

## 9 提案書はツボをはずさない

### 2章

感謝・感動につながる営業の実践ポイント

お客様への提案書では、自社製品の特長・メリットをアピールしなくてはなりません。製品にどのような特長があり、お客様の業務にどのように貢献するのか。それを言葉ではなく、導入前→導入後を数字や写真で表し、なおかつアピールしたい箇所にマーカーやアンダーラインを引いておきます。担当社員が社内で稟議書に添付できる状態にまで作り上げておくことが重要です。

また、ここまで作り上げるわけですから、営業パーソンは提案書の要点を必ず説明するべきであって「後ほどお読みください」などと言ってはいけません。お客様の熱が冷めてしまうからです。

案件が成約や受注に結びつきにくい人は、間をあけることでお客様が同業他社に目移りする隙を与えていないでしょうか。その時間をつくらないことも大切なのです。



記入日

### ツボをおさえた提案をする

項目 / 評価	Bad ☹	Good 😊	Excellent 😄
① 自社商品の特長や優秀な点を把握しているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 自社商品の優れた点をモレなく書き込んでいるか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ アピールポイントにマーカーやアンダーラインを入れているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 自分なりのアピール資料を作成、活用しているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑤ 提案書を渡したら、その場で必ず説明をしているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑥ 写真・DVDやPGなどを活用し視覚でアピールしているか?	<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!