



営業・商談力 強化トレーニングシリーズ

商談に効果的な プレゼンテーション力



はじめに

プレゼンテーションの主役は顧客 顧客が納得するプレゼンテーションを 実行しよう

営業活動におけるプレゼンテーションは、顧客に商品（サービス）をアピールする商談のハイライトです。プレゼンテーションができなければ商談は成立しません。ところが、顧客にアプローチするだけで精いっぱいになり、肝心のプレゼンテーションをおろそかにする営業パーソンがいます。これでは、売れるものも売れなくなってしまうです。

企画・提案型営業の重要性が叫ばれています。人間関係だけに頼った営業活動の限界が指摘される中で、顧客の問題を解決し、利益（メリット）を生み出すソリューション・ビジネスが強調されています。環境の変化の中で、プレゼンテーション力の強化は、すべての営業パーソンにとって必須の課題になっていると言えるでしょう。

プレゼンテーション力は、顧客のニーズを感じ取り、そのニーズに対応した回答（企画・提案内容）の質を高めることがまず大切です。そして、その企画・提案の良さ、必要性を顧客にアピールし、納得してもらうための表現力——プレゼンテーション・スキルが必要です。いくら、良い企画であっても、それが顧客にわかってもらえなければ、買ってもらうことができません。プレゼンテーション力を高めるには、この2つの側面をきちんとおさえ、磨きをかけていかなければなりません。

このテキストでは、売るためのプレゼンテーションの原則を理解し、実際にプレゼンテーションを行っていくときの表現力の磨き方、商談におけるプレゼンテーションのすすめ方について具体化します。技巧的に上手なプレゼンテーションよりも、顧客に買ってもらえる良いプレゼンテーションのすすめ方を研究していくことにしましょう。

目次

はじめに	3
第Ⅰ部 商談を成功に導くプレゼンテーションのすすめ方	5
第1章 売るためのプレゼンテーションの原則	6
1. 顧客の知りたがっていることは何か	8
2. 顧客のニーズを「感じる力」を強化する	10
3. 企画・提案を具体化する「創る力」を強化する	12
4. 顧客を動かす「通す力」を極める	14
5. 基本は顧客とのコミュニケーション	16
6. 顧客に伝わる表現力を身につける	18
7. 商品（サービス）を形にするのがプレゼンテーション	20
8. 顧客満足を実現することがいちばんのポイント	22
第2章 商談を弾ませるプレゼンテーションの演出	26
1. 顧客との対話がプレゼンテーションを成功させる	28
2. 笑顔はコストのかからない販促ツール	30
3. 説得力は真摯な態度から生まれる	32
4. 座る位置によって感情は変化する	34
5. 顧客に伝わる話し方の工夫をしよう	36
6. 資料の見せ方の工夫をしよう	38
7. 買ってもらえるプレゼンテーション	40
●研究課題Ⅰ	42
第Ⅱ部 プレゼンテーション力の強化トレーニング	43
第3章 顧客を主役にするプレゼンテーションのすすめ方	44
1. 商談はすべてプレゼンテーションの場	46
2. “見せる資料” はできるだけシンプルに	48
3. 説明することの重要性を忘れていないか	50
4. 顧客との対話がなければ商談は成立しない	52
5. 明確に自分の主張を相手に伝える	54
6. 顧客のメリットを強調し納得してもらう	56
7. 顧客の質問や反論を商談に生かす	58
8. 「買いましょう」のひと言をどう引き出すか	60
第4章 プレゼンテーションの手順と基本技法	62
1. プレゼンテーションの主役は顧客	64
2. テーマの明確化とシナリオづくり	66
3. プレゼンテーション資料のつくり方	68
4. リハーサルとプレゼンテーションの段取り	74
5. 上手な「話し方」より理解される「話し方」	76
6. 顧客の気持ちを動かす工夫と演出	78
7. 質疑応答は成約につながる重要なポイント	80
8. 次につなげるプレゼンテーションの終わり方	82
●研究課題Ⅱ	83

