

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



## 第五章：プレゼンテーション力



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る？」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。

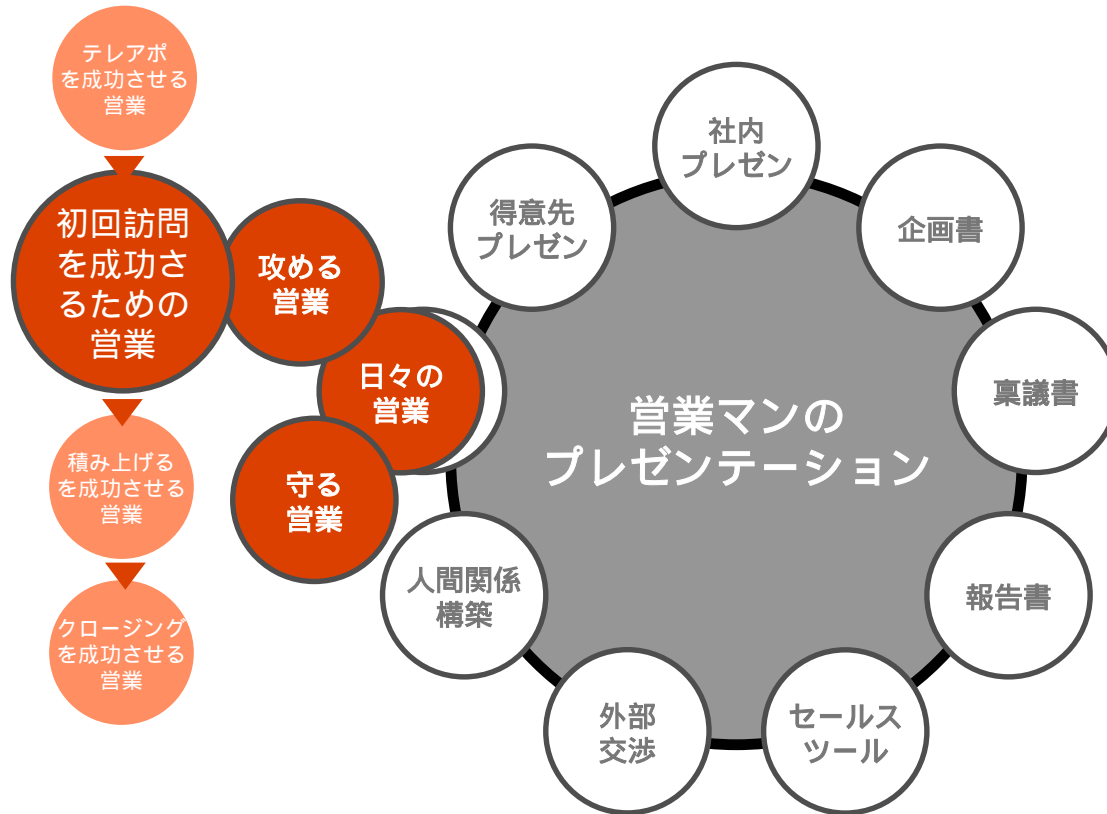
そんな不安が募り始める時期を「**5年目の壁**」  
と呼ぶならば、

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。

## 【 今回、お話す営業マンのプレゼンとは 】



## 【 本日のテーマとエサキ流ポイント 】

実は、「初回訪問」こそ、営業マンがゲットすべきプレゼンテーション・ノウハウが、いっぱい詰まっています。



# 初回訪問を成功させるエサキ流ポイント

## 【 1つ目のポイント: 営業される側の心理を知る 】

—心理の流れ—

既取引先あるし  
営業されても無駄

話ぐらいいは  
聴いてやろうか

独自性は  
持っているかも

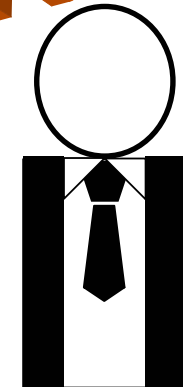
うちの問題を  
話してみようか

見積もりぐらいいは  
とってみようか

あなたから営業される側に立つ、お客さま（見込みお客さま）は基本的に、あなたとビジネス・パートナーになりたいなんて思っていないし、大切な時間を割いてまでセールスされる事を望んでいません！ですから、あなたの訪問を知った瞬間から拒絶体制にはいります。

