

顧客の視点で分かり易く

商品やサービスを販売する上で、提案書はとて大切で、最近、パワーポイントの普及でかなり手の込んだ提案書を目にすることも多くなりました。しかし、まだまだポイントを外しているものが多いようです。

A社はIT技術に専門性を有する会社です。その技術で新しいビジネスモデルをつくり、さまざまな企業に提案することになりました。しかし提案を開始しても、高度な仕組み

を1つほどで明快に示したものです。お客さまは提案の輪郭を理解でき、その後の内容を容易に把握できます。

2点目は「採用したお客さまに提供できるメリット」です。提案を採用すれば、お客さまはどのような姿になるのか、どんな問題が解決できるかをイメージさせるものです。コストが下がる、手間が省けるなど具体的に表現します。数値で示せるものはできるだけ示すことも必要です。

3点目は「価格」です。別途ご相談では、お客さまは不安でその先に進むことができません。特殊な場合を除き、しっかりと価格を示すことが必要です。

【診断の目】

をお客さまはなかなか理解してくれません。

相談を受けた中小企業診断士B氏は提案書を見て、カタカナが多いことや難解な業界用語が散見され、見る側にとって理解しにくく、退屈な内容であること指摘しました。提案書に必須な3点を明確に記述していないことを注意しました。

必須の3点とは以下のものです。まず1点目は「提案の概要」です。提案する製品がどんなものか、サービスがどのような仕組みか

この3点がはっきりすれば、提案書が理解しやすくなり、契約も伸びていくはず。例えば提案書を受取った相手は上司に説明しなければならぬかもしれない。説明しにくいものなら担当者の段階で排除される可能性もあるのです。「すばらしいものよりわかりやすいものが売れる」。意外と本質を突いているかもしれせん。(中小企業診断士・東條裕一)

販促に提案書は必須