

“Learn today and lead tomorrow”

『Sales Academy Course』



Contents

1. 영업의 가치와 의미
2. 영업의 활동내용과 지향점
3. 영업의 과업역할 및 필요역량
4. 필요역량에 따른 Guide
5. 설계 과정 일람표
6. 프로그램 세부내용
7. 강사 배치 현황
8. 강사 프로필

1. 영업의 가치와 의미

최근 '영업'이 시장에서 화두가 되고 있다.

대기업, 중소기업 할 것 없이 많은 CEO가 "어떻게 하면 영업을 잘할 수 있느냐?"라는 질문을 던진다.

김난도 교수의 <트렌드 코리아 2017>에서는 올해 10개 시장 트렌드 중의 하나로 '영업의 시대'를 선정했다.

기업의 경영자와 일선 영업직원들이 모두 대단한 관심을 보이고 있고 그동안 도외시되던 '영업'이라는 주제가 올해의 트렌드의 한 항목으로 대우받고 있는 것이다.

왜 '영업'이 갑자기 시장에서 관심을 가지는 단어가 된 것일까?

1970년대부터 지속되어온 우리나라의 고도 경제 성장 이후, 최근에 찾아온 저성장시대는 무한 경쟁이라는 힘든 상황을 만들어냈고, 이러한 환경 변화는 경영자와 일선 영업직원 모두에게 영업을 잘해야 한다는 큰 과제를 안겨주었다.

서울대 김현철 교수도 저서 <저성장시대 기적의 생존전략-어떻게 돌파할 것인가>에서 20년 먼저 저성장시대를 겪은 일본을 벤치마킹해 저성장시대의 4가지 경영 생존 전략을 제시했는데 그 중의 중요한 가치로 영업을 강조했다.

당분간 지속되리라고 보는 이 저성장시대에 기업이 생존하기 위해서는 영업에 투자해야 하는 것이다.

※ [임진환 교수's 영업 이야기] 영업은 절대로 배반하지 않는다(2017.4.24) 中

한마디로 이제 영업은 기업의 꽃이며, 조직의 대표선수다.

이 대표선수가 잘 뛰기 위해서는 적극적인 Assist와 회사차원의 영업전략이 따라야 한다.

먼저 영업의 의미에 대해 파악을 해보면 다음과 같다.

영업(營業)

사전적 의미

영리(營利)를 목적(目的)으로 하는 사업(事業)활동

본질적 의미

고객이 만족할 수 있도록 회사의 가치를 전달하는 것

☞ 영업은 단순히 판매만을 하는 활동이 아니라, 고객과의 관계를 통해서 회사의 가치를 실현하는 과정이다.

2. 영업의 활동내용과 지향점

영업의 실제 활동

수주활동
판매활동
수금활동
사후관리

- 수주활동 : 주로 물건을 생산하는 업자가 제품의 주문을 받는 것
- 판매활동 : 상품 및 서비스를 파는 것
- 수금활동 : 받을 돈을 거두어들이는 것
- 사후관리 : 상품을 판 뒤 그 상품에 대해 책임지는 것



현실을 고려한 판매전략과 전술 수립
꼼꼼한 분석과 판단을 통한 추진
근본적인 구조 개선

영업 전략

사람(people) 관리와 팀 관리
관리시스템(control system) 관리
영업환경(sales environment) 관리

영업 관리



프로세스에 따른 영업활동 및 고객응대
- 고객에 대한 친절과 예의바른 자세
- 고객에 대한 존중과 인간적인 배려

영업담당자의 실행

영업 역량 강화

3. 영업의 과업역할 및 필요역량

영업의 과업역할에 따른 필요역량이 아래와 같이 존재한다.

따라서 각 과업 별로 요구되어지는 역할에 맞추어 역량 교육이 진행되어야 한다.

| 과업역할 |

영업 전략가 역할

영업 관리자
역할

실행자
역할

| 필요역량 |

Conceptual Skill

- 전략적 마인드를 바탕으로 전략적 영업 과제를 도출하고,
- 부하직원들에게 영향력을 발휘하여 전략과제를 성공적으로 해결, 성과를 유도해 낼 수 있는 역량

Managerial Skill

- 매니저의 역할과 책임에 대한 이해로 효율적인 팀 관리 원칙을 통해 운영하고,
- 영업 성과 향상을 위한 가격 및 마진을 관리할 수 있는 역량

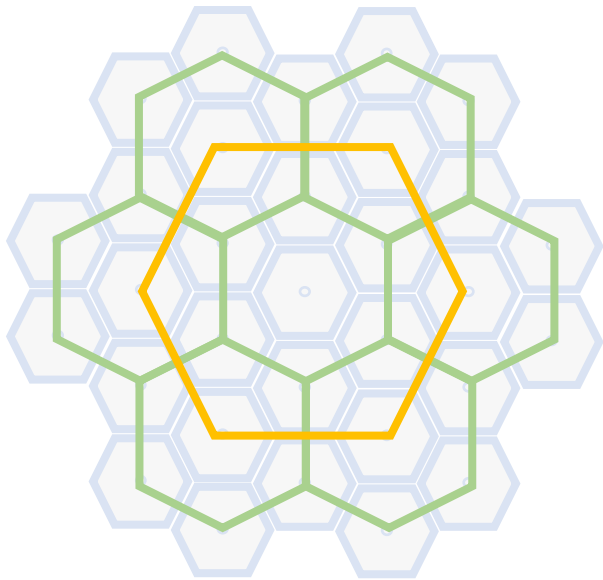
Task Skill

- 영업 프로세스 상에서 스스로 과제를 도출하고 문제를 해결해 나갈 수 있는 역량
- 고객과의 접점에서 발생하는 협상 상황에서 효과적으로 대처할 수 있는 스킬

※ Katz의 계층별 경영역량 차용

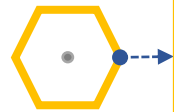
역량에 따른 교육과정

영업 범위에 따른 구분



조직의 영업 성과 달성을 위한
역량 교육 과정 설계

Conceptual Skill

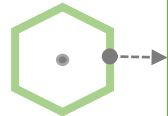


Degree
3

영업 전략 과정

- 전략적 사고
- 본부/지사/관할영업전략
- 거시적 환경과 경쟁

Managerial Skill

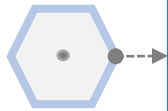


Degree
2

B2B 영업 관리자 과정

- 효율적인 팀 구축
- 가격 및 마진관리

Task Skill



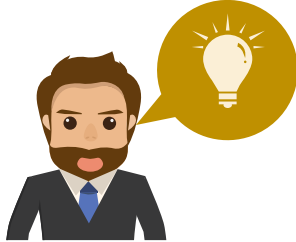
Degree
1

영업 실행 과정

- 영업 테크닉
- 문제해결 및 협상력
- 최종소비자에 대한 이해
- 영업 프로세스 및 성과

5. 설계 과정 일람표

영업 역량을 기반으로 크게 **영업 전략 과정**, **B2B 영업 관리자 과정**, **영업 실행 과정**으로 분류한다.



