

営業マンのためのビジネスセミナー



お得意様を説得するための  
交渉テーブル・プレゼン術



元広告代理店、現場叩き上げ営業マン

エサキヨシノリ

## お客さまを「説得」したい現場担当者の皆さまへ

例えば、

ビジネスエキスポの会場で、御社のブースを訪れた来場者（見込み客）さんが御社の商品にご興味を持たれ、そんな出会いからビジネス関係が始まる事っておりますよね！

確かに、それが理想論なのですが、実際の現場は、その中で長く・困難な道を通る必要があり、時には残念な結果に終わる事も！  
少なくないようです。

特に、昨今、その原因として、多くの企業さまが挙げられている点が、プレゼン力、アピール力について。

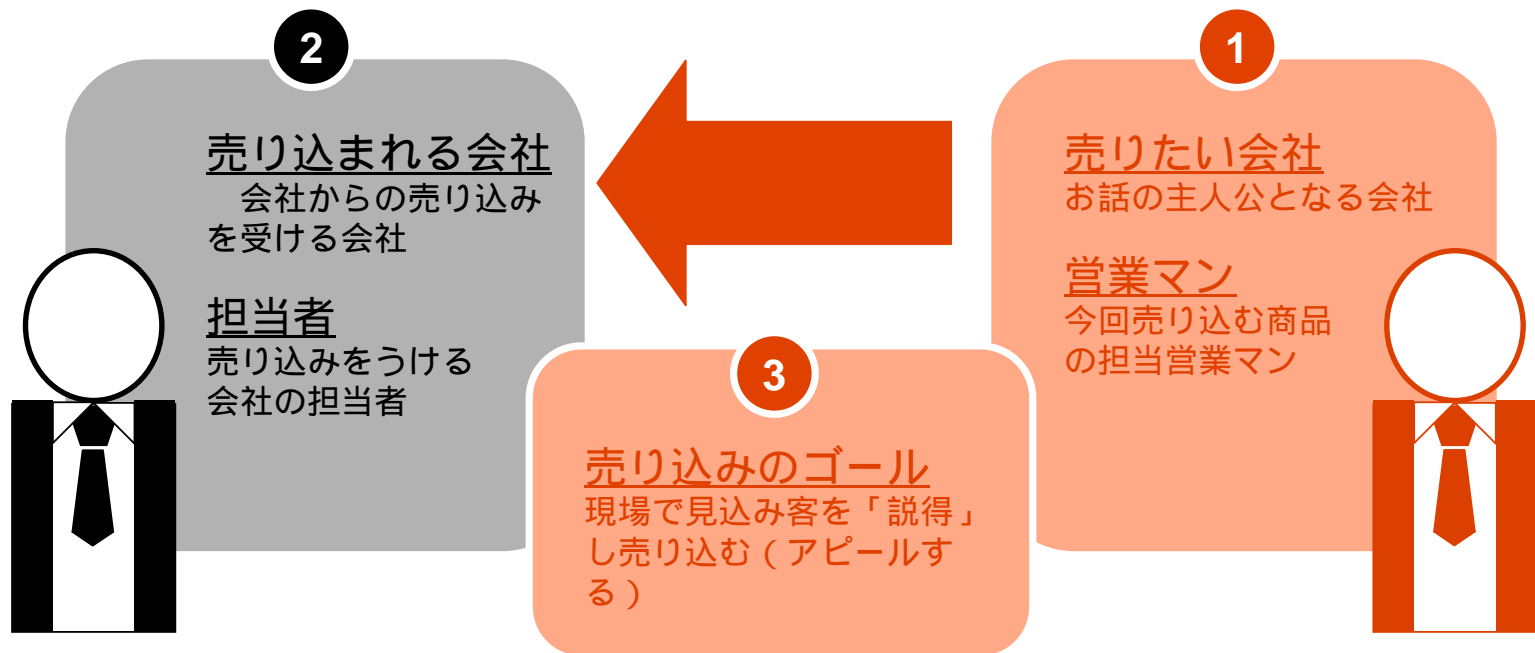
「モノが良くても、売り方（特に見せ方）が良くなくては売れない」というお悩みです。

と言う事で、本日は元広告代理店現場叩上げ営業マンのエサキが、自分の経験+視点から、特に「交渉現場での営業マンのプレゼン術（アピール方法）」についてお話したいと思います。

