

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 媒体 "DVD":DVDのみ, "ビデオ DVD":両媒体あり, 無印:ビデオのみ, 頻度 印:ご利用頻度の高いものです。							
	題名	内容	時間(分)	媒体	頻度	入荷年	
<b>てんびんの詩 近江商人の跡継ぎを主人公に、商いの“魂”を探るシリーズ。</b>							
G 13	第一部 (原点編)	少年は涙の向こうに「商い」の真髄をみた。	90	ビデオ		2000年以前	
G 14	第二部 (自立編)	「商い」とは人間業だ。人の道を求めて少年は歩き始めた。	100				
G 15	第三部 (激動編)	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。	100				
「てんびんの詩」DVD版は、G148 にあります。							
<b>危険な会社(アプナイ カイシャ)</b>							
G 31	入門編 汚れた法人登記簿 ・休眠会社に気をつける!	新規取引先とのトラブルは法人登記簿の確認で80%防げる。	40	ビデオ		2000年以前	
G 32	観察編 ここをチェック! 社長・オフィス・手形	既存取引先の変化に注意。キャッチせよ! 危ない企業の兆候群。	40				
G 33	不動産登記簿 与信の履歴書・担保 からわかる資金繰り	所有不動産は企業の信用度を計るモノサシ、不動産登記簿は企業経営のカルテ!	40				
G 34	財務編 決算書を見る、読む、 推定する	もう、理屈はいらない。実践的な決算書の見方。	40				
G 35	検証編 倒産企業事例集 ・あなたの企業は大丈夫か	倒産はある日突然やってくる! 速やかな債権保全が悲劇を最小限に食い止める。	40				
「危ない会社の見分け方」という DVD が G130・G156・G157 にあります。							
<b>危険な会社(アプナイ カイシャ) (特別編)</b>							
G 36	営業VS審査	与信限度の設定・運用方法	40	ビデオ		2000年以前	
G 37	回収への道	債権保全・回収の実際	40				
<b>【速習】 営業の基本30のポイント</b>							
G 60	営業の仕事がわかる 10のポイント	服装・身だしなみ・基本動作・アプロ・チホか。	30	ビデオ		2000年以前	
G 61	「初めて」の強みが生かせる 10のポイント	新鮮さを生かす、教わり上手、考え方の柔軟性ほか。	30				
G 62	営業の醍醐味が味わえる 10のポイント	相手の心を開く、多くの人々と接する、創造性を発揮する。	30				
<b>実践! クレーム対応のすべて (クレーム電話対応のビデオ・DVDは G95・96 にもあります)</b>							
G 80	経営問題としての クレーム対応	クレームを重要な経営課題として位置付け、クレームの種類から「なぜ起きるのか?」まで基礎知識を解説。	20	ビデオ		2001	
G 81	クレーム対応の基本	クレームが発生したら速やかに対応し、貴重な顧客情報として活用する。タイプ別対応、入り方別対応まで効果的な方法。	20				

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 媒体 "DVD":DVDのみ, "ビデオ DVD":両媒体あり, 無印:ビデオのみ, 頻度 印:ご利用頻度の高いものです。							
	題名	内容	時間(分)	媒体	頻度	入荷年	
G 82	クレーム対応の システムづくり	クレームを受けたら情報を分析し、改善、再発防止を実現する最も効果的上がるシステムの詳細なつくり方とは。	20				
<b>債権回収 (債権回収関連のDVDが G156 にあります)</b>							
G 93	債権回収の手引き	債権回収が危なくなったとき、どんなタイミングでどんな手を打つべきかをわかりやすく解説。	30	ビデオ		2001	
G 94	倒産予知の手引き	倒産の兆候を察知し、あらかじめ対策を立てるためのポイントを解説。	30				
<b>顧客満足のための「クレーム電話」対応のポイント (クレーム対応のDVDは G124・125 にもあります)</b>							
G 95	クレーム対応の基本心得	「クレーム電話はとりたくない」「自分のせいじゃないのに怒られるのはイヤ!」そんなマイナスな気持ちをプラスに切り替え、困っているお客様の声を誠実に受け止める姿勢を養う。	25	ビデオ DVD		2001	
G 96	トラブルを招く顧客対応とは	マニュアル通りの受け答えをしたり、誤った対応をすることが結果としてトラブル発生につながる。自分の対応がお客様にどんな反応をもたらすかを、4つのケースで考えていく。	25				
G 104	紹介量アップ! スズケン工業 「驚異の全員営業」	「徹底した地域密着ができるか否か」- 社員を動かし、知人を動かし、お客様を動かすスズケン工業の紹介の輪。	33	ビデオ		2003	
<b>実戦! ビジネス・コンプライアンス 中級編 管理者・中堅社員のための遵法の常識</b>							
G 105	ビジネス・コンプライアンス のABC	ビジネス・コンプライアンスの構成要素	20	ビデオ		2003	
G 106	ケーススタディ ビジネス・コンプライアンス Part 1	ケースドラマ 独占禁止法・不正競争防止法・証券取引法・商法	20				
G 107	ケーススタディ ビジネス・コンプライアンス Part 2	ケースドラマ 著作権法・知的財産権・景品表示法・就業規則違反	20				
<b>実践! 顧客満足の経営 (顧客満足のDVDは G134 以降にもあります)</b>							
G 112	どうやって顧客に近づくか	・お客がいなければ失業する ・フロンティアサービスとコアサービス ・どうやって顧客に近づくか ・社内顧客とは何か ・責任と権限を現場に委譲する	30	ビデオ		2005	
G 113	従業員満足が 顧客満足を生む	・顧客の生涯価値とは何か ・従業員満足が顧客満足を生む ・従業員の選抜と教育 ・評価とインセンティブ ・サービスのクオリティを高める	30				

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 I:社内研修・QC活動 M:情報関連 媒体 "DVD":DVDのみ, "ビデオ DVD":両媒体あり, 無印:ビデオのみ, 頻度 印:ご利用頻度の高いものです。							