영업 전략 과정

회사의 비전 달성과
미래가치 향상

본부, 지사 또는 관할 영업전략

전략적 사고

거시적 환경과 경쟁



B2B 영업 관리자 과정

조직 관리 측면에서의
영업 관리자 양성

효율적인 팀 구축

가격 및 마진 관리



영업 실행 과정

영업 프로세스에 기반한
개인의 영업 역량 향상

영업 테크닉

문제해결 및 협상력

고객 및 최종소비자에 대한 이해

영업 프로세스 및 성과

거시적 환경과 경쟁

거시적 환경과 산업의 동향을 이해하고, 지역의 특성에 따라 시장을 세분화하여 이해관계자에게 최선의 서비스 및 솔루션을 제공한다.

| 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 | 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 영업 환경 분석 | <ul style="list-style-type: none"> • 거시적 환경과 산업의 환경분석 요인 • 환경 분석을 위한 3C분석 <ul style="list-style-type: none"> - 실전 적용을 위한 워크숍 : 3C 분석 실습 • 환경 분석의 재해석(기존 SWOT분석의 오류) <ul style="list-style-type: none"> - SWOT분석 VS OTCSW 분석 - 실전 적용을 위한 워크숍 : OTCSW 분석 실습 • OTCSW분석 오류를 방지하기 위한 리더의 지침 | 4.0 H | STCP 전략 II | <ul style="list-style-type: none"> • B2B 시장세분화 <ul style="list-style-type: none"> - 시장 상황에 따른 접근 : 경쟁시장, 과점시장 등 - 경쟁시장에서의 B2B 시장세분화 - 과점시장에서 B2B 시장세분화(거시/미시) - B2B의 표적시장 선정 • 실전 적용을 위한 워크숍 : STCP전략 도출 워크숍 | 4.0 H |
| STCP 전략 I | <ul style="list-style-type: none"> • STP전략 VS STCP전략 • B2B에서 ST의 필요성과 CP의 대체성 • B2B 시장세분화 구성요소 <ul style="list-style-type: none"> - 고객사 특징, 구매 센터 특징 - 구매관련 개인고객체계 • 올바른 STCP전략 도출을 이끌기 위한 리더의 코칭 | 4.0 H | B2B 영업 경쟁력 강화 | <ul style="list-style-type: none"> • 주요 고객사 선정 및 영업 목표 수립 • 구매 프로세스 중심으로 영업 프로세스 재설정 • 프로세스별 영업 상황 및 포지션 분석 • B2B 고객의 구매센터 분류 • 고객별 니즈 분석 기법 & 각종 Tool • 영업 프로세스 진전을 위한 솔루션 도출 • 계약 성공을 위한 전술 및 구체적 행동계획 수립 | 4.0 H |

본부, 지사 또는 관할 영업전략

회사의 비전과 전략을 이해하고 이에 따른 우선적 실행 사항 및 자신의 역할에 따라 본부영업전략을 수립(본부장)하며, 효과적이고 실현 가능한 지사영업전략을 수립(지사장)한다. 각 영업소에서는 이를 달성 가능한 액션으로 구체화(영업소장)한다.

| 모 들 | 세 부 내 용 | 시 간 | 모 들 | 세부내용 | 시 간 |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 조직 비전과 전략 이해 | <ul style="list-style-type: none"> 성공 영업 수주를 위한 핵심전략과제 도출 <ul style="list-style-type: none"> 영업 수주목표대비 현재의 Gap 인식 자사 Critical Success Factor(CSF) 핵심영업전략과제 도출 자사 영업직원 역량 도출 전략 과제별 수행해야 할 세부 영업활동 지표 도출 현 시점에서 개인이 수행해야 할 역할 인식 | 4.0 H | 핵심전략 과제 도출 | <ul style="list-style-type: none"> 지역 영업 개요 <ul style="list-style-type: none"> 지역 영업의 필연성 지역 영업의 3가지 시스템 지역 영업의 필요역량 성공 지역 영업을 위한 사전준비 지역시장과 경쟁사 결합 전략 <ul style="list-style-type: none"> 레이다차트 분석, 포트폴리오분석 자기 지역 핵심과제 도출 전략적 시장계획 <ul style="list-style-type: none"> 사업단위별 경쟁전략의 결정 경쟁전략 수립 시 고려요인 경쟁시장의 각 포지션 별 전략방향 자기 지역 내 전략과제 도출 전략과제 별 문제해결 전략과제수립 | 6.0 H |
| 영업전략 과 전술의 연계 | <ul style="list-style-type: none"> 영업 수주 달성을 위한 전략적 영업활동 시스템 <ul style="list-style-type: none"> 전략영업활동시스템 필요성 영업 수주 성공사례 <ul style="list-style-type: none"> 현실적으로 바로 활용 가능한 도구 활용법 영업 주요활동 요인 별 기회요인, 위협요인 도출 영업 수주 증대를 위한 유효한 활동목표 설정 <ul style="list-style-type: none"> 경쟁사의 논리가 포함된 MS 증대 목표 설정 영업 수주를 단축시키는 활동목표 설정 각 고객별 구매라인별 전략도출 <ul style="list-style-type: none"> 의사결정자, 중간 관리자, 담당자 사업적 니즈 및 개인적 니즈의 대응전략수립 | 6.0 H | | | |

전략적 사고(시나리오 플래닝)

미래의 트렌드와 그 영향을 정확하게 예측하고, 시나리오를 제시하여 지속가능한 가치를 창출할 수 있는 전략을 수립한다.

| 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 | 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 시나리오 플래닝 개요 | <ul style="list-style-type: none"> • 동기부여 및 미래예측에 대한 중요성 인식 • 시나리오의 개념과 유사 개념들과의 차이 | 2.0 H | 미래시장 예측 시나리오 | <ul style="list-style-type: none"> • 업계 핵심이슈 선정 <ul style="list-style-type: none"> - 트렌드, 불확실성, 유비무환, 최대 의사결정 사안 - 핵심이슈의 범위 선정(공간, 시간, 사업, 연관부서) • 외부 영향요소의 인식 : 정치, 경제, 사회, 환경, 기술 <ul style="list-style-type: none"> - 시장의 규모와 성장률 - 각종 정책(규제, 관세 등) - 경쟁사 경쟁전략 - 자원 및 지원 확보 가능성 등 • 외부 영향요소별 세부동인 도출 • 시나리오 고리 만들기 • 핵심세부동인을 활용한 시나리오 작성 • 전략적 이슈 및 대응방안 도출 <ul style="list-style-type: none"> - 시나리오에 따른 전략적 이슈 도출 - 전략적 이슈에 따른 대응방안 수립 | 8.0 H |
| 예측의 함정 | <ul style="list-style-type: none"> • 예측의 함정과 함정에 빠지는 이유 <ul style="list-style-type: none"> - 예측은 위기를 감춘다 (사례) - 예측은 기회를 감춘다 (사례) • 함정에 빠지는 이유 : 심리적 편향과 불확실성 | 3.0 H | | | |
| 불확실성 이해 | <ul style="list-style-type: none"> • 불확실성의 의미와 중요성 <ul style="list-style-type: none"> - 불확실성의 진정한 의미와 불확실성에 대한 오해 - 불확실성의 정도에 따른 4단계의 미래 | 3.0 H | | | |

효율적인 팀 구축

효율적인 팀 형성을 통해 공동의 목표와 설정하고, 대화와 협력으로 소속감 강한 팀 Spirit을 만든다.

| 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 | 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 매니저의 역할과 책임 | <ul style="list-style-type: none"> 매니저란? 매니저의 4대 역할 역할별로 바라본 강점과 약점 | 2.0 H | 업무수행 과정관리 | <ul style="list-style-type: none"> 임파워먼트를 통한 효율적 팀 구축 <ul style="list-style-type: none"> 잠재능력, 과업에 대한 의미감, 자율성, 영향력 업무수행 과정 중 매니저의 역할 모니터링 효과와 방법 인정과 칭찬이 필요할 때의 피드백 업무 개선이 필요할 때의 피드백 개인을 팀 플레이어로 전환하기 <ul style="list-style-type: none"> 조직의 팀 플레이어 창출 방법 선발, 훈련, 보상기법 | 4.0 H |
| 효율적 팀 만들기 | <ul style="list-style-type: none"> Tuckman(터크먼)의 팀 발달 모형 팀 발달 특성에 따른 매니저의 역할 효율적 팀의 특징(목표 공유, 상호신뢰, 의사소통 등) 효율적 팀의 요소 및 수행 평가 미션 수립 | 4.0 H | | | |
| 목표 및 계획수립 | <ul style="list-style-type: none"> 팀 목표설정의 중요성 SMART한 목표설정 계획수립 프로세스 계획수립의 결과물 | 4.0 H | | | |