と言う事で、はじめに、  
本日のお話を進めるにあたり、  
状況設定をさせていただきます。

## 【 本日のお話の設定 】

本日のお話に登場する会社、担当者、そして売り込みのゴールを設定したいと思います。



## 【 本日のお話の設定 ( 1 . 売り込みたい会社 ) 】

と言う事で、まずは売り込みたい会社と営業マンの設定から。

会社名： ペロリン・チョコ株式会社  
担当者： 熱喜チシオ(営業マン)  
対象商品： 新発想チョコレート「ペロリン キッズ」

### 【会社について】

昭和50年創業のチョコレートメーカーで、決して大手企業とは言えない(マーケット・ポジション15位ぐらい)が、商品の品質はもちろん、商品創りに対する情熱や、そのユニークで斬新なアイデアから関西地区では一部の関係者(消費者・卸)から指示されている。

### 【営業マンについて】

そこで働く5年目営業マン、熱喜チシオ(あつき・ちしお)君。

### 【対象商品について】

ペロリン キッズはチョコ市場に新しい習慣を提案し市場内新市場を形成。新しい需要喚起の原動力となる。同商品を用いて創りだす市場とは、「おかあちゃん、ごめんね!市場」。2月14日を男女双方向によるチョコ交換の日とし需要拡大を図る。男性にとってのパートナーである奥様に対し、日頃の感謝を伝える「ごめんとと言えるキッカケチョコ(ブランドコンセプト)。

1

売り込みたい会社  
お話の主人公となる会社

営業マン  
今回売り込む商品  
の担当営業マン



## 【 本日のお話の設定 ( 2 . 売り込まれる会社 ) 】

続いて、売り込まれる会社(以下:相手企業)と担当者の設定は以下の通り。

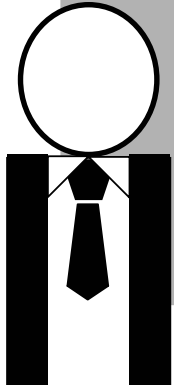
2

### 売り込まれる会社

会社からの売り込み  
を受ける会社

### 担当者

売り込みをうける  
会社の担当者



会社名: オッサン24 (コンビニ)  
担当者: 手強仕切(商品買付け)

#### 【会社について】

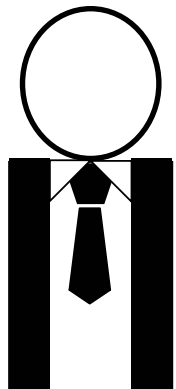
35歳以上のビジネスマンを対象に07年年始、大阪で試験店としてのオープンを控えているコンビニエンスストア。

#### 【担当者について】

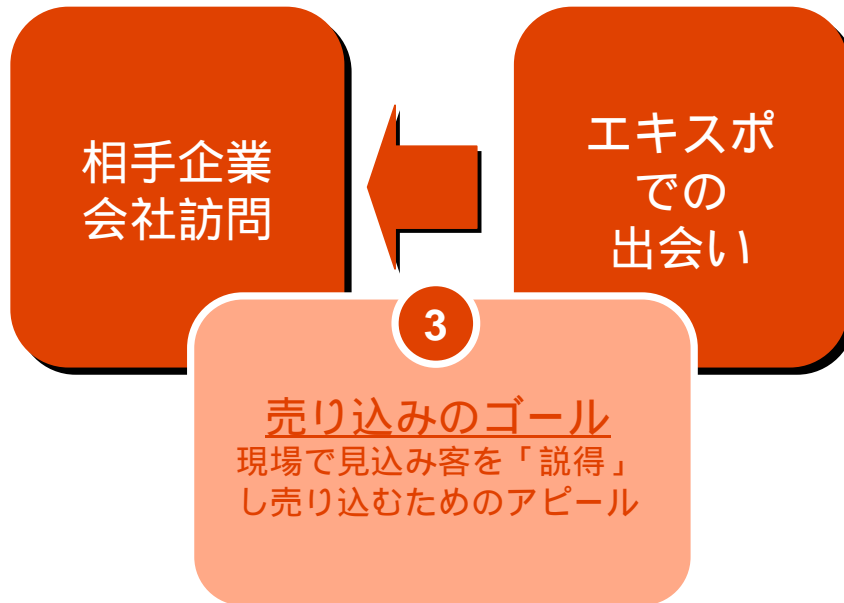
その商品買付け担当である手強仕切(てごわい・しきり)課長は、オープン約2ヶ月前である、この時期に自らユニークな商品の(があれば)買付けを検討するため関西最大級見本市「お菓子エキスポ06 in OSAKA」に訪れていた。