第 I 部

商談を成功に導く プレゼンテーション のすすめ方

基本編

第 1 章

売するための プレゼンテーションの原則

この章のポイント

★プレゼンテーションは、商談のポイントです。営業パーソンにとって、いちばん重要な、商品（サービス）を売り込むチャンスであり、しかも自分を売り込む場でもあります。努力してアプローチした顧客に対し、効果的なプレゼンテーションを行うことは、営業活動のハイライトと言っていいでしょう。

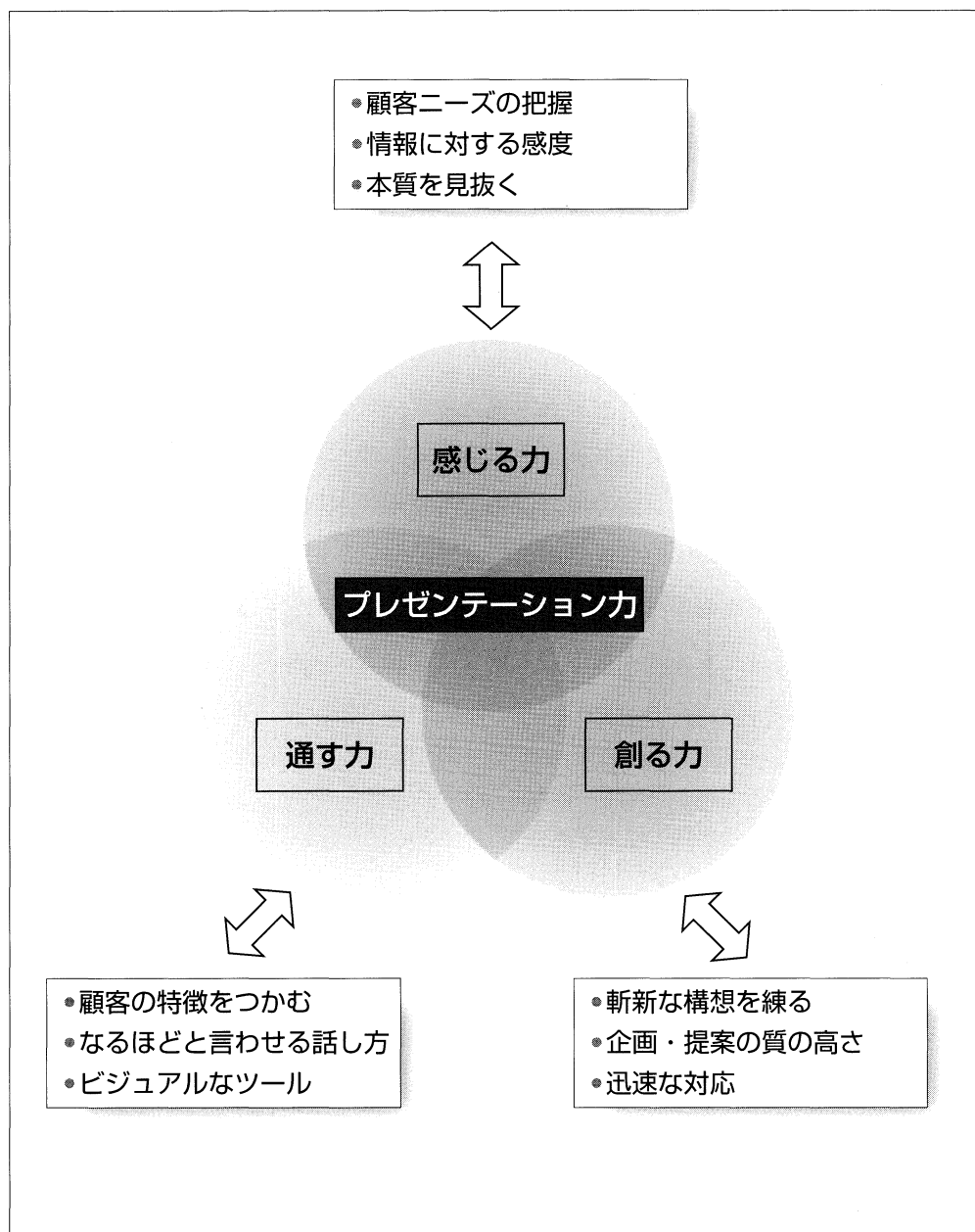
★営業パーソンが行うプレゼンテーションは「売る」ことが目的です。どんなに、プレゼンテーションがうまくできたとしても、商品（サービス）が売れなければ何の意味もありません。顧客のニーズにぴったりと合致したプレゼンテーションを行うためには、