題名	内容	時間(分)	媒体	頻度	入荷年		
<b>「営業魂」売れる営業マンはここが違う！</b> 営業活動は、マインドとスキルの両輪が回らないとパフォーマンスにつながらない、顧客に愛され共に歩むための「営業の心」を紹介する。							
G 115	営業の「こころ」編	・自分の心をコントロールする ・なぜ成績が伸びないのか ・仕事に失敗はつきもの ・あきらめ癖は達成感で克服する ・出会いは自分を映す鏡 ・大切なのはマインドとモチベーション	20				
G 116	管理者・指導者編	・エスの法則 ・人材は磨けば光る ・聞く姿勢で見分ける ・評価と支援を忘れない ・女性上司の部下へのスタンス ・部下とのコミュニケーションのあり方 ・強い営業部隊の条件 ・女性部下との接し方	20	ビデオ		2006	
G 117	新入社員・中堅社員編	・第一印象をどう良くするか ・ラポール(信頼と親愛の絆)を築く ・上司とのコミュニケーションのあり方 ・A B C Dの法則 ・心を幸せにする言葉 ・お客様への質問力	20				
<b>CS実現のためのお客様対応 部下の成果がグングン上がる</b> 企業活動の第一線で、顧客満足(CS)を実現させるための、「現場で役立つ実践へのヒント」と「CS接客を成功させるための秘訣」を、わかりやすく、具体的に解説							
G 118	顧客満足を現場の第一線で実現するためには	ありがちなケースを例に、具体的なノウハウをドラマ仕立てで解説 ・CS向上におけるロール・プレイングの重要性 ・アクターズ・メソッドとは ・Before Acting ロール・プレイングの事前準備 ・On Acting ロール・プレイングの実施(7つの秘訣)	20				
G 119	顧客満足を現場の第一線で実現するためには	現場で役立つ実践へのヒント ・プロローグ ・On Acting ロール・プレイングの実施(7つの秘訣) ・After Acting ロール・プレイングの事後検証 ・On Stage 日々の仕事にロール・プレイングの効果を活かす	20	ビデオ		2006	

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 I:社内研修・QC活動 M:情報関連 媒体 "DVD":DVDのみ, "ビデオ DVD":両媒体あり, 無印:ビデオのみ, 頻度 印:ご利用頻度の高いものです。							
題名	内容	時間(分)	媒体	頻度	入荷年		
ここからはすべて DVD になります。							
<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	「すべての営業マンに喝」上巻	1.売れる営業マンと売れない営業マンは顔が違う! 2.伸びる営業マンの条件はこれだ! ・自分の「生き方」、「あり方」、「考え方」を持って! ・経営者感覚を持った営業になれ! ・値段で負けました! 本当に値段だけで負けたのか?	45				
G 121	「すべての営業マンに喝」中巻	3.顧客に「この人から買いたい!」と思わせる手法を身に付けよ! ・「ここは無理だ!」という固定概念を捨てよ! ・営業はスピードが命だ! ・出来る営業と出来ない営業の差はここだ!	45	ビデオ		2007	
G 122	「すべての営業マンに喝」下巻	4.価格競争に巻き込まれない営業をせよ! ・「粗利益第一主義」に徹せよ! ・全社を巻き込み総合力で勝負せよ! ・値切られたら値切りかえせ! 5.効果の上がる顧客の攻め方をしているか! ・提案営業はこの5つをおさえよ! ・場当たり営業は止めよ!	50				
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	DVD		2008	
<b>実践! 苦情対応 消費者対応を見直そう</b>							
G 124	消費者重視の苦情対応とは		30				
G 125	ケースで学ぶ苦情対応のポイント		30	DVD		2009	

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 媒体 "DVD":DVDのみ, "ビデオ DVD":両媒体あり, 無印:ビデオのみ, 頻度 印:ご利用頻度の高いものです。							
	題名	内容	時間(分)	媒体	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	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	DVD		2009	
G 127	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 ・成果の上が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	なぜ成績が 上がらないのか?		28	DVD		2009	
G 129	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、 チャプター別を選択視聴が可能 ・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	DVD		2009	
<b>やる気高める 力強い提案活動のすすめ方</b>							
G 131	おもしろアイデア開発法		30	DVD		2010	
G 132	提案活動推進法		30				
G 133	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 ・対応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	DVD		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 媒体 "DVD":DVDのみ, "ビデオ DVD":両媒体あり, 無印:ビデオのみ, 頻度 印:ご利用頻度の高いものです。							
	題名	内容	時間(分)	媒体	頻度	入荷年	
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	DVD		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	DVD		2010	