## 【 本日のお話の設定 (3. 売り込みのゴール) 】

そして、今回のお話のゴールとは、売り込み現場(例えば以下の2現場)において、相手企業を「説得」し、いかに商品を売り込むためにアピールするか！



オッサン24  
手強仕切



ペロリンチョコ  
熱井チシオ

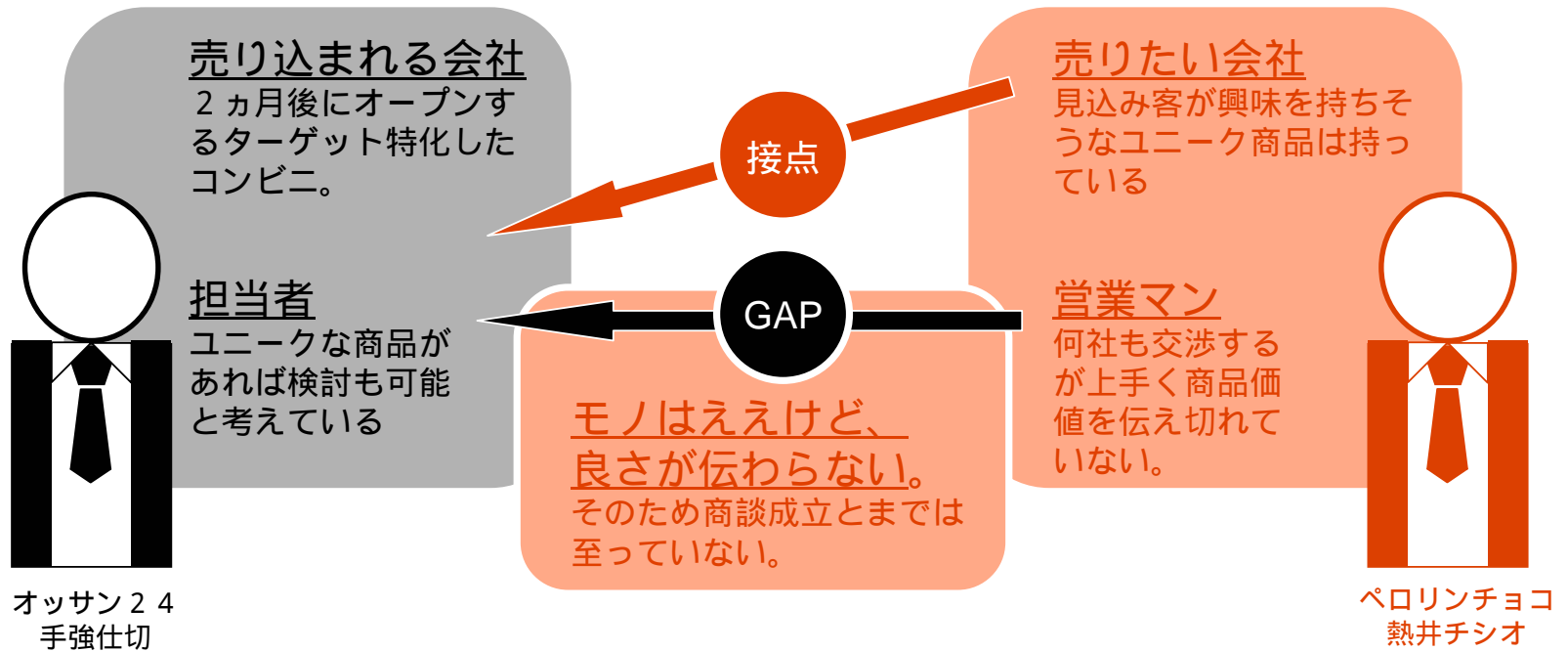
交渉現場で、相手企業を  
「説得」し「売り込む」  
ためのプレゼン術。

特に

「アピール方法」について、  
お話いたします。

## 【 見せ方の考え方を整理 1 】

売り込む会社と相手企業の間で、一般的に、どのような関係(接点とギャップ)が生まれているのかを考えてみましょう。

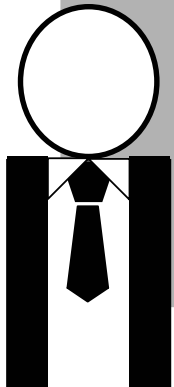


## 【 見せ方の考え方を整理2 (なぜ、良さが伝わらないのか) 】

売りたい

会社

1. 商品の良さを自社の都合だけで伝えようとしている。
2. 興味を引き付ける方法が悪い。
3. 良さを伝えるストーリーが十分でない。
4. 伝える会社・人のポジティブイメージが伝えられていない。