だからと言って、営業マンのあなたがネガティブ思考に陥る事はないのです。お客さまの心の動きを知り、その動きに合わせて自分表現アプローチを的確にくりだす。結果「こいつ、おもしろい！」とさせる。これ！です。

# 相手を知る



企業担当者

# 初回訪問を成功させるエサキ流ポイント

【 2つ目のポイント:おもろい！と言われる3つの技 】

5つの  
ステップ

自分表現  
ツール

のせる一言  
しめる一言

# 初回訪問を成功させるエサキ流ポイント

【 2つ目のポイント:おもしろい！と言われる3つの技 】

5つの  
ステップ

自分表現  
ツール

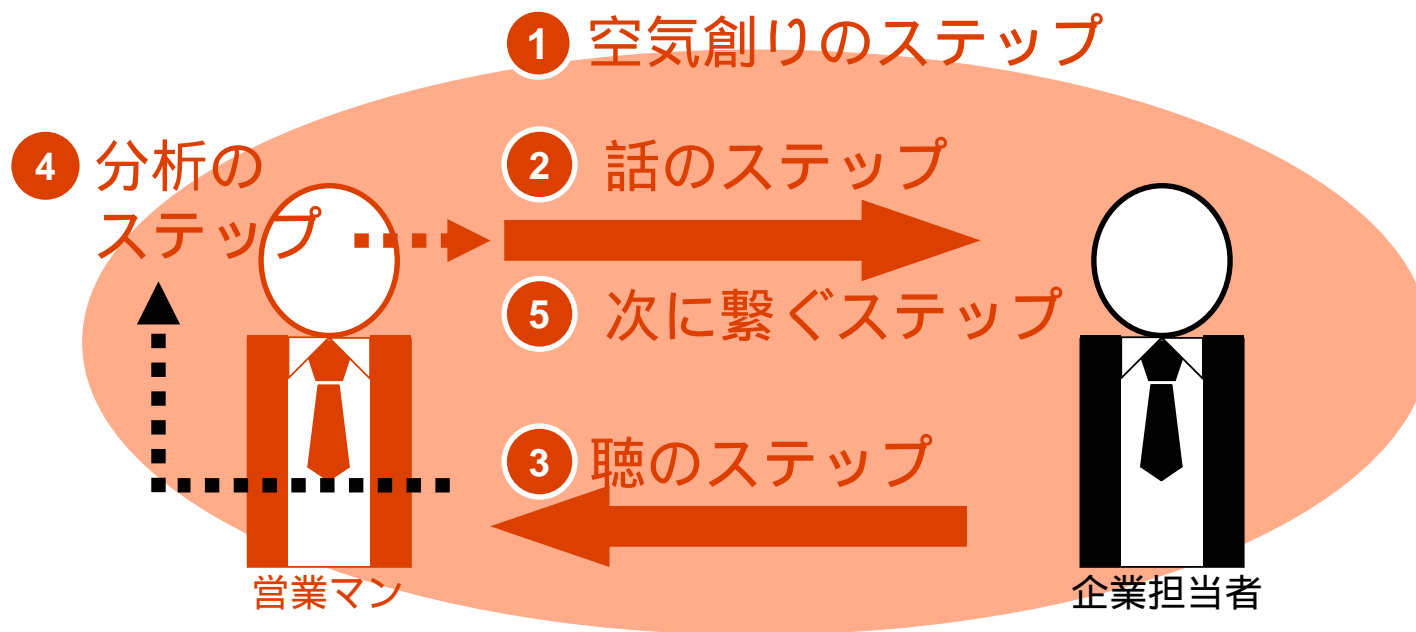
のせる一言  
しめる一言

「こいつ、おもしろい！」と言われるために、まずは初回訪問時、現場での営業ステップを確認しましょう！

# 初回訪問を成功させるエサキ流ポイント：5つのステップ

## 【 5つのステップ 】

例えば、優秀と呼ばれる営業マンのセールスプレゼン・ノウハウを分析すると、5つのステップを、たくみに踏んでいます。



# 初回訪問を成功させるエサキ流ポイント：5つのステップ

## 【 5つのステップ 】

次に、1～5のステップで営業マンは、どんな作業をしているか？



<b>1</b> 空気創り	相手の警戒心を解き、 <ul style="list-style-type: none"><li>■ 始めに自分が話し易い空気(自分の土俵)を創る。</li><li>■ その後の信頼に通じる姿勢を形で表現。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 見た目演出</li><li>■ 意外性演出</li><li>■ 地道な姿勢</li></ul>
<b>2</b> 話	会社でなく個人をアピール <ul style="list-style-type: none"><li>■ 主体的表現で用件を話す。</li><li>■ できる事、できない事をハッキリ伝える。</li><li>■ 順序だてて話す。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ ストーリー想定</li><li>■ 言い切りトーク</li><li>■ 緩急トーク</li><li>■ ここだけの話</li></ul>
<b>3</b> 聴	相手からすべて引き出す！ <ul style="list-style-type: none"><li>■ 本当は何をして欲しいのか、何をして欲しくないのかを察知する。</li><li>■ 担当者の社内立場を知る。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 感心・共感を伝え</li><li>■ 盛り上げの合の手</li><li>■ 目を見る</li><li>■ 必要部分だけメモ</li></ul>
<b>4</b> 分析	相手の話を聞き、こちらも話しながら <ul style="list-style-type: none"><li>■ 課題を見つける</li><li>■ どうすればいいかを見つける</li><li>■ 解決策への道筋を見つめる</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 多面的に相手の立場にたって分析(個人、社内、得意先、マスコミなど)</li></ul>
<b>5</b> 次に繋ぐ	次回訪問を約束してもらう <ul style="list-style-type: none"><li>■ 用事無く訪問できる仕掛けを作る。</li><li>■ 簡単な宿題を頂く。</li><li>■ 焦らず、後に3回訪問。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ こちらの都合で訪問できる技</li><li>■ 不明確な宿題を安請け合いしない</li></ul>