가격 및 마진 관리

가격 및 마진 관리의 원칙을 이해하여 고객들에게 정량화된 가치를 명확하게 전달한다.

| 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 | 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 가격 전략의 이해 | <ul style="list-style-type: none"> • 가격관리의 의의 <ul style="list-style-type: none"> - 가격의 역할 - 가격이 다른 마케팅 믹스 요소에 비한 특징 • 가격관리 고려사항 <ul style="list-style-type: none"> - 시장구조와 가격관리 - 가격관리의 경제학적 접근 - 가격관리의 심리학적 접근 • 가격결정 절차 <ul style="list-style-type: none"> - 가격결정 목표의 설정 - 수요 및 비용 추정 - 경쟁제품의 비용과 가격 분석 • 가격전략의 방향과 적용 <ul style="list-style-type: none"> - 상대적 고가격 전략 - 상대적 저가격 전략 - 대등가격 전략 | 8.0 H | 가격 및 마진 관리 | <ul style="list-style-type: none"> • 가격전략 실행 및 최종가격결정 <ul style="list-style-type: none"> - 심리적 상태에 따른 가격 조정 - 초기고가가격과 시장침투가격 - 가격할인과 공제 - 가격 차별화(Price Discrimination) <ul style="list-style-type: none"> : 상품 Life Cycle에 따른 가격변화 : 가격 변화 결정 시 고려 요인 • 제품 결합을 통한 가격책정 • 가격 변경과 마진 관리 <ul style="list-style-type: none"> - 가격인하 - 가격인상 - 경쟁사 대응 가격변화 | 8.0 H |

고객 및 최종소비자에 대한 이해

고객과 최종 소비자의 니즈를 이해하고, 니즈에 부합하는 부가적인 정보나 서비스를 제공한다.

| 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 | 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 소비자의 이해 | <ul style="list-style-type: none"> • B2C와의 차이 <ul style="list-style-type: none"> - 구매 주관자, 구매 동기와 구매 결정방법, 4P 등 • B2C 소비자들의 구매의사결정 과정 <ul style="list-style-type: none"> - 문제인식, 정보탐색, 대안에 대한 평가, 구매 후 평가 • B2B 소비자들의 구매의사결정 과정 <ul style="list-style-type: none"> - 구매 필요성 인식 - 구매 내용의 명확화 - 제품 스펙 결정 - 공급업체 탐색 - 공급업체 제안서 평가 - 공급업체 선정 • B2B영업의 현실적 제약에서의 과제 • 산업재 구매조직 이해 <ul style="list-style-type: none"> - B2B 시장의 특성(구매조직의 특성) • B2B 구매의사결정 참여자(구매센터) <ul style="list-style-type: none"> - 사용자,영향력행사자, 구매자, 의사결정자, 문지기 | 8.0 H | 소비자의 니즈 | <ul style="list-style-type: none"> • 고객과 최종 소비자의 니즈 • 고객의 기대만족 • 구매의사결정에 영향을 미치는 요인들 <ul style="list-style-type: none"> - 개인적, 심리적, 사회적, 문화적 요인 • 구매 니즈에 따른 정보 제공 • B2B 구매의사결정과정 <ul style="list-style-type: none"> - 문제인식(고객의 니즈 확인) - 전반적인 필요의 기술 - 제품특성 상세화 - 공급업자의 탐색 - 제안서 제출 요청(RFP) - 공급자 선택 - 주문내용 명세서 작성 - 성과 검토 | 8.0 H |

영업 테크닉

고객 방문을 준비하여 더 많은 가치를 제공할 수 있는 솔루션 제공하고, 비즈니스 기회에 대한 지속적 탐색으로 고객과 긴밀한 유대관계 유지 및 고객충성도를 개발한다.

| 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 | 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 영업 테크닉 개요 | <ul style="list-style-type: none"> • 영업의 5가지 수준, 고객에 대한 생각 • 구매 프로세스와 세일즈 프로세스 • 고객의 마음에 다가가기 위한 4가지 문 <ul style="list-style-type: none"> - 발굴, 접근, 상담, 관리 • 고객의 마음을 움직이는 심리적 거울 <ul style="list-style-type: none"> - 세일즈 스킬 진단 - 진단 결과에 따른 고객 접근법 | 4.0 H | 고객 상담 | <ul style="list-style-type: none"> • 영업 상담의 정의 및 고객의 니즈 • 영업 상담 프로세스 <ul style="list-style-type: none"> - 어프로치 : 래포 형성, 오프닝, 무관심과 거절 처리 - 니즈 탐색(질문 스킬) : 한정/자유, 탐색/영향/해결 - 솔루션 제시 : 솔루션 제시 방법 - 클로징 : 구매신호 포착 / 클로징 방법 • 고객의 심리 : 연결성의 법칙 • 상담 실습 : 고객유형 별 상담스킬 연습(Role play) | 4.0 H |
| 고객 방문 | <ul style="list-style-type: none"> • 구매센터 분석을 통한 고객 파악 • 고객 방문 준비하기 • 일반적인 고객 접근 절차 및 매체활용의 효과성 • 고객방문 <ul style="list-style-type: none"> - 사례 및 노하우(Territory 관리 노하우) • 고객의 심리 : 인지부조화이론, 단순접촉효과 | 4.0 H | 고객 관리 | <ul style="list-style-type: none"> • 고객 관리의 중요성 <ul style="list-style-type: none"> - 고객감동과 불만, 고객관리 수준과 결과 • 고객 로열티 : 충성 고객의 효과 • 고객 로열티 확보 방안, 고객 감동의 원칙 • 불만 고객 응대의 원칙과 프로세스 • 고객의 심리 : 채무감의 법칙 | 4.0 H |

영업 프로세스 및 성과

영업 프로세스를 이해하고 프로세스에 따라 전략을 수립하여 고객 방문 준비를 실행하며, 실행 결과를 분석하여 영업 활동을 개선한다.

| 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 | 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| B2B 세일즈 이해 | <ul style="list-style-type: none"> • B2B 와 B2C 세일즈의 차이점 • B2B 영업 담당자가 갖추어야 할 필수덕목 • 파는 영업 담당자에서 비즈니스 파트너로 전환하기 • B2B 영업의 새로운 패러다임과 대응 방법 | 4.0 H | B2B 세일즈 상담 | <ul style="list-style-type: none"> • 고객 상담의 중요성 이해 • 고객 중심의 대화 시작 방법 • 고객이 정보를 제공하게 만드는 질문 기술 • 고객에게 정보를 제공하는 설득 기술 • 고객에게 약속을 받아내기 위한 클로징 스킬 • 협상 대안 카드 개발 | 4.0 H |
| B2B 세일즈 전략 | <ul style="list-style-type: none"> • 주요 고객사 선정 및 영업 목표 수립 • 구매 프로세스 중심으로 영업 프로세스 재설정 • 프로세스 별 영업 상황 및 포지션 분석 • B2B 고객의 구매센터 분류 • 고객별 니즈 분석 기법 & Tool • 영업 프로세스 진전을 위한 솔루션 도출 • 계약성공을 위한 전술 및 구체적 행동계획 수립 • B2B 영업 전략 시트 작성 | 4.0 H | 영업활동 개선 | <ul style="list-style-type: none"> • 영업성과 및 실행결과 분석 • 분석 결과물 활용 영업활동 개선안 도출 • 영업활동 개선안 적용 | 4.0 H |

