ●話し方のコツ…他</p> <p>【交渉！ あなたならどうする II】 メールの活用法 ●リアクションは早めに…他</p> <p>交渉時のテクニック II ●バッファゾーンを作る…他</p> <p>【交渉！ あなたならどうする III】 交渉時のテクニック III ●オプションを用意…他</p> <p>【交渉！ あなたならどうする IV】 交渉 ちょっと困った！こんな時は？ ●ケース I、II、III</p> <p>【交渉！ あなたならどうする V】 さいごに ●交渉で忘れてはいけないこと</p>	85	有		2011

## G 営業・債権管理（営業社員向）

■整理番号 A:トップマネジメント C:人事・労務 D:税務・財務・経理・法務 E:指導・教育訓練  
 F:現場改善・品質管理 G:営業・債権管理 H:新入社員教育 L:社内研修・QC活動 M:情報関連  
 ■特段記載のないものはDVDです。 ■頻度 ☆印:ご利用頻度の高いものです。

	題名	内容	時間 (分)	テキスト 有無	頻度	入荷年
<b>最新！ 貸倒れ対策セミナー</b>						
G 167	<b>&lt;セミナー・DVD&gt;</b> <b>最新！ 貸倒れ対策セミナー</b>  ～大倒産時代を生き抜く～ 企業にとって資金繰りは命	取引先の倒産などで売掛債権が回収不能となった場合の対策は万全でしょうか？  企業にとっての資金繰りは命、今一番必要な対策のひとつです。  「最新倒産情報・貸倒れ対策」と貸倒れ対策の必須アイテム「取引信用保険」を、スペシャリストが解説	100	無		2011
<b>営業担当者が 新規開拓 の際に、陥りやすいワナと解決策</b>						
G 168	<b>&lt;セミナー・DVD&gt;</b> <b>営業担当者が新規開拓の際に、陥りやすいワナと解決策</b>  営業担当者のために新規開拓の方法を、実例を取り入れて解説。欠かすことのないノウハウが盛りだくさんのコンテンツ	1.既存客のアポイントの取り方(約4分) 2.新規客のアポイントの取り方:担当者の確認(約5分) 3.新規客のアポイントの取り方:アポイントを取る(約4分半) 4.飛び込み訪問時の担当者の確認(約4分半) 5.担当者が出てきた場合の対処法(約4分)  6.受付電話対応(約5分) 7.最初の断りへの対応(約3分) 8.お客さまに期待感を持ってもらえる名刺交換のやり方(約4分) 9.商談の入り方(約4分半) 10.お客さまから宿題をもらう(約3分半)  11.お客様の非言語コミュニケーションを理解する(約4分半) 12.タイプ別コミュニケーションの仕方(約7分) 13.お客様に自らの問題に気づかせる質問のやり方(約5分半) 14.FABEを利用した商品説明の仕方(約7分) 15.クロージング:断りへの対応(約6分) 16.クロージング:価格交渉(約3分半)	75	無		2011
<b>実践！ 営業の「4力」強化講座</b>						
G 169	<b>&lt;セミナー・DVD&gt;</b> <b>実践！ 営業の「4力」強化講座</b>  「自己の価値力、提案型営業力、プレゼン力、価格交渉力」を身につける	「売れない時代にいかに売るか」が、企業・営業担当者にとって一番の課題です。  「相手の利益になることを提案していますか」 1.「自己の価値力」を高める(約25分) 2.「提案型営業力」を高める(約26分) 3.「セールスプレゼンテーション力」を高める(約31分) 4.「価格交渉力」を高める(約32分)	115	無		2011
※ このDVDは、セミナーを収録した内容のものです。 やや単調と感じられる場合もございますので、ご了承下さい。						

## G 営業・債権管理（営業社員向）

■整理番号 A:トップマネジメント C:人事・労務 D:税務・財務・経理・法務 E:指導・教育訓練  
 F:現場改善・品質管理 G:営業・債権管理 H:新入社員教育 L:社内研修・QC活動 M:情報関連  
 ■特段記載のないものはDVDです。 ■頻度 ☆印:ご利用頻度の高いものです。

