

元広告代理店、現場叩き上げ営業マンが伝授！
あなたの市場価値を、めっちゃアップさせる
5年目からの営業マン・現場必勝マニュアル



第四章： 企画発想力



元広告代理店、現場叩き上げ営業マン

エサキヨシノリ

あなたの市場価値をあげたい、営業担当さまへ

例えば、

職歴5年目を迎えた20代後半の営業マンが

「もう一段上のレベルを目指すには・・・どうしたらいいんやろ？」と自問したとします。

近頃、営業成績は横ばい。

仕事上の責任やプレッシャーは徐々に重く。
転職できる力があるか疑問。

そんな不安が募り始める時期を「**5年目の壁**」
と呼ぶならば、

その壁を越えるためには、やはり「あなたの営業としての市場価値をあげる」しかないようです。

どの会社に行っても通用する！感謝される市場価値の高い営業マンになるために努力したいというあなたにだけ、

その方法をエサキ流でお教えします。

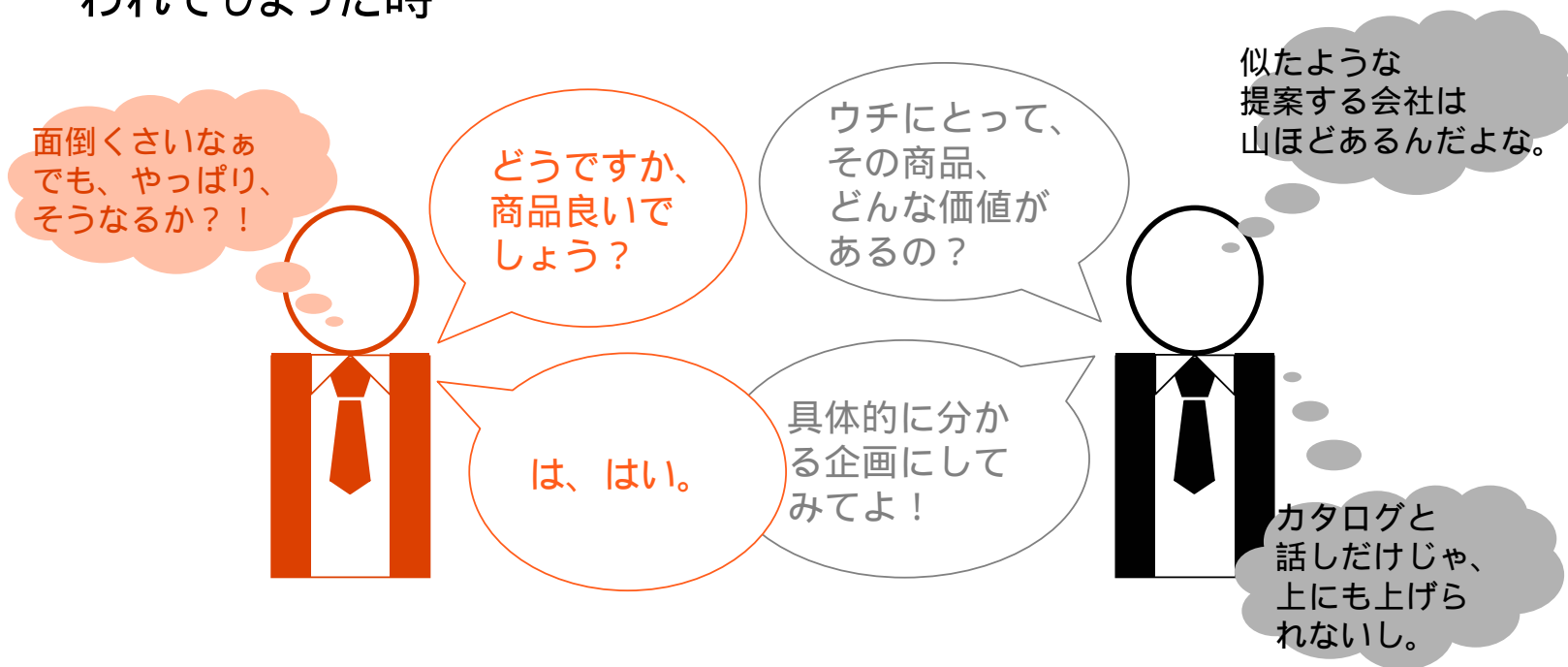
【 すっかり！恒例の質問です 】

営業マンのあなたは、
どんな時に企画発想力が必要だなぁと感じますか？



【 企画発想できないから、その先に進まない 】

例えば、話とカタログだけでは + の価値を感じないとお客さまに言われてしまった時



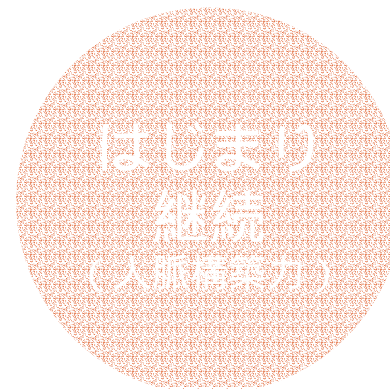
【 企画を発想するという事は1 】

企画 = あなたの^{くわだ}企てを^え画にする事。

- + の価値が、誤解なく伝わる。
- 正しく一人歩きしてくれる。
- 内容が具体的に伝わる。
- 考えが整理され、ロジカルに説得できる。

【 企画を発想するという事は2 】

さらに、企画発想し画くことにより、



を形にする事が可能になる

