

研修企画書

バイヤー研修

株式会社 さま

第 1 回

研修のねらい(目的)

バイヤー研修 第 1 回目として、講義のみではなく、受講生自らが参画して、検討や発言・発表していけるような雰囲気を作り、視野を広げていただく。

期待する成果・結果

バイヤーの仕事とは、お客様の考えていることとはどのようなことなのかそしてそのアプローチ方法は？

研修の進め方(特徴)

実技、体で覚える内容、個人で検討していただく内容、グループで検討していただく内容、宿題として調べていただく内容などを織り込み、柔軟な発想を身につける。さまざまな切り口から問題解決を自らできる能力を養う。

使用する教材

プロジェクター
ビデオ
パソコン

研修プログラム

時間	講義内容	進め方と目的
15:00	自己紹介	進め方：前提条件を作り、一人 1 分間で自己紹介をしていただく。前提条件は「新卒の学生の後輩に 1 分間で自社の特徴と自分の仕事を説明してもらいます。」ビデオに撮り、別の機会に自らの表情、表現を振り返っていただく。 目的：研修にかける姿勢と制約条件の中での的確に相手に伝達するスキルを見る。また、交渉やプレゼンなどでも重要なポイントとなることを全員の自己紹介の終了時に説明する。今回は「前提」と「重要度」の説明
15:30	当社はどのようなスーパーマーケットか？	進め方：個別に当社はどのようなスーパーマーケットかを考えてもらい、次にグループで討議、一番の妥当な答えをグループごとに発表していただく。 目的：経験年数の異なるグループで討議し、自社を見る目を多様化する。
16:00	当社の理念を再確認する	進め方：当社の理念を全員で確認し、その理念が反映した店舗や売り場、商品になっているかを確認していく。個人、グループの順番に検討していく。 目的：理念と自らの行動を結びつけて考えていただく。
16:30	理念とバイヤー	進め方：バイヤーと理念を個人、グループの順番に検討していく。 目的：理念とバイヤーの業務の関連・重要性を再認識していただき、ストアコンセプト、品揃え、商品と理念が貴かれているかを検討する。
16:45	お客様は何を当社に求めているか？	進め方：今のお客様はどのような人々かをまず、個人で考えてもらい、グループの中で討議していただき、一番妥当と思われるお客様像を発表していただく。 目的：自由な軸を使ったお客様のポジショニングを行い、さまざまな発想力を見る。
17:00	時代はどのように動いているか	進め方：10 年間のヒット商品を見て、時代の根底を理解する。個人で考えてもらい、グループの中で討議・発表していただく。 目的：時代の変化を見て次の時代を考える。なぜなのかを検証・推測する思考を身につける。
17:30	消費者に対するアプローチの方法	進め方：講義でマーケティングの外部環境の一般的な内容を案内し、自らの部門に強く影響を与えるものを考えていく。 目的：さまざまな外部環境を考えることで視野や考え方を広げていく。
17:45	宿題の説明と質問	進め方：宿題の説明と今後の進め方を案内する。各担当者がそれぞれの部門の中から単品を選択することと調査を行っていくことを説明する。質問は無記名でも構わないので何でも聞いて下さいと依頼する。また個別の質問がある方のみ氏名を明記していただく。この場合は個別に回答することもお伝えする。 目的：宿題を実施することで今回と次回の時間を埋める。質問については 1 人 1 人個別に対応していくことを理解していただく。

200X年X月X日

作成