- 顧客のニーズを「感じる力」
- ニーズに合った企画・提案を「創る力」
- 顧客に納得してもらえる「通す力」

の3つの力を強化する必要があります。

★この章では、顧客の商品購入の意思決定につながる、売するためのプレゼンテーションの原則を学習します。

プレゼンテーション力の3要素



顧客の知りがっていることは何か

プレゼンテーションはテクニックではない

知りがたがっていること

プレゼンテーションを成功させるコツは何か——それは顧客の知りがたがっていることに対して、ズバリ回答していくことです。どんなに素晴らしい情報でも、どんなに価値がある提案でも、それが顧客が必要としないものであれば、テクニックを駆使したプレゼンテーションを行っても、顧客の納得を得ることは難しいでしょう。

では、顧客の知りがたがっていることは何か——それをどうつかめばいいのでしょうか。営業活動でのプレゼンテーションは商談の一環であるという点が重要です。ほとんどの場合、全くの未知の顧客を相手にプレゼンテーションを行うことはありません。顧客との情報交換がすすめられ、その流れの中で提案が行われます。

ニーズの把握

提案を成功させる秘訣は、顧客の**ニーズの把握**です。そのためには、顧客の話をよく聞くことが大切です。話をする前に、よく話を聞くことです。

共感されるアクティブリスニングを

アクティブリスニング

話を聞くということは、簡単なようで、簡単ではありません。優秀な営業パーソンは「聞き上手」だと言います。聞き上手になるには、相手に積極的に話をしてもらわなければなりません。相手に共感される**アクティブリスニング**の方法を身につけることです。

アクティブリスニングのポイントは、**図表1・1**に示すように、次の7つになります。

- ① 親しさを込める（相手に近づく）
- ② リピートする（話を受け止める）
- ③ 言い換える（よくわかったというメッセージを発する）

図表 1-1 共感を得る7つのポイント

① 親しさを込める

対話の中でタイミングよく相手の名前を呼ぶと、お互いの距離が縮まる

② リピートする

「いま話されたことは、〇〇ですね」と、そのままオウム返しに復唱する。正確なフィードバックが信頼につながる

③ 言い換える

「いまのお話の〇〇は、△△のように考えてよろしいですね」と、一部を自分の言葉に置き換えてフィードバックする

④ のせる

「すごい発想じゃないですか」「面白い計画ですね」と相手の自慢話や長所に対し、こちらの興味、関心を示す

⑤ 質問する

上手な質問は、相手の話を促進させる効果がある（質問が悪いと逆効果なので要注意）

⑥ お願いする

謙虚な気持ちで「〇〇についてもう少し教えてください」とたずねると、よく話してくれる

⑦ 沈黙に強くなる

対話には「間（ま）」が大切である。意図的に沈黙の時間（数秒）をとるようにする

④ のせる（言葉はよくないかもしれないが、大事なポイント）

⑤ 質問する（上手に質問する）

⑥ お願いする（教えてもらおうという謙虚な気持ちを）

⑦ 沈黙に強くなる（間をとる）

また、アクティブリスニングの効果をより高めるには、**相づち**を打つことです。相づちは会話をスムーズにつなげてくれますが、生半可に打つと逆効果です。相づちの言葉をたくさん仕込むだけでなく、使うタイミングに工夫がいらします。次のような言葉を使いこなしたいものです。

相づち

- 同意…「なるほど」「そうですね」「そうですか」
- 喜び…「何よりです」「素晴らしいですね」「お見事です」
- 驚き…「本当ですか」「信じられません」「よもや」
- 促し…「ほう」「それで」「そうおっしゃいますと」
- 転換…「話は変わりますが」「それはそうと」「ところで」