【 どうですか？企画が画けると良いでしょう！ 】



【 どうですか？企画が画けると良いでしょう！ 】



【 営業マンの市場価値をアップする企画 】



画き方
(基礎)

それでは、これから営業マンがお客さまを、うまく説得し、商品・サービスを買ってもらえるような企画の画き方を勉強してみましよう！

難しく考えなくてOK！これからお話しするステップに沿ってみてください。

その前に！

【 画き方をごらん頂く前に 】

企画を画くと言っても、あなたの会社の業種や得意先の種類によって、様々ですよね。

そこで、今回、私達が取り組む「企画の画き方ステップ」を、ある前提を基に進めたいと思います！

【 企画の画き方ステップ： 前提1 】

- 特定の商品を一般消費者対象に訪問販売する営業マンが
- 新しい営業展開に関して社内上司を説得するための企画とする。
- その営業マンが一人で考え、画くための企画である。

【 企画の画き方ステップ： 前提2 】



1. 営業マンが勤務する会社の設定

クリーン電器株式会社(架空会社)は、家庭用清掃関連電気機器を専門に訪問販売するニッチ企業である。家電全般の市場では無名であるが、近年、地域にめちゃめちゃ密着した消費者目線での商品開発、サービスが徐々に支持されている。この度、同社はアトピー症候群の原因となるハウスダストを100%除去する掃除機「ハウスダスト・ゼロ」を発売。市場をビビらす営業展開を行う構えである。

2. 営業マン(情熱学くん)の設定

新卒として同社に入社、以来、現場営業マンとして5年目を迎えている。この春から、担当エリア変更を命じられ、まったく知らない土地、大阪南港ポートタウンを受け持つ事になった。このエリアは同社にとっても未開の地、まさにゼロからの新規開拓にビビりぞき、頑張れ、学！