문제해결 및 협상력

협상 상황에 대한 문제를 분석하고 대안을 수립하여 다양한 협상 기법을 활용함으로써 갈등을 최소화해 공정하게 해결한다.

| 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 | 모 들 | 세 부 내 용 | 시간 |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 영업 협상의 개념 | <ul style="list-style-type: none"> • 영업 협상의 개념과 특징, 종류, 필요성 • 영업 협상의 주요 요소 • - 협상목표,협상력,상대방과의 관계, BATNA • 협상전략 6가지 • 상담에서 협상으로 전환하는 시점 | 4.0 H | 영업 협상의 실행 | <ul style="list-style-type: none"> • 협상 시작(오프닝 - 아젠다 공유) • 협상의 실재 <ul style="list-style-type: none"> - 첫제안 기술 / 앵커링과 Aim high(목표 높이기) - 협상에서 쓰면 안되는 세 가지 기술 - 공격적 거짓 술책 세 가지 기술 - 방어적 술책 기술 - 을의 협상 전략 • 제안 스킬/ 조정 및 양보 스킬 발휘하기 • 클로징 단계에서의 협상전략 • 계약 성립 시의 주안점 - 거래조건 확인하기 • 교착상태에서의 협상 성공시키기 | 5.0 H |
| 영업 협상의 준비 | <ul style="list-style-type: none"> • 협상을 위한 니즈 파악 <ul style="list-style-type: none"> - 협상의 시작 및 신뢰 - 조직 니즈를 분석하는 방법 • 협상의 분석 : BATNA(최적의 선택대안)란? • 협상의 대안 유형 <ul style="list-style-type: none"> - 협상의 창의적 대안 마련을 위한 대안개발 - 교환, 강화, 절충, 양보의 대안작성 실습 | 4.0 H | | 영업 마인드 | <ul style="list-style-type: none"> • 영업의 정체성 인식 <ul style="list-style-type: none"> - 나에게 있어 영업은? (나의 영업 가치 높이기) - 영업을 나에게 주는 메시지 - 한계 상황속에서의 나의 영업철학 |

7. 강사 배치 현황

| 교육과목 | 배정 강사(1안) | 배정 강사(2안) |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 거시적 환경과 경쟁 |  <p>박 정 은 University of Alabama 경영학 박사 고려대학교 경영학 석사/박사</p> |  <p>김 성 수 중앙대학교 산업경제학과 박사 중앙대학교 대학원 경영학 석사</p> |
| 본부/지사/관할 영업전략 |  <p>최 유 환 중앙대 일반대학원 HRD정책 박사수료 한양대학교 대학원</p> |  <p>유 희 복 한양대학교 경영학과 석사(마케팅 전공) 한양대학교 경영학과 학사</p> |
| 전략적 사고 |  <p>김 용 진 단국대학교 경영학 석/박사 단국대학교 경영학 학사</p> |  <p>신 정 수 건국대학교 대학원 경영학 박사 건국대학교 경영대학원 교수</p> |
| 효율적인 팀 관리 |  <p>송 진 휘 고려대학교 대학원 HRD 박사 고려대학교 대학원 석사</p> |  <p>김 진 혁 승실대학교 대학원 평생교육학 박사 한양대학교 대학원 교육학과</p> |
| 가격 및 마진 관리 |  <p>이 상 운 미국 웨이스대학원 박사 명지대 일반대학원 박사과정 졸업</p> |  <p>최 운 선 명지대학교 경영학 박사 성균관대학교 경영학 석사</p> |

7. 강사 현황표

| 교육과목 | 배정 강사(1안) | 배정 강사(2안) |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 고객 및 최종소비자에 대한 이해 |  <p>나 중 호 한신대학교 교수(경영학 박사) 한양대학교 대학원</p> |  <p>박 기 진 한양대학교 경영대학원 보험경영학 석사 삼성생명보험(주) 영업소장</p> |
| 영업 테크닉 |  <p>엄 민 영 고려대학교 대학원 최고위 과정 고려대학교 경영학과 졸업</p> |  <p>이 재 란 한양대학교 교육대학원 교육심리학 순천향대학교 겸임교수</p> |
| 영업 프로세스 및 성과 |  <p>이 동 호 연세대학교 교육대학원 산업교육전공 연세대학교 법과대학 법학과 졸업</p> |  <p>백 진 호 한양대학교 일반대학원 산업공학과 한양대학교 산업공학과</p> |
| 문제해결 및 협상력 |  <p>홍 원 표 연세대학교 교육대학원 인적자원개발 한양대학교 졸업</p> |  <p>이 재 현 한국외국어대학교 경영대학원 경영학 (주)현대기아자동차 인재개발센터</p> |

거시적 환경과 경쟁 1안

박 정 은



| | |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | University of Alabama 경영학 박사 고려대학교 경영학 석사/박사 |
| 경 력 | 이화여대 경영대학 교수 한국 마케팅학회 상임이사 한국 소비자 학회 이사 |
| 연구 업적 | 연구관심 분야 : 마케팅 전략, 영업 전략 및 국제 마케팅 분야 연구 논문 : Journal of Marketing Research Journal of Personal Selling and Sales Management Journal of Business Research Journal of Business and Industrial Marketing Industrial Marketing Management 한국마케팅 저널, 한국마케팅관리연구 등 |
| 수상 경력 | 2007 미국마케팅 학회 "Researcher of the Year in Sales Management" Award 2005 Society for Marketing Advances 학회 "Best Paper Award in Sales" 2003 Society for Marketing Advances 학회 "최우수 박사논문" Award |

본부, 지사 또는 관할 영업전략 1안

최 유 환



| | |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | 중앙대학교 일반대학원 HRD정책 박사과정 수료 한양대학교 대학원 |
| 경 력 | 한국생산성본부 / 지도교수, 삼성전자 (주) / 특강강사 엑스퍼트 & 어치브코리아 / 전임교수 AIG 생명보험 E&T (Education & Training) / 교육컨설팅 트레이너 한솔그룹 한솔텔레콤 경영지원본부 / 방법론 및 ISO T/F, 인사&교육 |
| 강의 분야 | 프로그램개발, 사내강사 양성, 교육담당자 양성과정, 채용.취업전략, HRD컨설팅, 영업 & 마케팅 부문, 영업전략계획수립, 영업상담, 영업협상, 신규법인영업, 프로마인드, 경영시뮬레이션, 효과적 고객발굴 (마케팅전략 접목), 영업력 강화 코칭, 영업팀 육성전략, 영업전략계획수립, 비즈니스프레젠테이션, 영업(판매) 강사양성과정, 영업의사결정 및 문제해결, 무관심극복전략 |
| 강의 경력 | 삼성, LG, 현대자동차,기아자동차,우정사업본부,서울대학교,동부, 르노삼성, 미래에셋, 신한 은행, 만도, 한화, 빙그레, 한국타이어, 건국대학교, 태평양, 메리츠화재, 한솔그룹, 금호, 워커히, 삼성화재, 대명, 대우조선, 삼성전기, 삼성카드, ETRI, LGD, KB손해보험, 서울대병원, 롯데호텔, 토지주택공사,CJ, 농협, 현대해상,한라건설, 외환은행, 한국철도 공사, KETI,알리안츠, 대한제당, KB은행, STX엔진,대교,태광, 국무조정실, 한화 생명, GM쉐보레, 대상(주), 웅진씽크빅, 아시아나항공,현대중공업,동부,동국제강 외 |