オッサン24  
手強仕切

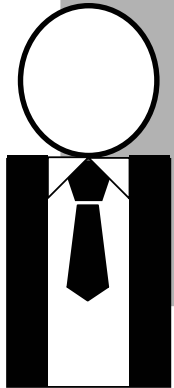


ペロリンチョコ  
熱井チシオ

売りたい会社からの自分勝手な情報提供

## 【 見せ方の考え方を整理2 (なぜ、良さが伝わらないのか) 】

### 売り込まれる会社



オッサン24  
手強仕切

ユニークさを説得してくれない商品には検討できない

だからこそ、まずは、

相手企業の状況・課題を考慮した上で、彼らにとってのユニーク性をアピールする。

あくまで相手会社の利益に繋がるユニーク＝消費者に支持される(売れる)ユニーク。

その際のポイントは、

相手企業との出会いの場(エキスポ会場)での

- 課題にヒットするキーワード
- 説得ロジック(課題)を基にちょいベタセールスツール
- ブース全体や営業マンから見えるポジティブイメージ

そして、

相手企業訪問時での

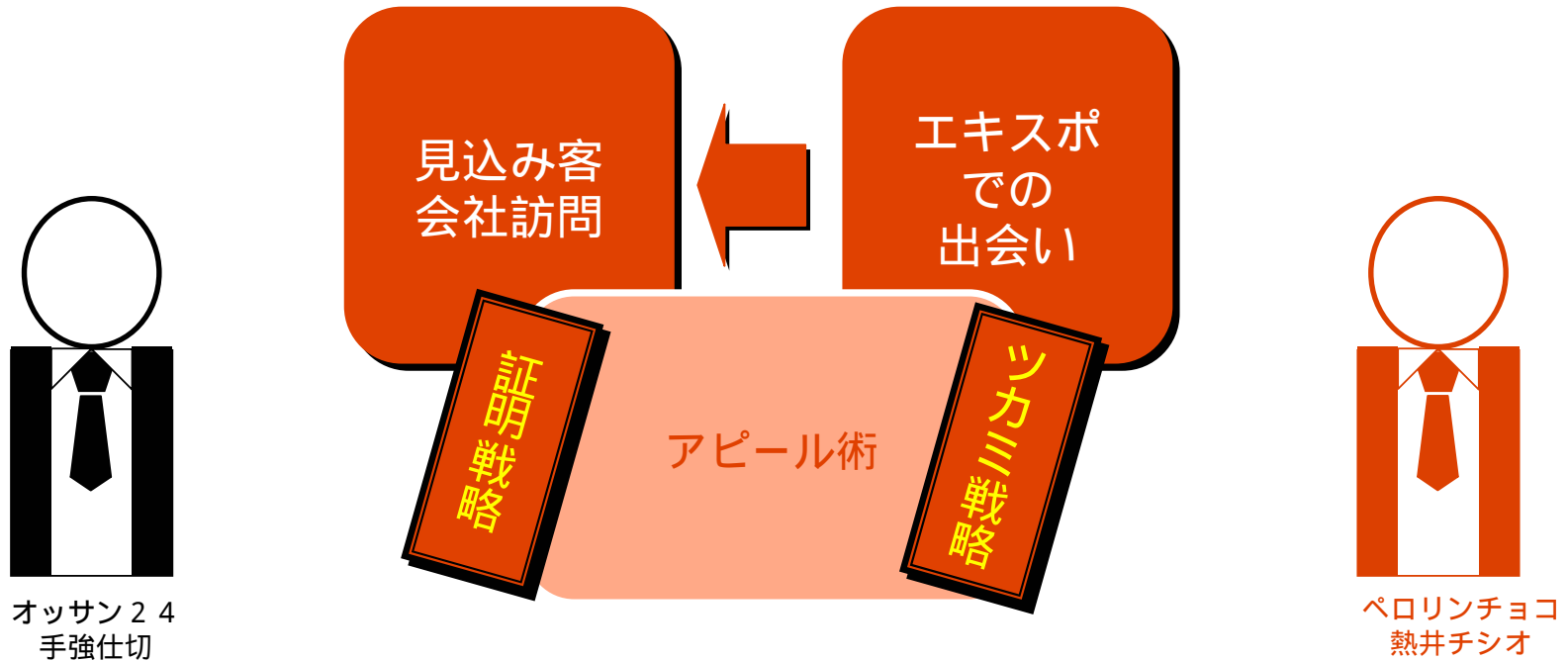
- 説得ロジック上の課題克服を証明
- 証明ツールの充実
- クロージングへつなげる熱いキラートーク