# 初回訪問を成功させるエサキ流ポイント

## 【 おもしろい！と言われる3つの技 】

5つの技と  
ステップ

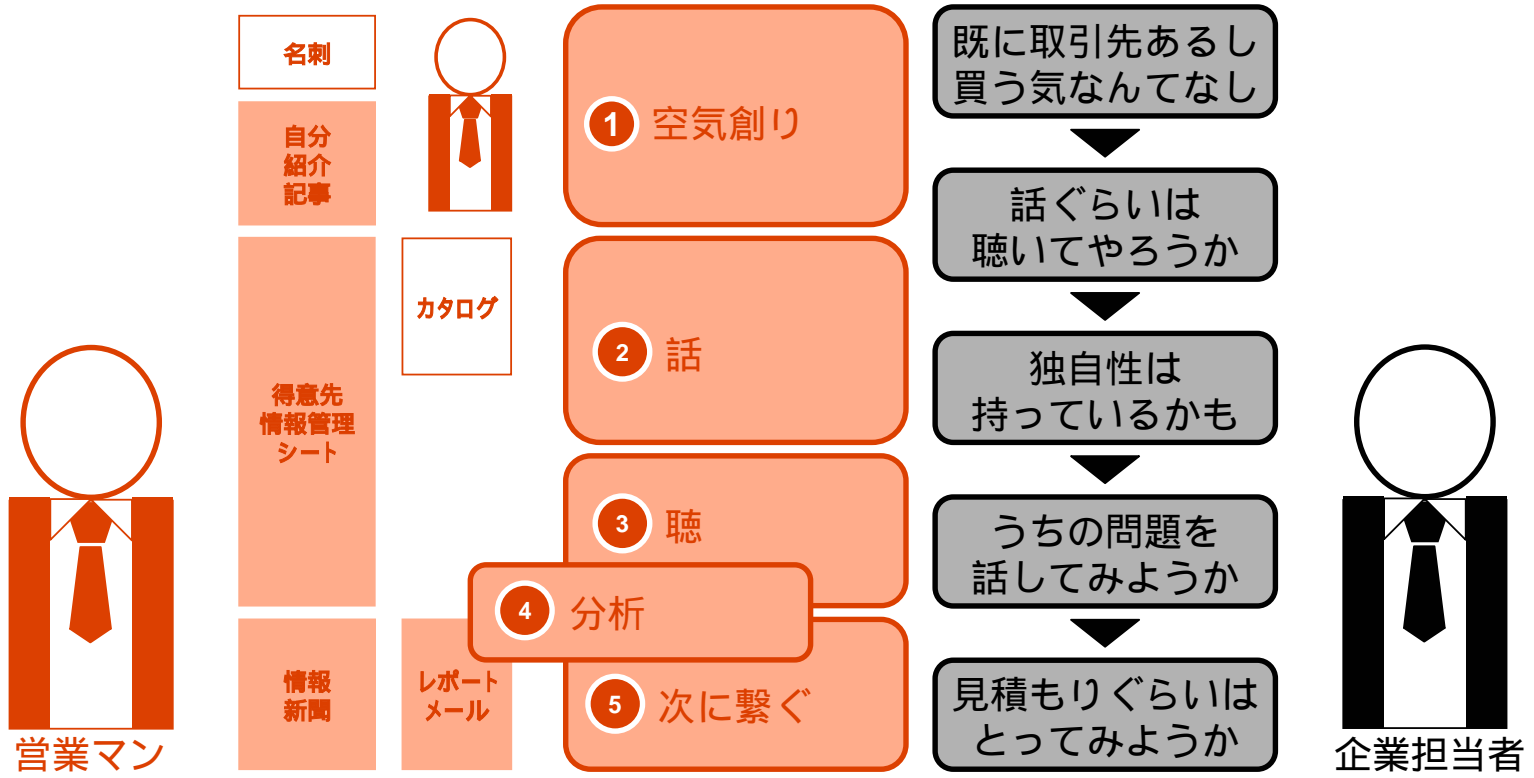
自分表現  
ツール

のせる一言  
しめる一言

5つステップ、その流れにのって、相手のニーズを捕らえつつ主体的にセールス作業を進めていく事のできるツール

## 【 自分表現ツール 】

会社員としてではなく、あなた個人としての「人」をアピールする！





# 初回訪問を成功させるエサキ流ポイント：自分表現ツール

## 【 色 】

### ① 空気創りの技 (見た目)



- 第一印象で見た目は大事。
- 良いスーツを着なくても色を意識すれば変わる。
- 固い業界でもネクタイ、シャツは工夫できるはず。



色を意識していなかった時代



カラー診断後、表情まで変わる



# 「情熱！」をテーマに起業した男の挑戦！

## THE CHALLENGE OF A "JOUNETSU" ENTREPRENEUR

「モノはええけど売れへん」と悩む会社を情熱で後押ししてできる男になりたい。



### 情熱の学校 学長 エサキヨシノリ

純日本系 & 外資系、両方の広告代理店営業マンとして各種企業のコミュニケーション活動をプロデュース。その後、05年に独立し、中小企業の「表現力アップ」のためのコンサル&セミナー 事業「情熱の学校」を展開。12人の大阪仕事人ネットワーク「情熱の学校」のリーダー、兼赤いプレゼンプランナー。

大手広告代理店を退職してまでやりたかった事



