

## 8 提案書には裏付けも入れる

2章 感謝・感動につながる営業の実践ポイント

提案書を何度も出しながら、成約・決裁に至らない営業パーソンは、提案書が不十分なために、先方の担当者が“通る稟議書”をきちんと作成できていない、ということも考えてみる必要があります。

提案書は、クロージングを意識した内容でないといけません。相手の要求・要望を把握し、それを満たす対策が具体的な形になっていることが大切です。

具体的な形とは、「自社製品や商品を導入するとどういうメリットがあるのかを売上増や省力化、コスト削減効果といった数字で見せること」です。加えて、今までの実績事例を参考として紹介します。

数字と実績に裏付けされた、アピール力のある提案書こそが有効なのです。



### 稟議もすんなり通る提案書をつくる

項目 / 評価	Bad ☹☹	Good 😊	Excellent 😄
① クロージングを意識して提案書を作っているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 提案書は決定権者のニーズを踏まえたものになっているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 写真や数字など具体的に記入しているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 特長・メリットの強調はできているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑤ 今までの実績も紹介されているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑥ お客様などの声や手紙などを反映させているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



「Bad」を改善

[原価0円・即実行]できることを書き出そう!