営業マンの企画を画いてみよう・・・、

【 企画の画き方： 4つのステップ 】



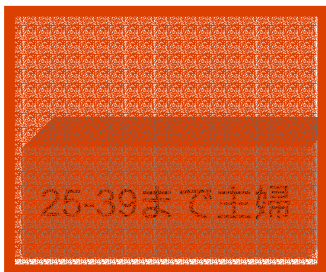
営業マンの企画を画いてみよう・・・、

【 企画の画き方： ステップ1 】



【 企画の画き方： ステップ1 】

特にお子さん（小学校低学年まで）のアトピーにお悩みの年齢層で絞った場合。



対処法の正解を教わりたい。

でも、教えて貰える知り合いもない。

子供のために限界まで頑張っているのに

子供がアトピーなのは自分のせい？

掃除はカンタンに済ませたい

良いモノなら買うでも、一度使ってみないと買わない

駅前での街頭アンケート

1

誰に売るのかを決める

【 企画の画き方： ステップ2 】

アンケートで分かった消費者の声を基に。

2

営業側の
強み・弱み
を確認する



アトピー対策の正しい知識啓発ができる。

主婦間の知り合い創りのお手伝いは難しい

主婦の気持ちを逆手にとって、

今まで恐怖訴求をしていた。

掃除機の機能説明はできる。

試用してもらう機会は一時貸し出しのみ。

営業マン側の「強み」と「弱み」

【 企画の画き方： ステップ3 】

3

にとつての価値
として強みに変換



アトピー対策の正しい
知識を分かり易く説明

対処法の正解を教わり
たい。

地域の先輩主婦との
ネットワーク創り

教えて貰える知り合い
がない。

お母さんの頑張りを全
力で応援（メッセー
ジ・サービス面）

子供のために限界まで