広告代理店は大學生にして憧れの就職先のひとつ。大学時代のサキキも、芸能関係の仕事ができるかもみたいなこと、自らの力を冷静に分析。その代わり、持ち前の社交性と行動力とを生かせる営業職を選ぶ。入社後、その本領を発揮し、頭角を表す。とにかく飛び込み営業が好きで、だど、どんな人が対応して下さるのか行ってみるまでわからない。そのドキドキ感がたまって、受入の後、海外での営業も経験して、さらには度胸と話術に磨きをかけたサキキは、誰もが名前を知っている「カーのコミュニケーティング」活動をプロデュースする。業界での実績を着実に重ねていくなかで、プロンチの大きさを逆行するように、入社当初に感じていた楽しさは薄れていく。政治力で動く世界と、相性が悪かったのかもかもしれません。広告や販促は、予算をもった大企業のもの、という暗黙の定説を壊したかった。たまには、ノウハウも人脈もなしに中小ベンチャー企業と仕事をやる機会が出来たとき、「コミュニケーティングプランニングを心から必要としているのは、この人たちだと実感したからです。だが、会社に残ったままで、予算の限られた中小ベンチャーの仕事は優先的に進めたい。これは限界があった。それとなく独立の意思を告げると、同僚たちは猛反対。が愛する事は、あなたがやりたいことなら応援する」と、サキキは決心した。

### 全員を雇ったら予算オーバー！ だから、全員から学べる学校をつかった

#### Profile: エサキヨシノリ

1968年大阪出身。広告代理店の営業としてさまざまな企業のコミュニケーション活動をプロデュース。その経験を活かすべく、今年1月に独立。大阪のプロ12人で作る中小ベンチャー企業のためのブランド創りコンサルティング&セミナー事業、「情熱の学校」を旗揚げした。37歳。