	題名	内容	時間 (分)	テキスト 有無	頻度	入荷年
<b>「売れる」仕掛けはこの人に聞け！ 北海道物産展に学ぶ地方物産のブランディング</b>						
G 170	<b>&lt;セミナー・DVD&gt;</b> <b>「売れる」仕掛けはこの人に聞け！</b>  「物産展会場」での売れる商品づくり、会場の雰囲気づくりなどについて、仕掛け人ならではの、具体的な情報を伝えます。	売れる商品づくりの3つの視点は、1.消費者目線、2.作り手の目線、3.販売する側の目線  Part-1 <b>「北海道物産展に学ぶ地方物産のブランディング 売れる商品づくりとは何だ」</b> 1.物産展とは？ 2.何故『北海道物産展』だけが、一人勝ちか？ 3.今後の可能性＝他の地方物産展  Part.2 <b>「売れる」仕掛けはこの人に聞け！ ～売れる商品づくりとは？～</b> 1.売れる商品づくりの3つの視点 2.売れる商品、売れない商品 3.今後の販売戦略、販売チャネルを考える 4.現場の大切さ	45	無		2011

※ このDVDは、セミナーを収録した内容のものです。  
 やや単調と感じられる場合もございますので、ご了承下さい。

## すぐに役立つクレーム対応 ～お客様の声は宝の山

G 171	<b>&lt;セミナー・DVD&gt;</b> <b>すぐに役立つクレーム対応</b> <b>～お客様の声は宝の山</b>	難しいと思えるクレーム対応も、お客さまに満足して頂けるかどうかは、最初の対応にあると言っても決して過言ではありません。 すぐに実践できるクレーム対応の基本を身近な事例をもとに解説。  1.はじめに 2.クレームとは 3.信頼につなげるクレーム対応の基本 4.クレーム対応3変法を活用する 5.お客様と信頼関係をつくるポイント 6.まとめ 7.メールでのクレーム対応法 (DVD特典映像)	55	無		2011
-------	---	--	----	---	--	------



## G 営業・債権管理（営業社員向）

■整理番号 A: トップマネジメント C: 人事・労務 D: 税務・財務・経理・法務 E: 指導・教育訓練  
 F: 現場改善・品質管理 G: 営業・債権管理 H: 新入社員教育 L: 社内研修・QC活動 M: 情報関連  
 ■特段記載のないものはDVDです。 ■頻度 ☆印: ご利用頻度の高いものです。

	題名	内容	時間 (分)	テキスト 有無	頻度	入荷年
<b>すべては1枚のアンケートから (株)ホンダカーズ中央神奈川</b>						
G 172	すべては1枚のアンケートから ホンダカーズ中央神奈川  「たいへん満足」 を生むサービス哲学とは	ホンダが毎年実施する調査で13年連続顧客満足度日本一という記録を打ち立て、業界屈指のCSの高さを誇るホンダカーズ中央神奈川。その顧客中心主義経営の核にあるのが「アンケート」。 決して珍しくも新しくもないこのツールが、どうしてホンダカーズ中央神奈川の場合、決定的なCS戦略のツールになりえたのでしょうか？本DVDでは、アンケートがもたらすCSサービスの真髄に迫っていきます。  ●すべてはアンケートから 驚くべき回収率34% / ハガキの投函により本音を他 ●お客様の声を活かす現場の力 「普通」にチェックは「満足」いただけていないということ / 重視するのは「自由記入欄」他 ●真の顧客中心主義とは 会社の風土となっている「徹底した掃除」 / アンケートによる顧客目線が新たなサービスを生み出す 他	45	有		2012
<b>STOP! お店の万引き対策</b>						
G 173	万引きをさせないお店づくり/万引きを防ぐ接客法  「万引き」を防ぐにはどのようにすればよいのか？ 万引きが発生しにくいお店づくりから怪しい客の見分け方、接し方までをドラマ仕立てで解説する全従業員向けの研修教材。短時間で理解できるノウハウ満載。	1. 万引きをさせないお店づくり ■プロローグ ■万引き被害の現状 ■自店の現状を把握する…不明ロス ■自店の現状を把握する…従業員の姿勢 ■改善策を検証する ■エピローグ  2. 万引きを防ぐ接客法 ■プロローグ ■防犯機器の見直し ■万引きに対する意識の向上 ■接客対応の見直し ■捕捉時の対応 ■エピローグ  【監修】全国万引犯罪防止機構	40	無		2014
<b>「A4」1枚アンケートで利益を5倍にする方法</b>						
G 174	有益なアンケート項目の構築方法と具体的なチラシ作成方法を解説  利益につながる売れるチラシ・DM・ホームページはどのように作ればよいのか。カギとなるのは「A4」サイズ1枚のアンケート。お客様のニーズを的確に情報収集するための方法を成功事例をもとに解説します。	1. 上手くいく人と上手くいかない人の違い 2. 売上を増やすために知っておくべき考え方 3. どうやって多くの人に伝えればよいか 4. 業績をアップさせる販促ツールを作る秘訣 5. 業績を上げる販促ツール作成のためのアンケートのとり方 6. こんなに難しい商品でも効果がでる！ 7. 広告作りの王道 8. よくある質問	93	無		2014