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	DVD		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	DVD		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	DVD		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	DVD		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	DVD		2010	
<b>G134~G141 のDVDは、主に図表と文字で構成されており、 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。</b>							
<b>セールススキルアップシリーズ 基本編</b>							
G 142	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	DVD		2010	
G 143	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	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	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 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 媒体 "DVD":DVDのみ、"ビデオ DVD":両媒体あり、無印:ビデオのみ、頻度 印:ご利用頻度の高いものです。							
	題名	内容	時間(分)	媒体	頻度	入荷年	
G 146	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				
<b>てんびんの詩 &lt;大好評のビデオ G13~15 を、1本にまとめたDVDです&gt;</b>							
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」の真髄をみた。 「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その人の力だ。	340	DVD		2010	
<b>トレーニング・シリーズ お客さまをファンにする &lt;ホスピタリティ・マインド&gt;</b> <b>[実践1] 品格あるマナーで好感度アップ</b>							
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	DVD		2010	
<b>トレーニング・シリーズ お客さまをファンにする &lt;ホスピタリティ・マインド&gt;</b> <b>[実践2] 気くばりで顧客満足度アップ</b>							
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	DVD		2010	
<b>トレーニング・シリーズ お客さまをファンにする &lt;ホスピタリティ・マインド&gt;</b> <b>[実践3] 心くばりで感動を共有しよう</b>							
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	DVD		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 媒体 "DVD":DVDのみ、"ビデオ DVD":両媒体あり、無印:ビデオのみ、頻度 印:ご利用頻度の高いものです。							
	題名	内容	時間(分)	媒体	頻度	入荷年	
<b>クレーム対応 &lt;CS(顧客満足)を高める対応方法&gt;</b>							
G 152	クレーム電話対応のコツ 1.基本編	1.クレーム電話の意味 2.ステップとポイント (1)聞く (2)応急措置 (3)その後のフォロー	30				
G 153	クレーム電話対応のコツ 2.最初の受け方	1.クレーム電話 受け方のポイント 2.受け方の例 (1)品質に関するクレーム (2)納品に関するクレーム (3)接客に関するクレーム	30	DVD		2010	
G 154	クレーム電話対応のコツ 3.クレーム処理の進め方	1.クレーム電話 処理のポイント 2.クレーム処理の例 (1)品質に関するクレーム (2)納品に関するクレーム (3)接客に関するクレーム	30				
G 155	クレーム電話対応のコツ 4.話し方のポイント	1.話し方の注意 2.トークの注意点 (1)話の聞き方 (2)説明・説得の仕方	30				
G152~G155 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。							
<b>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)</b>							
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 ・エビローグ・CM (契約書のサンプル付)	35	DVD		2010	
<b>危ない会社の見分け方 ~ 倒産の兆候を見抜く ~</b>							
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 ・エビローグ・CM (決算書の読み方の解説書付)	35	DVD		2010	
<b>商談の技術 &lt;基礎編・実践編&gt;</b>							
G 158	商談の技術	<基礎編...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> 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	DVD		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 媒体 "DVD":DVDのみ, "ビデオ DVD":両媒体あり, 無印:ビデオのみ, 頻度 印:ご利用頻度の高いものです。						