頑張っているのに。

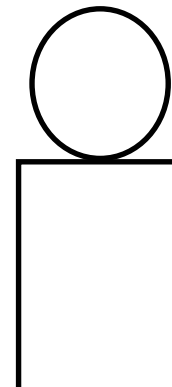
子供がアトピーには
自分のせい？

掃除機の機能説明

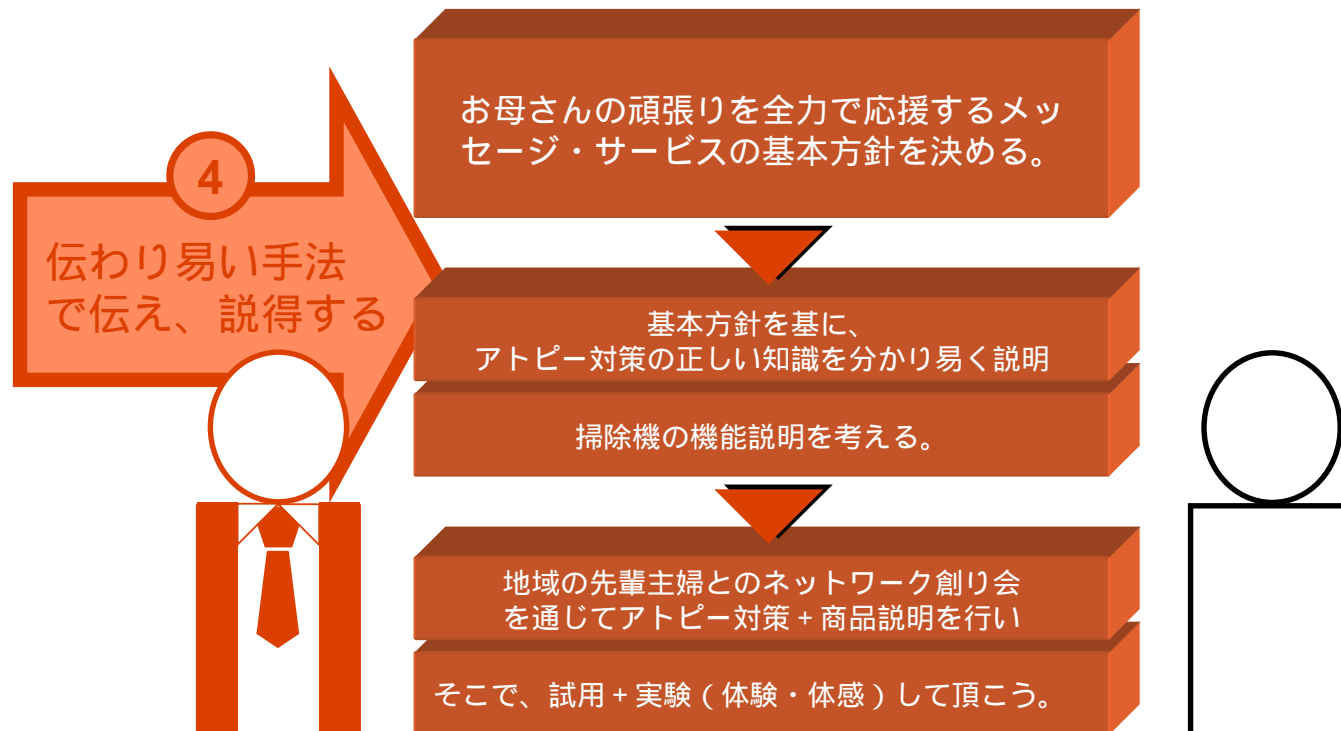
掃除はカンタンにしたい。

新たな試用機会

良いモノなら買う、で
も一度使ってみて。

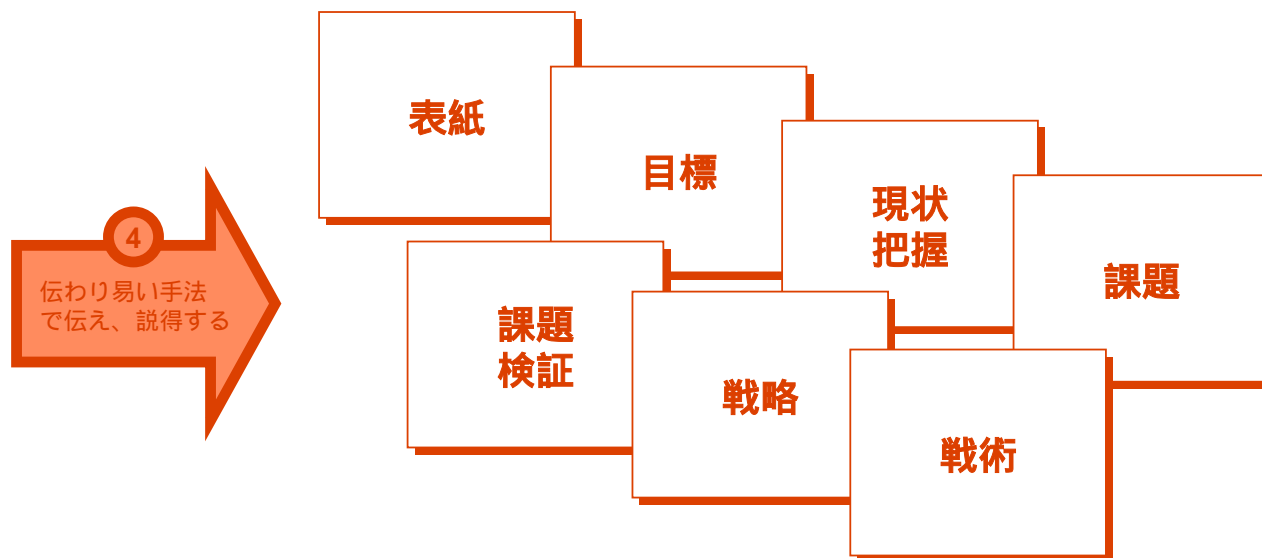


【 企画の画き方： ステップ4 】



【 企画の画き方： ステップ4 】

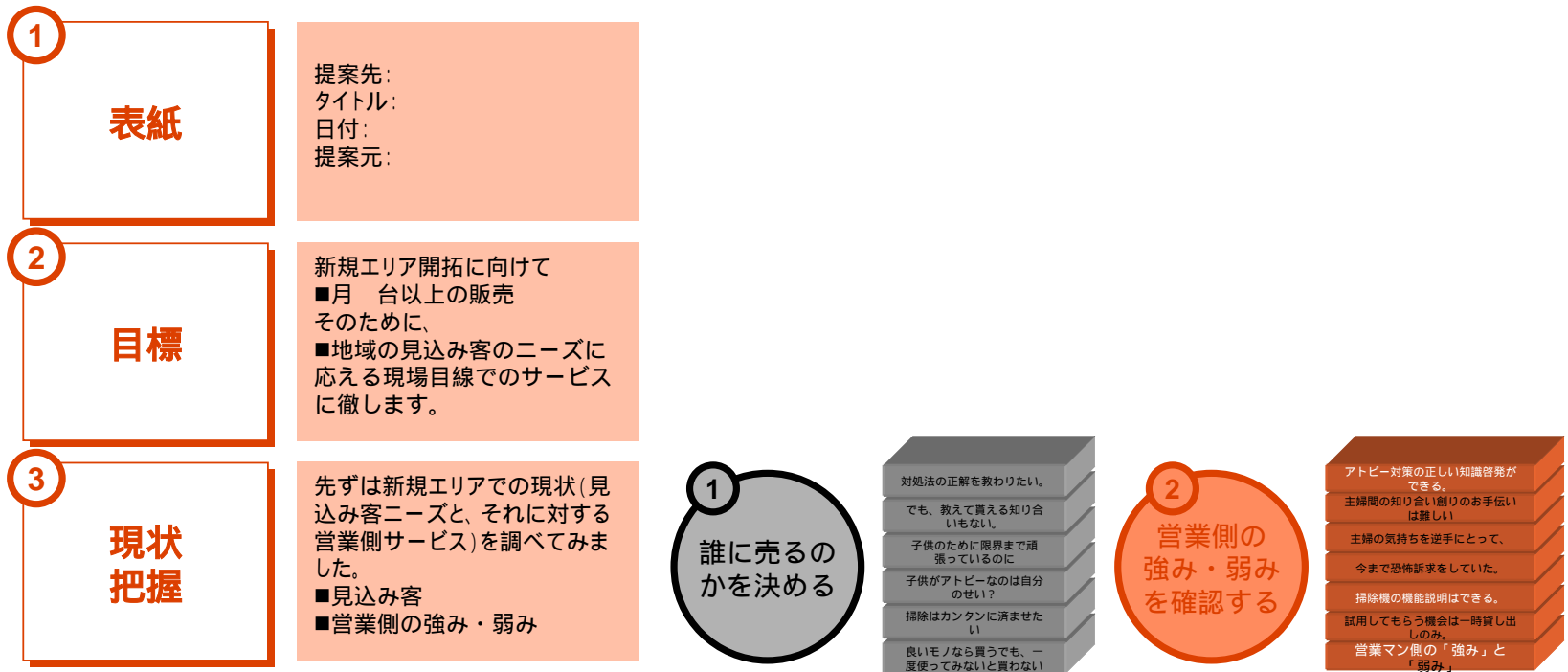
次に、今までの情報を企画書として落としていきます。基本は、以下の7ページを埋めていく事です。