## G 営業・債権管理（営業社員向）

■整理番号 A:トップマネジメント C:人事・労務 D:税務・財務・経理・法務 E:指導・教育訓練  
 F:現場改善・品質管理 G:営業・債権管理 H:新入社員教育 L:社内研修・QC活動 M:情報関連  
 ■特段記載のないものはDVDです。 ■頻度 ☆印:ご利用頻度の高いものです。

	題名	内容	時間 (分)	テキスト 有無	頻度	入荷年
<b>お金をかけずに儲ける、0円集客で新たな売上をつくる</b>						
G 175	<b>0円集客で新たな売上をつくる！ お金をかけずに儲ける</b>  広告費をかけずに、商品、サービスの魅力を宣伝する。「切り口」を変えることで見えてくる新しいお客さんとのつながり。その「切り口」をどのよに見つけ、発展させるかを実例を交えて方法論を紹介。	Part 1 0円集客で新たな売上をつくる 1. 日本経済新聞の一面に取り上げられたレンタルガレージって？ 2. 0円集客研究家って？ 3. ブログの登録を指導して墓石を売る？ 4. お客様目線で改善できる「ダメ出し帳」って？ 5. 小さな売上を作り出す 6. 地域活性化とブランド品作り 7. 人のやらないことをやる  Part 2 お金をかけずに儲ける 1. 切り口を変えて集める！ 2. 切り口を変えて創作販売！ 3. 切り口を変えてPRする！	55	無		2016
<b>経営者・営業マンが即実践できる心理学</b>						
G 176	<b>経営者・営業マンが即実践できる心理学</b>  営業マンに必要なスキルを徹底解説。前半の対談編では心理学で用いられる交流分析を仕事の現場に応用。クライアントとの商談を塩化kつに進めるためのスキルアップを図る。後半のセミナー編では、「攻め」の営業を確立するための組立方と考え方を解説。	Part 1 対談編 1. 今、営業の現場で何がおこっているか？ 2. 交流分析とは 3. 相手の性格をつかむ 4. 商談での説得パターン(やり取り)を変える 5. 具体的はセリフを設計  Part 2 セミナー編 1. まずは、発想の転換から 2. 逆算発想で営業を組み立てる際の、大事な考え方 3. 「攻め」の営業の仕組みづくり 実践編	64	無		2016
<b>感動なくして販売なし 本気のCSはここまでやる！ ホンダクリオ新神奈川</b>						
G 177	<b>&lt;ビデオセミナー&gt; 感動なくして販売なし 本気のCSはここまでやる！ ホンダクリオ新神奈川</b>	顧客満足8年連続日本一、日本経営品質賞受賞、全国から多くの見学者が訪れるホンダクリオ新神奈川。「売る」お店から「買っていただく」お店へ、そのCSへの取組を紹介するDVDです。	40	有		2017

# G 営業・債権管理（営業社員向）

■整理番号 A:トップマネジメント C:人事・労務 D:税務・財務・経理・法務 E:指導・教育訓練  
 F:現場改善・品質管理 G:営業・債権管理 H:新入社員教育 L:社内研修・QC活動 M:情報関連  
 ■特段記載のないものはDVDです。 ■頻度 ☆印:ご利用頻度の高いものです。

題名	内容	時間(分)	テキスト有無	頻度	入荷年
<b>介護スタッフの接遇マニュアル</b>					
<b>G 178 介護スタッフの接遇マニュアル</b>  介護スタッフとして働く意識とマナーがしっかり身につき、コミュニケーション能力が高まる映像教材。現場から寄せられた事例を基に対応方法を解説。	<b>■プロローグ</b> <b>■Chapter1 基本的な接遇マナー</b> 職場での基本ルールとマナー 第一印象をさわやかに 表情と態度でよい印象づくり 訪問のマナー 訪問サービスのマナー <b>■Chapter2 コミュニケーションスキル</b> 指示の受け方と報告・連絡・相談 心配りを示す言葉づかい <ミニドラマ>人間関係を理解する 利用者の心の葛藤を理解する ご家族の心理を理解する 特定のスタッフを拒否する利用者 <b>■Chapter3 ケース別対応(こんな時どうします?)</b> ケーススタディ 高齢者への対応 ケーススタディ 自慢話を繰り返す方への対応 ケーススタディ 夕暮れになると帰りたくなる方への対応	45	有		2017