連絡先: 080-0000000 / 0000@000000.jp  
公式HP: www.jounetsu.jp  
めるまが: http://www.mag2.com/m/000149988.htm



したプランナーやマケッターにも熱い想いを伝えたい。商品サービスやマーケティングの情報はいくら伝えられても、それが売りに上げにつながることは限りません。他社製品との差別化策がどうだとか、機能がどうだとかいう話では知名度のある会社と言ったから意味があるわけでは、中小企業が語っても消費者の心には響かない。その結果、いわゆる負け組となった会社は、安売りに競争に巻き込まれ、ますます自分を追い込んでいく様子を幾度となく見えたサキキは、商品サービスに込めたその会社の思いを、代弁する仕事をしようとして考えたのだ。

#### 今後の野望 情熱で日本を幸せにする！



経営者や開発者の中には、熱い想いを持っている。一方のサキキは、周りが多く、熱いやつだ。元気がバワーが出ていると言われ続けてきたというキャラクターの持ち主。この情熱をブランドテーマに掲げ、小さな会社のプロデュース活動を支援するメンバを募った。僕一人より、プロ同士が組んだほうが大きなことが出来る。というのは、会社員時代の経験からもわかっていました。それに、大阪には腕はあるのに、営業力がないために下請け口にして、個人のフロが多いので、僕が営業窓口となって彼らを支え、企業が必要とするノウハウだけを予算に応じて提供すれば、情熱と情熱とのマッチングになる。それと聞いただけです。

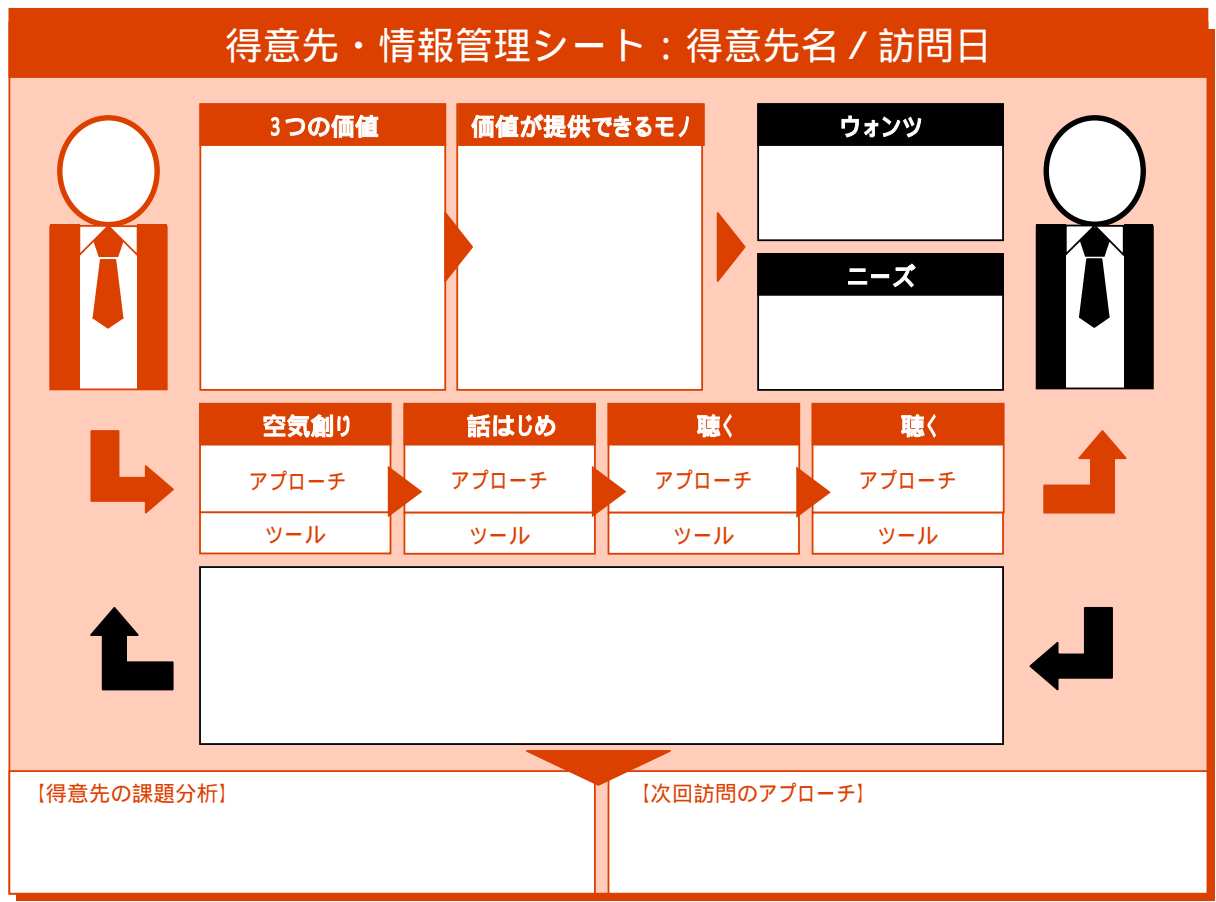
現在、広報、広告、販促、インターネット、テレビ、自己アピール、音楽、市場調査、デザイン、税金など、21名のフロでも、独自の強い「サキキ・アドバイザー」を次々に打ち出し、ノウハウ提供を行っている。近いうちに、全国区で注目される「コミュニケーティング」グループになることを確信しています。そして、「情熱」と「プロンチ」が波及すれば、日本にも元気が戻ってくるはずです。