전략적 사고(시나리오 플래닝)

1안

김 용 진



| | |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | 단국대학교 경영학 학사 (무역학 전공) 단국대학교 경영학 석/박사 (인사조직 전공) |
| 경 력 | 단국대학교 외래교수 (조직행동론, 조직구조론) 교육 과정 개발 및 강의, 기업 교육 체계 수립, 경영컨설팅 대표컨설턴트 행정자치부 정부혁신컨설팅단 HRM분과위 현대인재개발원 전임 외래교수(리더십포트폴리오 외 조직관리 부문) 서울시인재개발원 과정개발 자문위원 / 농업연수원 HRD교육과정 기술평가 위원 인천국제공항공사 직무만족도 조사 / 법제처 HRD/CDP 컨설팅 / 5개 지방인재개발원 HRD 컨설팅 부산기능대학 : BI 입주업체 경영 컨설팅 한국가스공사, 한국수자원공사 : 전략적 리더십 임원 과정 설계 운영 LG생활건강 : 소비자구매 행동분석 설계 운영 / LG 인화원 : HR대학-조직행동론 연구 설계 운영 시스코 시스템즈 potential Leader 대상 MBA 과정 설계 운영 / ㈜인정건설 경영컨설팅 |
| 주요 강의 및 개발분야 | Project Management, 리더십(셀프, 팀, 전략, CEO, 코칭과 멘토링, 동기부여, 임파워링 등), 여성리더십, 조직활성화, 커뮤니케이션, 창조적 갈등관리, 경영시뮬레이션, 전략적 의사결정, 창의적 문제 해결, 비전수립, 조직문화, 변화(위기) 관리, 혁신워크샵, 성과지향적 회의기법, Action Learning, HRD 실무, VIP마케팅, 마케팅전략과정, 맞춤 제안 과정, 전략적 고객관리, 제안 프리젠테이션 코칭 |
| 저서 및 방송 언론활동 | 『정부경쟁력 강화를 위한 조직운영 컨설팅 가이드북』(2008.1), 행정자치부 편찬 '고객 세분화로 니즈를 명확히 분석하라' 특집 (2005 5.6), 해오름 격월지 '분임조 활동과 리더십' 특집 (2002.3), 품질 그리고 창의 월간지 |

효율적인 팀 구축

1안

송진휘



| | |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | 고려대학교 대학원 성인계속교육 박사 고려대학교 대학원 기업교육 전공 석사 |
| 경 력 | HMI대표, 사)한국사회문화연구원 전문위원, 이화여자대학교/고려대학교 출강 전경련 국제경영원 HR고위과정 자문교수 만도기계(주) 인사팀 |
| 주요 강의 및 개발분야 | 상황대응 리더십, 셀프리더십, 변화관리, 코칭, 인재육성, 조직개발 및 활성화 프로젝트관리, 갈등관리, 코칭스킬, 협상스킬, Covey's 7Havits(셀프리더십) 교류분석 및 DISC, 전략경영, 전략기획, 문제해결, 의사결정 |
| 컨설팅 실적 | 신인사 프로젝트(성대 황규대, 한국SHL 공동연구) ISD Model 개발 : (美) 엔더슨컨설팅 공동연구 한라그룹 연수원운영체계개발 프로젝트 평생교육사 직무분석(한국직업능력개발원) 공동연구 국민은행 리더십과정 개발 프로젝트 한국증권전산 CDP(경력개발) 프로젝트 삼성생명 서비스리더십과정 개발 경동 HR혁신 프로젝트 |

가격 및 마진 관리

1안

이 상 윤



| | |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | 미국 웨이스대학원(뉴욕캠퍼스)박사과정 졸업(철학박사-Ph.D-셀조직학) 명지대 일반대학원 박사과정 졸업(경영학박사-Ph.D-국제유통전공) 연세대 사회과학대학 졸업(행정학, 사회복지학 전공) 일본 유통과학대학 일본유통세미나과정,일본프랜차이즈세미나과정 수료 |
| 경 력 | 현) 가천대 경영대학원 경영학과 교수 태인샤니그룹 과장/진로그룹 팀장 겸 그룹 유통부문 사내교수 인천국제공항공사 여객터미널 상업시설운영사업 평가위원 중소기업청 유통업경영진단. 지도위원 |
| 저 서 | [이익지향 계수평가 모델](2001), 한국생산성본부 [전략적 마케팅관리](2001), 한국생산성본부 [종합 물류관리론](2014) 도서출판 두남 외 다수 |
| 출강기업 | 신세계, 이마트, 혼다코리아, 삼성건설, 삼성증권, 에스원, 삼성테스코, 현대자동차, 쌍용자동차, 유한킴벌리, 대교, LG생활건강, LG화학, 비비안, 메리츠증권, SK Academy, 동원F&B, 미래에셋증권, 건강보험심사평가원, 교통안전공단, 남영L&F, 노동부, 대동건설, 대우건설, 정보통신공무원교육원, 한국산업은행, 한국후지쯔, 한솔, 한국투자증권 외 다수기업 |

고객 및 최종소비자에 대한 이해

1안

나 종 호



| | |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | 한신대학교 경영학과 교수(경영학 박사) 한양대학교 대학원 산업공학과 |
| 경 력 | 現) 강소기업연구원 원장 - 힐링 코스 숙명여대대학원 및 장안대학교 겸임교수 전경련, LG인화원, 연세대 상남경영원 등 전임교수 CJ제일제당, 태평양, 엔프라니 대표이사 등 역임 생산성본부, 중소기업진흥공단, 능률협회 전문위원 역임 |
| 강의 분야 | 중소기업 성공전략과 사례, 돈 안드는 마케팅, 밀리언셀링전략, 빅마케팅, 창조경영, 성공하는 직장인, 신입사원의 열정과 도전, 변화와혁신, 감성리더십, 전략적영업과 수요창출, 히트상품 개발전략, 마케팅 성공.실패사례 등 |
| 저 서 | 밀리언셀링마인드 / 신상품성공전략/ 마케팅기획메뉴얼 빅마케팅/ 삼성을 이기는 강소기업전략/ Q&A 실전마케팅 등 |
| 강의 경력 | LG생활건강, KT&G, 삼성네트웍스, 무역협회, CJ제일제당, 농협, LG 인화원, 포스코, 농심, SK, 기업은행, 현대건설, 삼성물산, 삼성금융, 자생한방병원, 롯데쇼핑, KOTRA, 국무조정실, 상공회의소 등 다수 |

영업 테크닉

1안

엄 민 영



| | |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | 고려대학교 대학원 최고위 과정 고려대학교 경영학과 졸업 |
| 경 력 | 연대최고경영자(외식부문)강의 중 국방혁신평가위원 연희정보통신(주) 교육사업부장 일화 교육부(영업부문담당) (재)PBI교육원 교육훈련팀장 |
| 강의 분야 | 변화와 혁신 : 위기 속의 변화관리, 변화와 도전 비전설계 : 현재의 삶, 미래의 삶 조직/개인 개발 : 21C는 아마추어를 원하지 않는다/ 21C의 진정한 경쟁력 신뢰조직문화 프로그램 : 우.분.투 프로그램 DISC 교육 : DISC를 통한 자기개발, 커뮤니케이션 ,리더십 코칭 |
| 출강 및 컨설팅 경력 | 외환은행, 로엔엔터테인먼트, 롯데 하이마트, 롯데손해보험, 롯데쇼핑, 롯데쇼핑롯데마트사업본부, 롯데월드, 롯데인재개발원, 롯데정보통신, 롯데제과, 메드트로닉코리아, 법무연수원, 보령제약, 보쉬코리아, 북이십일, 불스원, 삼성에버랜드, 삼성전자 구매전략팀, 삼성전자 첨단기술연수소, 삼성전자반도체연구소, 삼화왕관, 새마을금고연합회, 서울시 인재개발원, 소상공인시장진흥공단, 수원시청, 스태츠칩팩코리아, 쌍용자동차, 쌍용자동차 대전연수원, 아라마크, 아모레퍼시픽, 더케이손해보험,, 유니북스, 제주롯데호텔, 한림대병원 외 다수 |