ツカミ戦略

証明戦略

## 【 プレゼン方法 】

それでは、以下のセールス段階における2つの戦略を意識しながらプレゼン術を考えてみましょう。



【 その前に！ 】

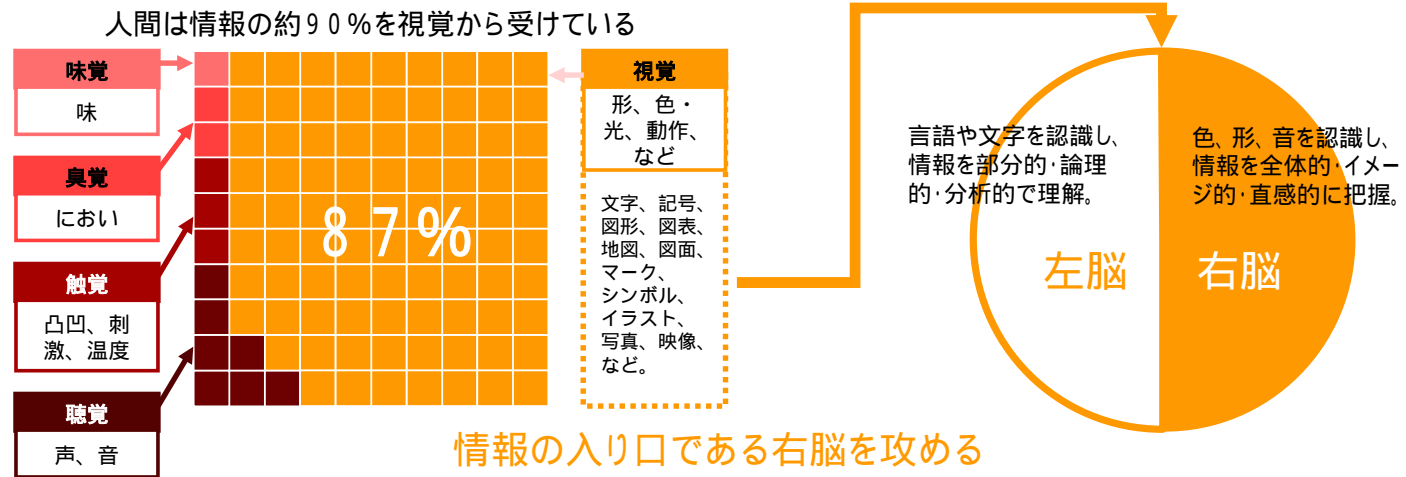
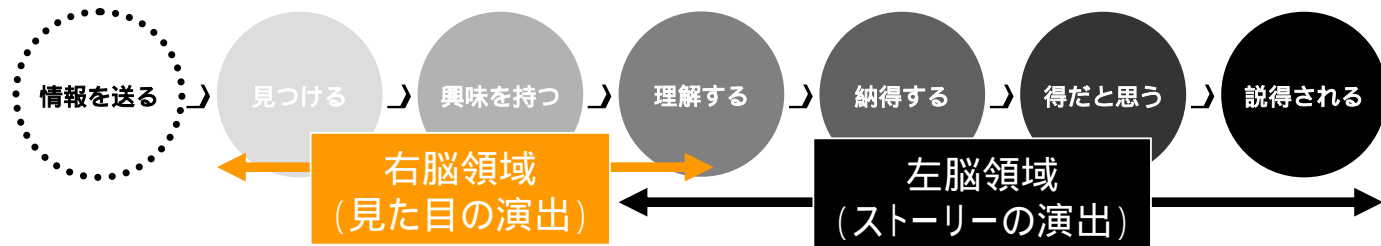
「見た目のツカミ」  
「説得ロジック」