題名	内容	時間(分)	媒体	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「動き」・パート「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	DVD		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	DVD		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 - お客様とのスムーズな関係を作る 2.中盤対応 - 問題点を明確にする 3.終盤対応 - 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	DVD		2011
<b>ケーススタディ 「お客様大事の原点」</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	「お客様第一」はホンネか？タテマエか？ お客様に責任を果たすのは誰か？ 誰のためのルール・規則か？ お客様の要望・期待を正確に把握しているか？ など、12のケースをご紹介します	110	DVD		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！~	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 5W1Hを明確に...他4項目 4.事前準備 ~スライド作成と会場設置のポイント FLICK法でわかりやすくつくり...他2項目 5.プレゼン実践テクニック 最初の4分間が勝負...他14項目  【付録】デスクトップ・プレゼンテーション	75	DVD		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 媒体 "DVD":DVDのみ, "ビデオ DVD":両媒体あり, 無印:ビデオのみ, 頻度 印:ご利用頻度の高いものです。							
題名	内容	時間(分)	媒体	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	箱田忠昭の 「好かれる営業 嫌われる営業」	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。 何を売るかより、誰が売ることが「売上アップ」のカギを握っています。  <b>基本編</b> 人間を知ることからはじめよう！  <b>実践編</b> 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&チャンスを広げるフォローアップ			75	DVD	2011
<b>吉野真由美の「テレアポ成功術」</b>							
G 165	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~	いままぜテレアポなのか テレアポ事前準備 リストトークスプリクト/使命感 (電話お悩み相談室)  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)  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  まとめ			55	DVD	2011
<b>八代英輝の「ビジネス交渉術入門」</b>							
G 166	八代英輝の「ビジネス交渉術入門」	交渉とは？ 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 【交渉！ あなたならどうする】 交渉時のテクニック 相手の話を聞く 話し方の コツ...他 【交渉！ あなたならどうする】 メールの活用法 リアクションは早めに...他 交渉時のテクニック パワファゾーンを作る...他 【交渉！ あなたならどうする】 交渉時のテクニック オプションを用意...他 【交渉！ あなたならどうする】 交渉 ちょっと困った！こんな時は？ ケース  【交渉！ あなたならどうする】 さいごに 交渉で忘れてはいけないこと			85	DVD	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 媒体 "DVD":DVDのみ、"ビデオ DVD":両媒体あり、無印:ビデオのみ、頻度 印:ご利用頻度の高いものです。								
題名	内容	時間(分)	媒体	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 木崎 海洋氏 きざきFPオフィス株式会社 代表取締役	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	DVD			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。欠かすことのでき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. F A B E 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	DVD			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	DVD			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 媒体 "DVD":DVDのみ、"ビデオ DVD":両媒体あり、無印:ビデオのみ、頻度 印:ご利用頻度の高いものです。								
題名	内容	時間(分)	媒体	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 <b>Part-1</b> <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 <b>Part.2</b> <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	DVD			2011	
<b>すぐに役立つクレーム対応 ～お客様の声は宝の山</b>								
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	DVD			2011	