## 【 得意先・情報管理シート 】

- ② 話の技
- ③ 聴の技
- ④ 分析の技

得意先  
情報管理シート

- 事前に何を話すかを知る。
- 相手のニーズ・ウォンツを想定する。
- 5つのステップでのアプローチとツールを決める。
- 分析するキーワードを意識して聴く。



# 初回訪問を成功させるエサキ流ポイント：自分表現ツール

## 【 オリジナル情報新聞 】

5 次に繋ぐ技

情報新聞

レポートメール

- 定期的にお客さま訪問できる理由。
- セールス情報より、現場の生情報。
- ビジネスメルマガの紙版として。

現場営業マン発行の業界紙

### 販促ツールのツボの壺

発行：中小広告社(株)  
5年目熱血営業マン  
情熱学  
(じょうねつ・まなぶ)

商品・サービスを売るための販促ツールという誤解を理解すべきです。

**販促、誤解の壺**

私のお客さまである 株式会社

**今週のお悩みの壺**

テクニック

情熱

**販促ツール制作の壺**

販促ツールは商品・サービスに込めた御社の情熱を伝えるためのツールであり、それは定型ノウハウをベースに制作するものではありませんよ！

情熱！を伝える販促ツール制作のお問合せは：06-6- \$ % # & esaki@ \$ % # & . Com



# 初回訪問を成功させるエサキ流ポイント

## 【 おもしろい！と言われる3つの技 】

5つの階段

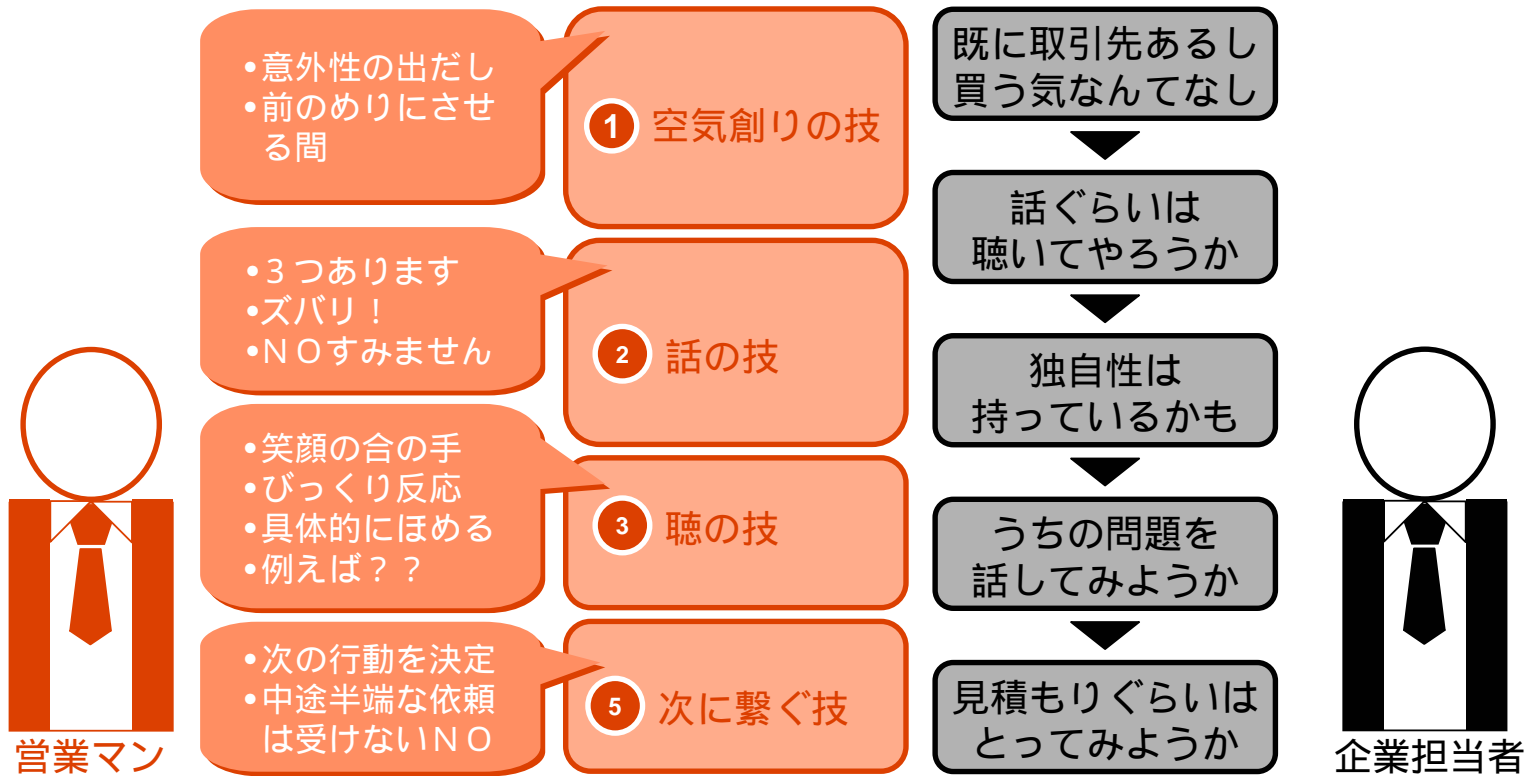
自分ツール

のせる一言  
しめる一言

5つステップ、その流れにのって、相手を「のせる一言」、さらに次に繋げるための「しめる一言」を使いこす！

# 初回訪問を成功させるエサキ流ポイント：のせしめの一言

## 【 のせる一言、しめる一言 】



## 【 空気創り 】

- 意外性の出だし