・・・なぜ、7ページかって、それは、ホワイトボードで説明します。

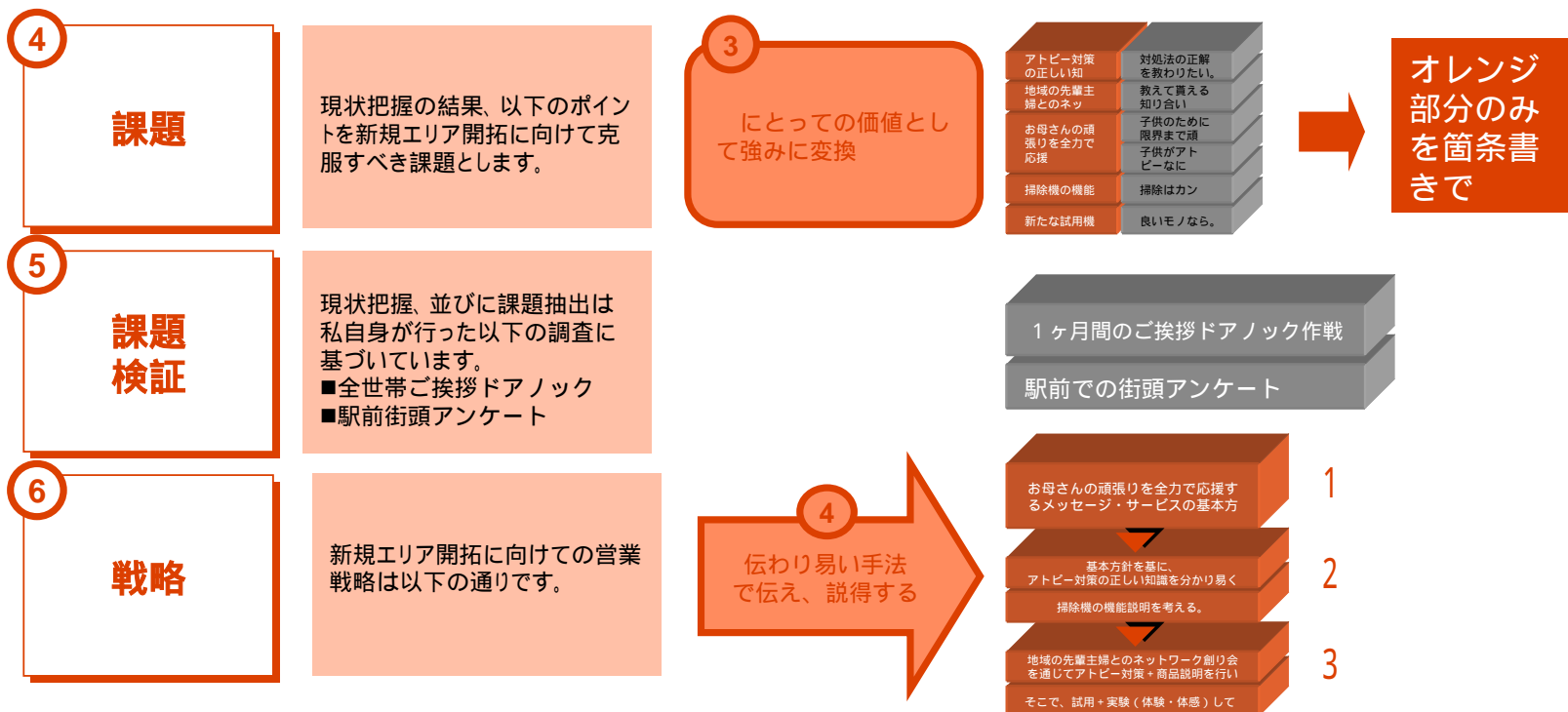
【 企画の画き方： ステップ4 】

はじめに、目標と現状把握を今までの情報を基に埋めていきます。



【 企画の画き方： ステップ4 】

同じように、課題と課題検証、戦略までを埋めていきます。



【 企画の画き方： ステップ4 】

最後に、戦術アイデアを埋めていきます。

7

戦術

それでは、営業戦略1～3に関する具体的展開(戦術)を順にご説明します。

1) お母さんの頑張りを全力で応援するコンセプト・メッセージ、そして、サービスの基本方針

コンセプト・メッセージ

「ママの願いから生まれました」
ハウスダスト・ゼロは、頑張るママへのクリーン電器からの贈りもの



サービスの基本方針

営業マンは贈りものを届けるプレゼンター。日々、アトピー症候群のお子さんを心から心配し、対処に頑張るママを販売員の枠を越え応援するサービスを行う。

2) アトピー対策の正しい知識と「ハウスダスト・ゼロ」の機能説明

情報伝達の考え方と手法

いつも、この街を定期巡回し、あなたを応援し続けます。

+

自作新聞+お手紙でアトピー対策やママお得情報(スーパー・町内会お祭りなど)をお届けします。

+

「こんなサービスあったらいいな」を取り入れます。

+

あなたのお悩みに合わせた商品説明を致します。

3) 先輩主婦との悩み相談ネットワークと商品試用

町内会からのご協力を受け、地域の先輩主婦と新米主婦とのネットワーク(お悩み相談会)をつくる。
■アトピー対策/先輩主婦のカンタン掃除術
■持ち回りお稽古講師
■その他

+

専門家が語るアトピー症候群対策
■町の小児科先生、保育園園長さんのご協力得て専門家からのアドバイス
■ハウスダスト・ゼロによる実験・試用
■1週間お持ち帰りあり

今回は、魅せる企画のテクニックをみてみよう・・・、

【 営業マンの市場価値をアップする企画 】

企画の画き方の基本は確認できましたか？

次に応用編としてお客さまの興味を引くための「魅せ方」について少々お話したいと思います。



魅せ方
(応用)