が如何にプレゼン（アピール）  
上重要なのかを説明いたします。

# お客様を説得するための交渉テーブル・プレゼン術

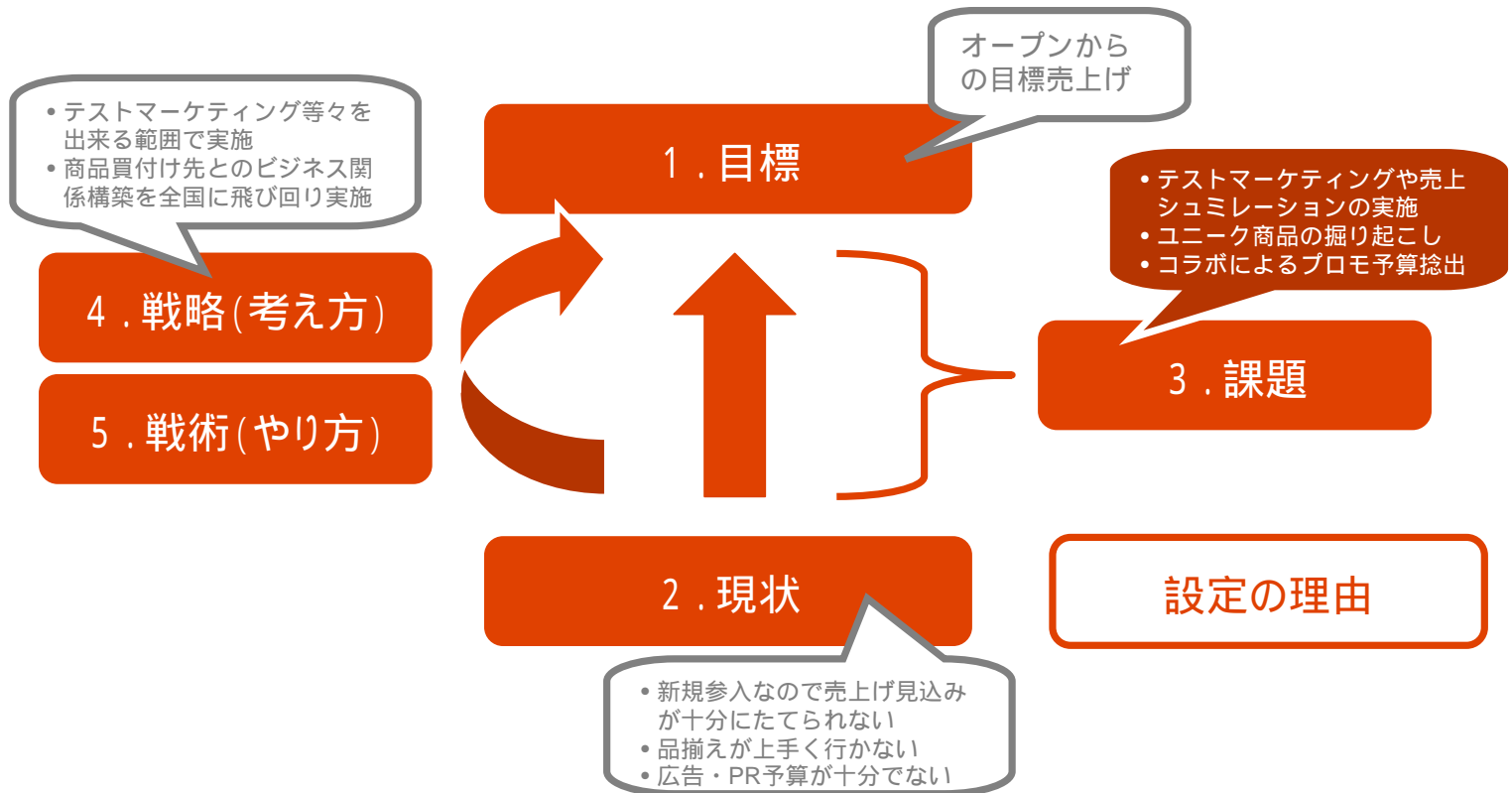
## 【 見た目のツカミが重要な訳 】

「説得のメカニズム」と「認知科学」との関連を考えてみると。



## 【 説得ロジックが重要な訳 】

説得を行う上で、相手企業が持つ基本的なロジックフローを見てみましょう。



【 では、では 】



ツカミ戦略と  
証明戦略の話

これより、本題に入ります。

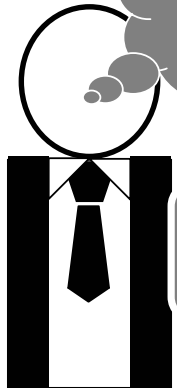
## 【 プレゼン術 （エキスポでの出会い編） 】

エキスポ  
での  
出会い

相手の立場と心理

今日は時間もないし、とりあえず情報だけ多く持って帰えろう。

特定企業に興味を持っている訳ではない



オッサン24  
手強仕切

そんな時は  
「見た目の印象」  
でツカミ勝負

ツカミ  
戦略

相手の課題にヒットする  
ツカミ・キーワード

ペロリンチョコ株式会社

ちょいベタなツカミ・  
セールスツール

ツカミのポジティブ  
イメージ作戦

ペロリンチョコ  
熱井チシオ

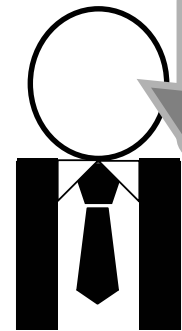
# お客様を説得するための交渉テーブル・プレゼン術

## 【 プレゼン術 （エキスポでの出会い編） 】

エキスポ  
での  
出会い

**ツカミ戦略**

相手の課題にヒットするツカミ・キーワード



オッサン24  
手強仕切

【課題】

- テストマーケティングや売上シュミレーションの実施
- ユニーク商品の掘り起こし
- コラボによるプロモ予算捻出

1万人の35～50歳男性の声を基に開発！

ペロリンチョコ株式会社

オッサンだけを対象にした業界初商品！

プロモ予算負担します



ペロリンチョコ  
熱井チシオ

チェック

通りすがりの見込み客をツカム（興味を引き付ける）ためには、まず彼らが課題としているであろうキーワードを分かりやすく+強インパクトでプチ込む！

# お得意様を説得するための交渉テーブル・プレゼン術

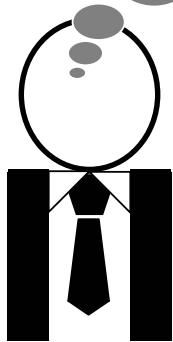
## 【 プレゼン術 （エキスポでの出会い編） 】

エキスポ  
での  
出会い

ツカミ戦略

ちょいベタなツカミ・セールスツール

今日は時間もないから端的  
+ 明確な説明  
が嬉しい。



オッサン 24  
手強仕切

【チラシ】

ユニーク発想でニッポンの元気を創造する企業からの提案

そのコンビニ担当者さん！  
遂に、世のお父さんがお母さんにゴメンと  
言えるキッカケ・チョコを出しちゃいました。

来年のバレンタインズデー商戦に、  
新しい発想の業界初チョコレートが新発売！！

商品写真

業界初

父さんから母さんへのバレンタイン商品！



消費者の声からでき

1万人の35～50歳の男性の声から開発！



キャンペーン  
予算負担

自社プロモ+店頭タイアップ企画満載！



商品に関するお問合せは  
ペロリンチョコ株式会社

【名刺】

ペロリンチョコ株式会社

ゴメンと言えた営業マン  
熱喜チシオ

お客様！  