- 前のめりにさせる間

### ① 空気創り

既取引先あるし  
買う気なんてなし

話ぐらいいは  
聴いてやろうか



「本題に入る前に、  
ちょっと面白い自己  
紹介してもいいです  
か？」

「.....、最近、  
こんなお話をお客さま  
からお聴きしましてね~。」



### 【ポイント】

- 名刺交換の後、構える担当者の予想を裏切る。
- ユニークな導入でちょっと違う？って思わせる。

# 初回訪問を成功させるエサキ流ポイント：のせしめの一言

## 【 話 】

- 3つあります
- ズバリ！
- NOすみません
- 緩急間で強調

2 話

私達が御社にご提供できる価値は、ズバリ！3つです。

実は・・・なんです。



営業マン

話ぐらいいは  
聴いてやろうか

独自性は  
持っているかも



企業担当者

### 【ポイント】

- 数字やシャープな強調表現で自信をアピール。
- 自分の間で話を展開。
- カウンターをくらった時ほど、間+確かにその通り

# 初回訪問を成功させるエサキ流ポイント：のせしめの一言

## 【 聴 】

- 笑顔の合の手
- びっくり反応
- 具体的にほめる
- 例えば??

3 聴

うちの問題を話してみようか



企業担当者

「本当ですか！そんな凄いプロジェクトってあるんですか？」

「例えば??」なるほど～、この商品 % \$ がいいですね！



営業マン

### 【ポイント】

- 話し手をいつも不安にさせるのが無反応。最高の笑顔で合（愛）の手を。
- のってきたら「例えば」で掘り下げる質問。
- 相手の説明に対し実感こめて具体的にほめる。



5 回に渡り、熱くお付き合い頂き  
ありがとうございました！

また、どこかでお会いしましょう。

情熱の学校 エサキヨシノリ