

# 営業苦手をフォローする 使い勝手のいい営業資料作り

## 自社の営業、なにかやっていますか？

受注につながるならば、接待でもゴルフでも構いません

営業活動は必ずしもやらなければいけないものではありません（十分な受注・引き合いがあるならば）。またやり方に関しても明確な決まりはありません。取り組みやすく・受注や売上の確率が高い方法を見つけ出し、試してみましょう。



世の中にはどんな「売り方・仕事の獲得方法」があるか？

「営業手法一覧」「マーケティング打ち手まとめ」などキーワードを合わせて検索すると、さまざまな手法の解説をしている記事がヒットします。

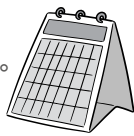
どのような顧客・どのようなステージなのか？また受注金額の規模や相手のIT/DXの取り組み度合いなどによって選ぶべき打ち手が変わります。どのような売り方にしたら良いか迷われた際にはよろずの相談をご活用ください。

## 1. 営業資料があると、なにがいいの？

パンフレットや提案書・プレゼンスライドやチラシ、ホームページ・動画やSNSなど、なにかしらの「営業に使える資料」があると、【その場のみ】【口頭のみ】【サンプル見せるだけ】な営業と比べて、さまざまな点でメリットがあります。

### ● 残る（顧客が繰り返し閲覧できる）

貴社の商品・サービスを必要とされるタイミングはまちまち。資料が顧客の手元に残っていれば、**後々連絡が来る**ことも。ちなみに連絡をもらいやすくするために、毎年カレンダーやノベルティを渡している会社の場合、そうした狙いもあります。



### ● （ちゃんと作れば）言いたいことをもれなく伝えられる

準備なく話した後、言い忘れたことを思い出し、伝える順番などを後悔したことは、少なからずあると思います。

資料を見ながら話せば**伝えたいことの抜け漏れを減らす**ことができ、カンニングペーパーのように使うことも可能です。

### ● 資料が独り歩きする（担当者と決裁者が違う場合に有効）

ある程度規模感のある企業の場合、窓口担当と決裁者は別人または別部署であるケースが多いです。話を「上」に通してもらいやすくするために、また担当者の説明の手間をおかけしないように、分かりやすい営業資料を**【自分の分身】として働かせる**ことができます。

### ● 言った言わないのトラブルを減らせる

ちゃんと作られた**営業資料は「証拠」にもなります**。特に数字（寸法・値段・個数など）や製作・運営上の注意点に関しては（複製したものであっても）誤字脱字のないようにチェックすることが重要です。



## 2. なにを載せたらいいの？

### ● 事前にやっておく／考えておくこと

営業資料を作ることは目的ではなく、あくまで問合せや受注のための手段です。

作りに慣れていない場合、作成よりもむしろ準備に時間をかけたほうが、より効果的な営業資料が仕上がります。

いきなり作成アプリを立ち上げず原稿やメモを作っておくのがオススメです。

誰向けに何を伝えて  
どう動いてほしいか

その資料をどんな  
イメージで作るか

その資料を  
どのように届けるか

### ● 載せる項目をリストアップする

まず順番など細かいことを考えずに伝えたい内容を挙げ、渡す相手や営業プロセス（どの段階か？）を考えて実際に話しながらまとめます。

企業概要 / 主に誰向けにどのようなサービスをしているか / 設備 / 対応サイズ / 対応ロット / 対応可能な材料 / 同業他社と比べた強み・特徴 / 制作事例（具体名を出さずに業種のみでも可） / 価格帯（見積もりを取らずに予算感がイメージできる例） / 納品までの流れ / 検品について / よくある質問とその答え / 貴社ならではのメリット / わかりやすいBefore→After など

### 話しながら作る・「本音→オフィシャル」が、いいものを作るコツです

提案書やプレゼンスライドを作るにあたり、カッコいいものを作りた気持ちはわかります。ただ、見栄えだけではそもそも営業資料として機能しないものになってしまいます。**営業資料はあくまで営業トークやプレゼンを見える化したもの**なので、原稿時点ではしっかり伝えることを重視し、話しながら作ったり、言い回しに気を使わず本音から作っていくと、より精度の高いものができます。

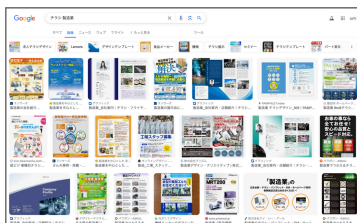
## 3. 資料を使いながら自社紹介してみる

### 話す相手によって、資料や渡し方を使い分ける

展示会や交流会などで知り合った初対面の相手向けに名刺に加えて渡す資料なのか？それともお互いどのような企業分かっている状況で、受注のための最後の一押しなのか？などを踏まえて、提供する情報のボリュームや内容を精査しましょう。

### どのようなイメージの営業資料にするか？は、 ネット上に大体答えがある！

Google画像検索などを活用し、「提案書 サンプル」「パンフレット 製造業」などで検索すると、様々なものが表示されます。これらを参考にする／依頼時の参考イメージにするなど活用すると、見栄え面においても納得のいくものが出来上がります。



【実習】営業資料（の原稿）をだまかにつくり、  
流れに沿って話してみよう

1) 誰向けに何を伝え、どうしてもらう資料なのかを書き出す

2) 掲載する項目を挙げ、話す内容を追記する

3) アタマの中で話しながら、取捨選択・順番決めを行う

この原稿を活用して、実際に営業資料を作ってみましょう。

その際に社長自ら作るのか・従業員に任せるのか・外注するのか？などを考えてください。大きさや業者選定方法・イメージの伝え方など不明な点は相談を活用し解決してください。