遂に、世のお父さんがお母さんにゴメンと  
言えるキッカケ・チョコを出しちゃいました。

ペロリンチョコ株式会社

裏面に簡潔情報

- ・ 商品概要
- ・ 開発秘話
- ・ タイアップキャンペーン情報

ペロリンチョコ  
熱井チシオ

チェック

あなたのブースに立ち寄った相手企業担当者が、1ブースに掛けられる時間は限られています（御社にとっても長すぎ接客は時間のロス）。だから特に相手企業が興味をツカム、セールスツールが効果を発揮。

# お客様を説得するための交渉テーブル・プレゼン術

## 【 プレゼン術（エキスポでの出会い編） 】

エキスポ  
での  
出会い

**ツカミ戦略**

ツカミのポジティブ・イメージ作戦

声が出ている

+

笑顔が一杯

+

動きが良い

+

気が付く

色を上手く使う

視られている  
事を意識する

チェック

ブース全体がかもし出す雰囲気や営業マンの身なりなど。気にしていないかもしれませんが案外大事なポイント。相手企業からの好印象を勝ち取るために「常に見られている」事を意識してください。

## 【 プレゼン術 （エキスポでの出会い編） 】

エキスポ  
での  
出会い

**ツカミ戦略**

会話の中で相手企業のもっと詳しい課題を引き出し、名刺を頂いておく。



**証明戦略**

その情報を基に、いざ相手企業へ

## 【 プレゼン術（相手企業訪問編） 】

見込み客  
会社訪問

相手の立場と心理

先日は、詳しい話まで行きませんでしたので、今日は気になる部分を質問させて下さい・・・

この商品は、確かにユニークやけど・・・何を証拠に。

オッサン 24  
手強仕切

そんな時は  
「なるほど」  
を連発させる

証明  
戦略

説得ロジック上の課題  
克服を証明

証明ツールの充実

クロージングへつなげる  
熱いキラートーク

# お客様を説得するための交渉テーブル・プレゼン術

## 【 プレゼン術 （相手企業訪問編） 】

見込み客  
会社訪問

証明戦略

説得ロジック上の課題克服を証明

【課題】

- テストマーケティングや売上シミュレーションの実施
- ユニーク商品の掘り起こし
- コラボによるプロモ予算捻出

1万人の35～50歳男性の声を基に開発！

04年1月～05年12月の約2年間で東京、大阪、名古屋、広島、福岡のターゲット層合計10053人に開発・営業・販促担当が直接取材。

データの強み

オッサンだけを対象にした業界初商品！

既に、ユニーク&ニッチ市場を開拓し利益を上げてきた実績あり。今回も、実績を基にセグメント商品で勝負。(社長の強い信念)

競込みの実績

プロモ予算負担します

広告も行うが店頭サポートを重視する企業であり、これまでの成果も見せられる。中小企業だからこそその小回りで積極的に流通と連携。

店頭プロモ成果

オッサン24  
手強仕切

熱井ナゾ

チェック

ツカミのキーワードには、ちゃんとした裏付けがあった(証拠があった)事を論理的に伝える事で相手企業からの「なるほど」をゲット。



## 【 プレゼン術（相手企業訪問編） 】

見込み客  
会社訪問

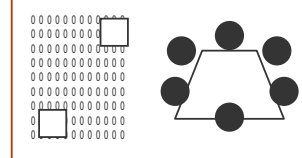
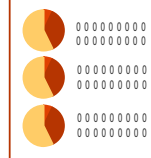
証明戦略