영업 프로세스 및 성과

1안

이 동 호



| | |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | 연세대학교 교육대학원 산업교육전공 연세대학교 법과대학 법학과 졸업 |
| 경 력 | 지식회사SOL 대표 / 삼일아카데미 / CREDU 겸임 강사 / 엑스퍼트 컨설팅 전임교수 KMAC (한국능률협회컨설팅)_ Chief Consultant : 영업/유통/마케팅 주임 교수 어치브코리아(주) 영업교육팀 팀장, 동화홀딩스 인사기획팀 / 영업관리팀 Strategic Account Management 강사양성 by IMPAX Negotiation Skill 강사양성 by CEGOS Achieveglobal Sales & CS 부문 10개 과정 강사과정 by Achieveglobal |
| 강의 분야 | 영업 전략 수립, 영업 입문, 영업 상담 및 협상, 세일즈 리더십 & 코칭, 프레젠테이션 스킬 현장 관리자 리더십, 기획력, 사내강사양성과정, CS강사양성과정, CS리더 과정, 고객만족 경영 영업 전략 수립 과정, 협상 및 세일즈 커뮤니케이션, 세일즈 코칭, 영업상담, 영업협상, 신규법인영업 프로마인드, 효과적 고객발굴, 영업력 강화 코칭, 비즈니스프레젠테이션, 영업의사결정 및 문제해결 |
| 출강 기업 | 쌍용자동차, 기아자동차, 하나투어, 인터콘티넨탈 호텔, 파라다이스호텔, FKM, 아토택코리아, 진학사, 분당서울대 병원, 효성연수원, 효성 캐피탈, 국민은행, SC제일은행, 우리은행, 대우건설, 포스코건설(8 차수), 삼성전기, LG 전자, KT, 현대택배, 대한 통운, 웅진케미컬, 대우엔지니어링, 동서식품, 현대그린푸 드, CJ푸드빌, CJ 직거래 사원 및 대리점 사원, 동원시스템즈, 3 COM, 이수유비케어, 한국야쿠르트, 해태음료, 아가방, 서울문화사, NH투자증권, 동부하이텍, 웅진케미칼, 하나투어, 한화 S&C, 새마을금고, 쌍용자동차, 르노삼성자동차, 동국제약, 반디앤루니즈, Entergris, 매그너칩, PS&Marketing, KMAC, 코 리아센터닷컴, 쿠팡 외 다수 |

문제해결 및 협상력

1안

홍원표



| | |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 대표강사 |
| 학 력 | 연세대학교 교육대학원 인적자원개발 한양대학교 졸업 |
| 경 력 | 조선호텔 마케팅팀 ING Life 2003년 최연소 부지점장 카네기연구소(DCS) 리더십과정 이수 맥스웰 리더십 강사 |
| 강의 분야 | 성과향상 : 기획력 과정, Work Smart, 문제해결력 과정, 프레젠테이션 과정, 리더십 : 셀프리더십, 팔로워십, 코칭리더십, 맥스웰리더십, 카네기리더십, 변화혁신(변화관리) 조직활성화 : 아카펠라, 3D도미노, 비전 카프라, 소통 과정, 변화혁신(궁/상/각/치/우) 커뮤니케이션 : 조직 커뮤니케이션 과정, 설득력 과정, 갈등관리과정 기타 : 강사양성과정, AI활용 핵심가치 내재화, 경영 시뮬레이션 외 |
| 출강 기업 | 한국폴리텍대학, 중앙대학교, 삼성인력개발원, 삼성전자, 삼성종합기술원, 삼성SDS, 삼성물산, (주)대성, 건강보험관리공단,아스트라제네카, 연세대학교교육대학원, LIG넥스원, 미래에셋증권, ING생명, 서울시농수산물공사, 테일러넬슨소프레스코리아, 밀워드브라운미디어리서치, 바이엘코리아 동원그룹, 롯데슈퍼, 태광실업, 롯데제과, 롯데손해보험, CJ푸드빌, 롯데인재개발원, 롯데로지스틱스, 롯데카드, 현대자동차, 현대중공업 외 다수 |

거시적 환경과 경쟁 2안

김 성 수



| | | |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 | |
| 학 력 | 중앙대학교 산업경영대학원 산업경제학과 경제학 박사 중앙대학교 산업경영대학원 경영학 석사 | |
| 경 력 | 現)(주)굿파트너비즈/대표컨설턴트 現)한국유통경제연구소, 한국FC창업연구소 소장 現)명지대유통경영대학원 겸임교수 現)세종사이버대 경영학부 초빙교수 現)사단법인 한국유통과학회 상임부회장 現)사단법인 한국유통학회이사 전재래시장위원장 現)사단법인 한국외식산업학회 이사 | 現)사단법인 한국소자본창업컨설팅협회 상임이사 現)사단법인 한국프렌차이즈협회 자문위원회위원 現)대한상공회의소 유통물류초빙연구원 現)유통물류초빙연구원(유통물류100인선정) 現)중소기업청 시장경영지원센터 경영지도위원 現)서울특별시 재래시장활성화위원회 위원 現)중소기업중앙회 중소기업혁신위원 |
| | 전, 진로그룹 유통담당 임원, 백화점, 할인점 점장 Carrefour(까르푸) 프랑스계 할인점 경영컨설팅 농협 하나로 클럽 도매활성화 연구 외 다수 | |
| 논 문 | 한국형 할인점의 경영전략에 관한 연구 환경경영이 유통업 마케팅 성과에 미치는 영향에 관한 연구 | |
| 강의 분야 | 유통전반, 유통 정책현황과 발전방향, 각 기업의 마케팅 전략, 유통환경변화와 대응전략 대리점 유통관리 전략 | |

본부, 지사 또는 관할 영업전략

2안

유 희 복



| | |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | 한양대학교 경영학과 석사(마케팅 전공) 한양대학교 경영학과 학사 |
| 경 력 | 현) 송실대학교 국제경영대학원 겸임교수 현) AMA코리아 전임강사 전) 엑스퍼트 컨설팅 전임교수 전) 한국표준협회(KSA)전문위원 전) 메트라이프 부지점장, 푸르덴셜생명보험 라이프 플래너 전) 동서경제연구소 경영컨설팅 팀장, 아시안컨설팅 경영컨설턴트 |
| 컨설팅 경력 | 더 후라이팬 브랜드 서비스 전략수립 컨설팅 현대경제연구원 영업상담 온라인과정 개발 |
| 강의 분야 | 마케팅 부문 : 마케팅 전략수립과정, 창의적 마케팅 사례, 마케팅 트렌드, CRM 등 마케팅 이슈 영업 부문 : 영업상담, 영업협상, 신규법인영업, 영업전략, 영업마인드, 영업Process, 영업시뮬레이션, 영업목표 수립과정, 영업상담/협상 코칭, 신규법인영업코칭, 신입 영업매니저 육상, 영업팀 육성전략 성과향상 부문 : 변화혁신, 하프타임, 프리젠테이션, 기획력, 문제해결, 조직활성화, 회의진행과정 |
| 강의 경력 | 롯데정보통신, 이트레이드 증권, 새한, 바이엘 크롭사이언스, 기아자동차 대리점 영업사원 상담과정, 코오롱, 한화건설, 유니크대성,참조은SF, KT, 미래에셋생명, LIG본사, 메리츠증권, 코미코, 국민은행, 한국애질런트, LS전선, 국민은행 프리 PB, 오토엠아이티, 한국인포데이타, 아이레보, 쌍용자동차, 아주그룹, 삼성전자, 하나투어, 현대자동차, 한국산업인력공단, 한성대 산학협력센터, 퍼시스 등 |