【 企画の魅せ方：情報の整理術 】

1 . 上から下、左から右の法則

- 人が文章を読む時の基本的目の動き。

2 . 書体

- 明朝系文字 可読性に優れており本文に。
- ゴシック系文字 視認性に優れておりタイトルや見出しに。
- 書体の種類は2又は3種類が適当。

3 . 文字の大きさ

- プレゼン:見出し 24p 本文 18p を基本に。
- 企画書: 見出し

4 . 見出し

- 本文を要約し、読み手の興味を引き付けるコピー的文章を目指す。

7 . 配列表現

- 並列表現は記号で、順位表現番号で表す。

8 . 文章表現

- できるだけ簡潔に、重要なポイントをはじめに。

プレゼン用

報告書
稟議書
時間がない

見出し

・あいうえおかきくけこ
・あいうえおかきくけこ
・あいうえおかきくけこ
・あいうえおかきくけこ

【 企画の魅せ方： ビジュアル演出 】

1. 「商品らしさ」を表現

- 商品らしい書体を決める。
- 商品らしい色を決める。
- 商品らしい文字表現を入れてみる。
- 商品らしいイラストや写真を選ぶ。

2. 書体に関するポイント

- 汎用性のない書体は避けましょう（PCの場合）

3. 色に関するポイント

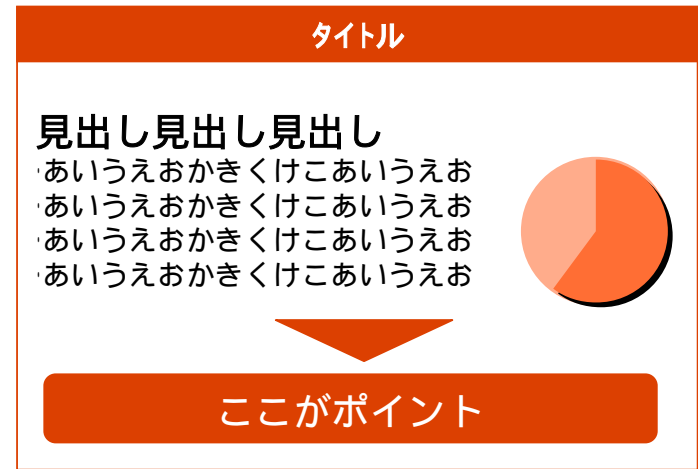
- 全体的統一感を創りだすための基調色を決め、色分けする場合は基調色の同系でまとめる。
- 目立たすための文字の色は1色と決める。
- 網掛けを文章ブロックの地色として使用すればまとまり感が増す。

4. イラスト・写真に関するポイント

- 「多すぎ」は「ゴチャゴチャ」を生む。
- 強調したい「らしさ観」を表現する1つでも効果あり。
- 写真は、ちゃんと撮影したものを使用する。

5. その他のポイント

- 数値的な裏づけ(量の比較、構成の比率)はグラフを使う。
- 相互関係の表現はチャートを使う。



今度は、魅せる企画のテクニックをみてみよう・・・、

【 企画の魅せ方：感動の演出 】

1. 「あなたらしさ」を表現
 - あなたを主語とした文章を考える
2. 「相手の心をつかむ」を表現
 - 提案先担当者呼びかける様な表現を使ってみる。
3. A4の紙以外で表現
 - 例えば、商品の包装紙を使って作ってみては。
4. PCに頼らない表現
 - 例えば、ポストカード風、紙芝居風、飛び出す絵本風、劇の台本（芝居セリフ）風
5. 五感に訴える表現
 - 映像、音楽、感触、匂いで訴えるプレスリリースがあってもいいじゃない！

「ハウスダスト・ゼロ」の企画、あなたなら、どんな感動演出をしますか？

「ご清聴ありがとうございました。」

皆さまとお会いできた事に心から
感謝いたします。

情熱の学校 エサキヨシノリ