証明ツールの充実

そんな商品で、どこまで売れる  
保障があるんだろう？

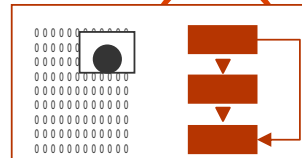
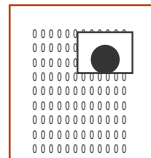
オッサン 24  
手強仕切

1万人  
調査

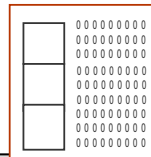


開発  
秘話

・社長の想い  
・社員の情熱



プロモ  
展開



データ・実績・成果を魅せる

チェック

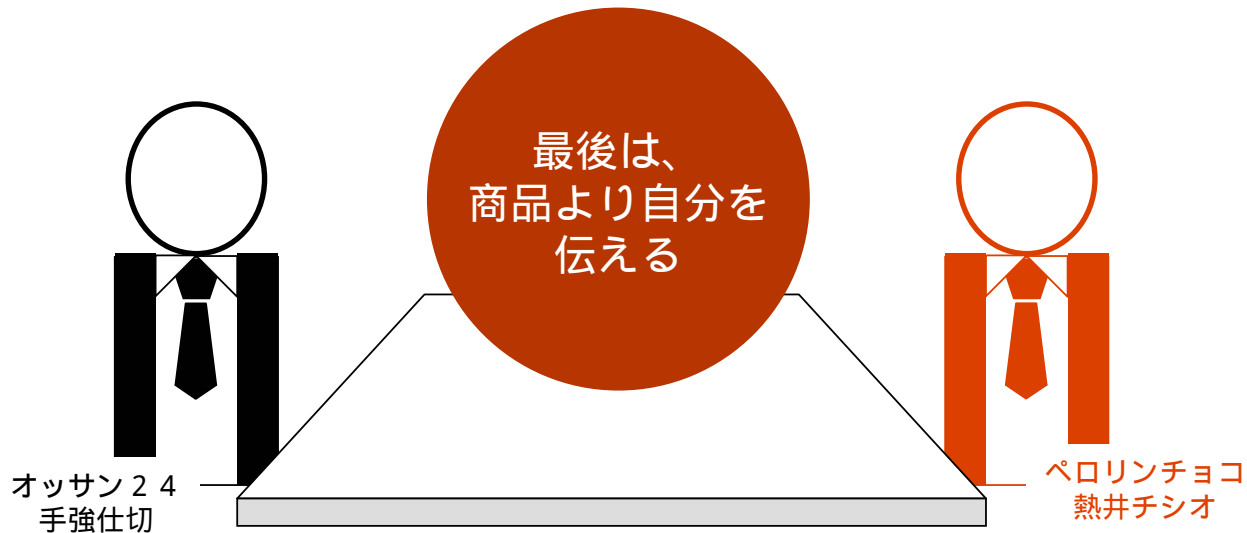
セールスツールを制作する上で、大切な要素はデータ・実績・成果を如何に魅力的に魅せるか。綺麗なまとめる事も大切ですが、御社の想いが全面に出ている事の方が大事。

## 【 プレゼン術（相手企業訪問編） 】

見込み客  
会社訪問

**証明戦略**

クロージングへつなげる熱いキラートーク



チェック

相手企業の担当者からの「なるほど」を頂けたら最後の一押しとして、営業マンであるあなたご自身の情熱（やる気、約束、お客さまへの想い、責任感）を伝えてください。



## 【 プレゼン術の本質 】

これまで、様々なお話をエサキ流としてお伝えしてまいりましたが、僕が思いますに、「**プレゼン術とは、決して上辺のテクニックではない**」とと思います（少なくとも交渉テーブルという現場においては）。

確かに、「説得し、モノを売る」ためのロジック、話法、ツールなどは大事な要素ではありますが・・・、

最も大切な事は、それらの**要素のベースにある御社の情熱**！（お客さまへの想い、関係会社への想い、社会への想い）なんだと思います。

だからこそ、テクニックや仕組みに囚われず**御社の純粋で熱い日々の積み重ねを、うまく伝えようとするのではなく誠意をもって御社らしく魅せる事**を考えてみてください。

皆さまにとって、  
なんらかのヒントになれば、  
めっちゃ嬉しいです。

本日は、ありがとうございました！

情熱の学校 エサキヨシノリ