전략적 사고(시나리오 플래닝) 2안

신정수



| | |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | 건국대학교 대학원 경영학 박사 |
| 경 력 | 현) 건국대학교 경영대학원 교수 현) 교육인적자원부 전문위원 현) 삼성전자CMC전임교수 (11년차 출강) 현) 수자원공사 전임교수 (3년차 출강) 전)일본스미도모DUNLOP근무 |
| 주요 저서 | 삼성 기회선점경영-무한(2007.7)/전략적 협상가-무한 유통관리사-건국. 기업체 맞춤 취업전략-무한 차등화 취업전략-건국 외 다수 |
| 강의 분야 | 창의력/ 문서작성 / 경영혁신과 기회선점경영 / 경영전략과 블루오션 / 길을 여는 마케팅 전략 / 탁월한 리더십 / 비즈니스 협상력 / 기획 & 프레젠테이션 등 |
| 강의 경력 | EBS출강: 경영혁신. 마케팅. 리더십. 협상력 TV 한국경제 출강: 경영전략 분야와 변화관리. 기회선점경영 기획예산처 초청강연: IT산업과 국가경쟁력 삼성전자CMC CEO특강: 경영혁신과 기회선점경쟁 매경 아웃소싱타임스 2006년 HRD 최우수 강사 선정 인크루트 경영혁신부분 명강사 선정 |

효율적인 팀 구축

2안

김진혁



| | |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | 송실대학교 대학원 평생교육학 박사 한양대학교 대학원 교육학과 |
| 경 력 | 유니레버코리아 근무, 흑자경영연구소 프로젝트 매니저, 삼일회계법인 교육팀장 한국리더십센터 전문위원(04-06) 미 SQI사 서비스 리더십 FT / 맥스웰 리더십 과정 수료 및 FT 성공하는 사람들의 7가지 습관 과정 수료, 피닉스리더십 챌린지코스 수료 TNT 협상 스킬 강사과정 수료, TA 강사 양성과정 수료 |
| 강의 분야 | 조직가치 혁신분야(핵심가치 내재화, 현장가치, 조직시민행동, 조직문화 관련 등) 개인 리더십(셀프 리더십-성공학, 시간관리, 비전, 사명서, 자기혁신, 프로의식, 경력관리 등) 매니지먼트 리더십 & 비즈니스 코칭분야(팀장 리더십, 조직혁신 리더십, 서번트 리더십 등) 교류분석(TA) 응용분야(인간관계와 커뮤니케이션, 팀웍과 조직개발 등) Negotiation Power(협상력, 영업상담, 설득력) 향상분야 비즈니스 스킬분야(기획력 향상, 문제해결, 프레젠테이션, 사내강사양성과정, 문서 작성 등) |
| 출강 기업 | 제조업: 삼성전자, 삼성전기, 삼성탈레스, 삼성코닝, 삼성SNS, 세메스, 새한그룹, 제일모직, LG화학, LIG 넥스원, GS-Caltex, LS산전, GS네오텍, LG필립스LCD, 한국페스토, 유진기업, 미쯔보시다이아몬드, 한전KPS, 대성그룹, BMW코리아, 좋은사람들, 환경희생활과학, 한진중공업, 예보닉코리아, 웅진코웨이개발, 애경산업, 쌍용자동차, SK네트웍스, 한솔LCD, 삼천리, 엠포스, 코리아나화장품, 이지케어텍, 세미텍, 필립스전자, 그룹세부코리아, SK-II, 세원셀론텍, 한진해운, 동양시멘트, 동방그룹, 조선내화, MDS테크놀로지, 한국델파이, 아모레퍼시픽, 한살림생협, 모토롤라코리아, 두산인프라코어, 두산중공업, SKT, 지멘스, 대덕전자, 휴비스, 캐논코리아, OCI Materials 제약: 동아제약, 종근당, 일양약품, 부광약품, 태평양제약, 한미약품, CJ제약, 송암약품 외 다수 |

가격 및 마진 관리

2안

최운선



| | |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | 성균관대학교 경영학 석사 명지대학교 경영학 박사 |
| 경 력 | 現) ㈜ IBS Consulting Company 경영연구소장 現) 성균관대학교 주관 경영컨설턴트 양성과정 (MCC) 교수 現) e-HR 경영연구소 소장 한양대학교 출강 중 (경영전략론, 경영사례연구, 기업환경론) |
| 강의 분야 | 사업전략, 마케팅전략 수립 과정, 신상품(신규사업) 기획 과정 전략수립 Tool Kit, 전략적 목표관리(MBO, BSC) 팀장 역량 강화 과정, 효과적인 보고서 작성 및 기획력 향상, 경쟁력 있는 '나' 만들기 등 |
| 컨설팅 경력 | 한국타이어(주), 현대자동차(주), Oracle Korea, 한국가스기술공사(주), 진로발효(주), 한국정보문화진흥원(KADO), 한국광기술원(KOPTI), (주)영신사, 태석정밀(주), 교보리얼코(주), (주)신라명과, 경기도 여성능력개발센터, 한국도로공사, 진로발렌타인즈(주), (주)대동정공, 건강보험심사평가원 등 |
| 강의 경력 | 삼성전자, 삼성전기 삼성SDI, LG전자, LG화학, SK Telecom, 현대중공업, 금호그룹, 코오롱그룹, 효성그룹, 동국제강, 웅진그룹, 한국타이어, 신세계백화점, 롯데제과, S-OIL, 3M, NIKE, KBS, 동아제약, 고려제약, 동서식품, AC닐슨, 한솔교육, 메트라이프, 삼성화재, 외환은행, 굿모닝신한증권, 한일시멘트, 후지제록스, 제일모직, 농협유통, 대우건설, 벽산건설, 대우정보시스템, 유한킴벌리, 대한적십자사, 한국기술사회, 청호컴넷, 벤처산업협회, 중소기업지원센터, 중소기업중앙회, 중소기업진흥공단 등 |

고객 및 최종소비자에 대한 이해

2안

박기진



| | |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | 한양대학교 경영대학원 보험경영학 석사 |
| 경 력 | 삼성생명보험(주) 영업소장 메트라이프생명(주) 영업소장, 교육과장, 연수과장, 영업국장 제일화재(주) 영업교육부 기획운영 팀장 한국 생산성 본부 전문위원 NLP 국제공인 Practitioner 룩스 컨설팅 컨설턴트 한라대학교 경상학부 겸임교수 |
| 저 서 | 행동하지 않는 리더는 미래가 없다, 점포경영 Field Manual, 보험 마케팅 |
| 강의 분야 | 점포/지점/지역단 경영(영업) 전략 컨설팅, 마케팅 전략(세일즈 역량강화, SWOT 분석 및 전략 수립) Turning Point 과정, 변화관리 과정, Fun to Work(GWP), 긍정혁명, 위기경영, 변화&혁신, 조직 활성화 사내강사 양성 전문가 과정, 조희 전문가, 프레젠테이션, 조직관리 및 목표(성과)관리, 갈등관리 NLP 영업 세일즈 스킬, 코칭 리더십, 멘토링, 가치 지향적 리더십, 셀프리더십, 변혁리더십 시스템적 사고, 전략적 사고기법, 창의적 사고, 기획력, 창의력, 문제해결력, 고객만족 경영 |
| 강의 경력 | 삼성, LG, 현대자동차, 기아자동차, 우정사업본부, 서울대학교, 동부, 르노삼성, 미래에셋, 신한 은행, 만도, 한화, 빙그레, 한국타이어, 건국대학교, 태평양, 메리츠화재, 한솔그룹, 금호, 위커희, 삼성화재, 대명, 대우조선, 삼성전기, 삼성카드, ETRI, LGD, KB손해보험, 서울대병원, 롯데호텔, 토지주택공사, CJ, 농협, 현대해상, 한라건설, 외환은행, 한국철도 공사, KETI, 알리안츠, 대한제당, KB은행, STX엔진, 대교, 태광, 국무조정실, 한화생명, GM쉐보레, 대상(주), 웅진씽크빅, 아시아나항공, 현대중공업, 동부, 동국제강 외 |

