

| ■1■自己紹介のテクニック/会社を「強み」をPRする | 各セッションで取り上げるポイント/理解項目 |
|---|---|
| 1)効果的な「会社紹介」/自己紹介のテクニック 1-1 自己紹介は1分、製品紹介は3分以内、商談は15分 1-2 展示会で来場者がブース前で足を止めるのは20秒 1-3 通訳者を介して話す適正な発言の長さはおよそ30秒 ※【実習】「1分間で自己紹介」 | ・限られた時間を有効に使って、いかに自社の「強み」をPRするか ・会社の「強み」ポイントを徹底的に考える、効果的な伝え方を考える ・相手が期待していること、期待していないこと(話す必要のない内容) ・通訳を使う上での注意点、選び方、事前の打ち合わせ、話し方のコツ ・時間を意識する、企業訪問/商談/展示会出展/視察のそれぞれのケース |
| 2)相手に「主張」を伝えるための効果的な主張テクニック 2-1 「1+3の主張法」 2-2 主張したいポイントを絞り込む、ポイントに序列を作る 2-3 聞く体制を作る、メモを取る体制を作る ※【実習】「もし、外国語を勉強するなら・・・」 | ・相手に主張したいポイントを効果的に伝える実践的なテクニックを学ぶ ・効果的に主張を伝えるための3原則(結論、「強み」の絞り込み、口ぐせ) ・64倍速で頭をフル回転させて、主張すべきポイントを絞り込むか? ・「言わなくてもわかるだろう」は禁句、伝えたいことをどう伝えたと効果的か? ・なぜ海外で「1+3」が効果的か、なぜ絞り込むポイントは3つなのか? |
| 3)徹底的に「強み」を見極め、徹底的に「強み」を主張 3-1 「強み」の探し方、「強み」の見極め方 3-2 「強み」PRシートとは、「強み」PRシートの作り方 3-3 「強み」PRシートの3つの活用方法 ※【実習】会社の「強み」をまとめる | ・英語版/中国語版のホームページを簡単に作る、「強み」PRシートの有効活用 ・英語/中国語で製品紹介のホームページや商談用リーフレットを作る ・名刺交換時に使う自己PR用、自社製品PR用のリーフレットを作る ・情報はA4一枚にまとめる、リーフレットは三つ折りで相手に渡す ・会社の「強み」を徹底的に精査し、A4一枚のリーフレットにまとめてみる |

| ■2■自社製品の「強み」を徹底的にPRする | 各セッションで取り上げるポイント/理解項目 |
|---|---|
| 1)効果的な「製品紹介」/製品ラインナップを紹介する 1-1 製品のPR、会社のPR、自分を売り込むPR 1-2 製品の「強み」を見つけ出すためのテクニック 1-3 「強み」を相手に効果的に伝えるテクニック ※【実習】「1分間で製品紹介」 | ・自社製品の「強み」を限られた時間を有効に使って積極的にPRする ・製品の「強み」ポイントを徹底的に考える、バイヤーにどう効果的に伝えるか ・商談ポイントを見極める、バイヤーの意識を探る(品質/価格/納期/その他) ・セールスポイントとクライアントが期待しているポイントのギャップ ・自己紹介がビジネスの基本、相手により印象を残す自己紹介のテクニック |
| 2)日本人が陥りやすい「NGワード」/使ってはいけない用語 2-1 「強み」を表現するための工夫、3つの方法 2-2 リーフレットを作る方法を工夫する、3つの方法 2-3 POP、製品説明パネル、ポスターの作り方を工夫する ※【実習】自社製品の「強み」をまとめてみる | ・「NGワード」とは何か? バイヤーに響かない言葉/届かないフレーズ ・相手に主張したいポイントを効果的に伝えるための実践的なテクニック ・デジタル化、メリット/デメリット、Before/After、ランキング、プレミアム、made in Japan ・最終ユーザーの立場で「使い方の提案」(食べ方/飲み方の提案)を考える ※実際にリーフレットを作る、英語版/中国語版ホームページのベースを作る |
| 3)徹底的に製品の「強み」を見極め、「強み」を主張 3-1 「1分間の自慢話ストーリー」 3-2 一度で覚えられるストーリー作り、キーワード設定 3-3 聞いた人が誰かに話したくなるストーリー展開 ※【実習】自社製品の「1分間ストーリー」を考える | ・限られた時間で製品の「強み」を相手に伝える、印象に残す伝え方のノウハウ ・SNSを活用して自社製品をPRする、SNSを有効活用して情報拡散に取り組む ・PRの言葉を精査する、より大きなPR効果がある言葉を選ぶ ・キーワードは「写真」「ウンチク」「自慢話」、製品の「強み」を情報拡散 ※実際に「1分間ストーリー」をホームページに掲載する |

| ■3■「商談」の進め方/現場での実践テクニック | 各セッションで取り上げるポイント/理解項目 |
|--|---|
| 1)商談は最初の5分間勝負 1-1 「3×3×3の質問」で最初にバイヤーのニーズ確認 1-2 「あなたはバイヤーにこう見られている」3つの注意点 1-3 自社製品の「強み」を伝えるテクニック ※【実習】「1分間で自己紹介」(製品の強み/会社の強み) | ・冒頭1分の時間の使い方に徹底的にこだわる、「良い事例」と「悪い事例」 ・3つの選択肢、3つの「強み」ポイント、3つの会社PRで意識を向けさせる ・決定権、SFC、急接近に対する反応、バイヤーがチェックしているポイント ・自社製品の「強み」を1分間で話す、質問のポイントを逆提案する ・参加者相互に「自己紹介」を行ってチェックポイントを確認し合う |
| 2)商談15分以内で確認すべきポイント 2-1 「品質」「価格」「納期」に対するバイヤーの期待ポイント 2-2 バイヤーから聞き出したい3つのポイント 2-3 比較対象品のチェック ※【実習】「自社製品を売り込む」商談シミュレーション | ・バイヤーが探しているモノは何か?期待している「強み」を聞き出す方法 ・バイヤーの「品質」「価格」「納期」に対するニーズをチェックする方法 ・ターゲットとするユーザー、鍵となる「強み」、販促PRの手段を確認する ・市場規模の確認方法、比較対象品との差異を「強み」として強調する方法 ・バイヤータイプを3つに分類、「何かいいモノ型」「比較検討型」「決め打ち型」 |
| 3)パートナー候補企業の見極め/担当者のチェックポイント 3-1 現場にて商談終了時の確認ポイント 3-2 メールにて商談継続時のチェックポイント 3-3 契約までの進め方、担当者のチェックポイント ※【実習】チェックポイントリストを実際に活用する | ・窓口を確認、窓口のバックアップを確認、窓口の決定権をチェック ・CCメール確認、チェックリスト確認、次に会うスケジュールの確認 ・契約を前提とした担当者の見極めポイント×3つ ・担当者の転職に注意、業務の引継ぎに注意(転職事前予防策/緊急対応策) ※商談継続/契約を前提としたパートナー選択のチェックポイントリストを提供 |