영업 테크닉

2안

이재란



| | |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | 한양대학교 교육대학원 교육심리학 |
| 경 력 | <p>순천향대학교 겸임교수 한국생산성본부겸임교수 (주)에스원, 에스텍시스템 근무 (주) Cisco Presentation & Soft Skill교육 전담 (주) SUN Microsystems Reseller Training Management (주) 한화 S & C / e-Learning / Presentation Skill 과정 개발</p> |
| 강의 분야 | <p>대인관계능력향상, 커뮤니케이션스킬, 프레젠테이션 스킬, 열정과 프로의식 세일즈 교육(Strategic Selling Skill, Relationship Selling, Sales Awareness for Non Sales) 고객만족 경영, 영업상담 기법, 여성 리더십, 사내강사양성과정, 회의 운영기법</p> |
| 출강기업 | <p>롯데인재개발원, 롯데제과, 시스코, 대명레저산업, 유니베라(남양알로에), 대성, 대보산업개발, 에스원, 롯데정보통신, 롯데카드, ING생명, 대원강업, 삼진제약, 국민건강보험공단, 일양약품, 한솔교육, 병원 : 서울대학교병원, 건국대학교병원, 강남성모병원, 삼성의료원 등</p> |

영업 프로세스 및 성과

2안

백진호



| | |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | 한양대학교 일반대학원 산업공학과 한양대학교 산업공학과 |
| 경 력 | B2B세일즈컨설팅/ 대표컨설턴트 엑스퍼트컨설팅/ 전임강사/ Achieve Global 세일즈 트레이너 A.S.K. Solutions 한국지사/ 이사/ Cisco Systems 세일즈 트레이너 한국 HP/ 영업팀 과장 NDS/ 영업팀 대우중공업/ 엔지니어 |
| 강의 분야 | 영업 상담 스킬, 영업 협상 스킬, IT 솔루션 셀링 스킬, 영업 전략 수립, 서비스 엔지니어 커뮤니케이션 스킬, 성공 비즈니스 엔지니어 되기, 세일즈 프리젠테이션, 디지털 세일즈 스킬, 프로세일즈맨 심, 제안서 작성, B2B 영업 스킬 |
| 강의 경력 | 삼성전자, 삼성SDS, 삼성중공업, 삼성건설, 삼성SNS, 삼성전기, 삼성카드, 삼성테크윈, 삼성전자로지텍, 삼성전자서비스, 삼성에버랜드, 삼성바이오닉스, 신세계백화점, 이마트, LG전자, LG화학, LG상사, LG유 플러스, HLDS, LG하우시스, LS산전, LS전선, LIG넥스원, LIG시스템, SK텔레콤, SK C&C, SK텔링크, SK건 설, SK브로드밴드, SK E&S, SK하이닉스, SK엔카, KT, 포스코, 포스코ICT, 롯데정보통신, 롯데카드, 롯데 홈쇼핑, 롯데제과, 롯데삼강, 롯데건설, CJ제일제당, CJ GLS, CJ 대한통운, HP, 효성, 바스프, 시스코시스 템즈, 한국하니웰, 지멘스, SAP, NHTec, 동양시스템즈, Autodesk, 테크데이터, AC닐슨, 로슈진단, 코스 콤, 다우기술, 쌍용자동차, 한국코닥, 위니아만도, 세방, EBS, 새한, 한국샌드빅, 락앤락, 볼스원, 유한김 벌리, 동일방직, 딜로이트안진, 동화기업, BC카드, 하이트진로, 동아제약, 청호나이스, 엔프라니, 한국코 닝, 풀무원, 한국화장품, 웅진닷컴, 푸르덴셜증권, 모토롤라, 메디슨, 동부증권, 코리안리, 애경산업, DHL, 국민은행, 동양그룹, 하나은행, 필립스전자, 다우기술, GM대우자판, 르노삼성자동차, 토요타자 동차, 한국타이어, 넥센타이어, 대덕전자, 푸드머스, stx포스텍, 아모레퍼시픽 등 |

문제해결 및 협상력

2안

이재현



| | |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 현 직 | 참빛파트너즈 전문강사 |
| 학 력 | 한국외국어대학교 경영대학원 경영학 |
| 경 력 | 現 스카이랩씨투 (SkylabC2) 대표 前 하이! 소사이어티 기획실장 및 수석강사 前 (주)현대기아자동차 인재개발센터 교육(HR)담당 |
| 강의 분야 | 협상 커뮤니케이션 : 비즈니스 협상 Business Negotiation Skill, 구매협상 Purchase Negotiation Skill 세일즈 협상 Sales Negotiation Skill, 설득 커뮤니케이션 Persuasion Skill 생산성 : Creating Best Your Life 과정, 스마트 워커를 위한 생산성 (SPRINT Program) 과정 리더십 & 프레젠테이션 : 위대한 일터를 위한 유쾌한 리더십(Fun Leadership For GWP) 긍정혁명 A리더십 (Appreciative Leadership), 디지털 프레젠테이션 (Digital Presentation) 과정 효과적인 강의 스킬 (Effective Teaching Skill) |
| 저 서 | 나대리의 유쾌한 협상: 이기는 사람들의 7가지 협상기술(더난 출판2010) 비즈니스 협객(協客)이 되는 한국형 협상스킬 (형설아카데미 2015) 교사, 교수, 강사의 탁월한 경쟁력 강파워 (영진닷컴 2015 예정) 월간 HR Insight 협상 칼럼 리스트 / 월간 기업소비자정도 칼럼 리스트 E-Learning: 나대리 협상왕 도전기! 성공적 협상 기법 |
| 출강기업 | 현대기아자동차, KBS, MBC, 삼성생명, 삼성전자, 삼성전자서비스, 삼성증권, 삼성화재, SK 텔레콤, BRkoea, LIG손해보험. 아모레퍼시픽, 농협, KT, 교보생명, 포스코, 삼양그룹, LIG, ING, 신한카드, 신세계백화점, 롯데백화점, 롯데제과, 웅진씽크빅, GS리테일, 풀무원, 동양생명, 웰컴론, 아이컴피아, 티시스, BBQ, 하이마트, 하나SK카드, 포소드, 일신종합전선, 메디컬 헬스, 현대정보기술, 대한 뉴팜, 다이니, 폰스크린코리아, 레드아이, 프루덴셜, 코리아e플랫폼, 하나대투증권, 한국도요자동차, 기업은행, 리더스코인스, NSOK, 랄프로렌, 딜로이트회계법인, 롯데건설, 다쏘시스템코리아, 삼정KPMG, (주)대상, 에이블어스, 현대산업개발, 현대오일뱅크, 만도 외 다수 |



Light your way~!