

# 海外企業とのオンライン商談を成功させる ために必要なこと

---

講師：知恵プラス株式会社 服部 美紀

# 目次

---

- P1 本セミナーのゴール
- P2 対面商談とオンライン商談の違い
- P3 成功するオンライン商談のポイント
- P4~5 ポイント1:オンライン商談の映り方・話し方
- P6~11 ポイント2:オンライン商談のテクニック
- P12~15 ポイント3:海外企業との商談のコツ~アフタフォロー
- P16~17 ポイント4:オンライン商談の魅せる資料
- P18~23 参考資料  
(オンライン商談の事前準備、zoomの基本操作、Zoomのトラブル対応、  
チェックリスト)

# 本セミナーのゴール

---

## ■本セミナーのゴール

ファーストコンタクトを好印象とし、  
「この会社と取引をしてみよう」  
「この人の話をもう一度聞いてみたい」

と思ってもらえるオンライン商談とアフターフォローの  
ポイントを知り、実際に準備ができるようにする。



# 対面商談とオンライン商談の違い

オンライン商談は、低コストであることや時間調整がしやすいといった点から、コロナ終息後も多くの企業で採用されると見込まれています。インターネットが広く普及しており、通信技術の進化がめざましい現代では、今後は商談だけでなく、契約の締結までもがオンラインが主流になっていく可能性が高いのです。

## オンライン商談のメリット

移動時間も費用もかからない 交通状況に左右されない

1日の商談数が増える

紙媒体の資料ではなく、データでのやりとりに移行しやすい

資料が足りない時など対応がしやすい



## オンライン商談のデメリット

コミュニケーションが取りにくい

通信環境に左右される

有形商材を実際に見ていただけないために製品・サービスの魅力が伝わりにくい

初対面の場合は信頼が得にくい

相手の会社や工場のリアルな様子がわからない



# 成功するオンライン商談のポイント

---

オンライン商談で相手に効果的に自社製品・サービスの特徴を掴んでもらい、良い印象を残してお取引につなげていくために…

ポイント1

オンライン商談の映り方・話し方

ポイント2

オンライン商談のテクニック

ポイント3

海外企業との商談のコツ～アフターフォロー

ポイント4

オンライン商談会の魅せる資料作成

参考資料

オンライン商談の事前準備  
Zoomの基本操作、トラブル対応

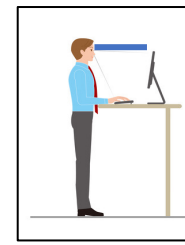
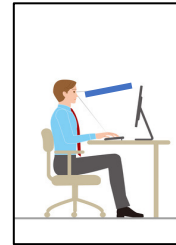
# ポイント 1

## オンライン商談の映り方・話し方

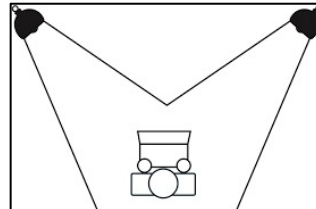
オンラインであっても第一印象は重要です。第一印象は20秒で決まると言われています。最初の挨拶や身だしなみは印象を大きく左右します。

### 1 映り方

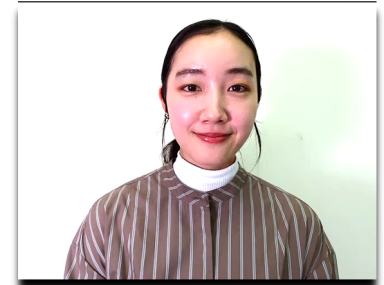
- ✓ 相手のカメラに映った瞬間に「カメラの中央に自分のキリッとした顔が映るように」
- ✓ 手元から上が映る程度の大きさと距離
- ✓ パソコンの高さは、カメラの目線に合わせる
- ✓ 室内の明るさや背景にも気を配る
- ✓ 顔が明るく映る照明を配置する



1つの照明



2つの照明



いろんなものが映り込む  
背景は落ち着かない

### 2 身だしなみ

- ✓ オンラインでも対面商談と同様の身だしなみ
- ✓ 明るく映るように、首回りのカラーは自分に合ったものを（男性はシャツとネクタイなど）

# ポイント 1

## オンライン商談の映り方・話し方

オンライン商談では、相手に話してもらおうと思っても、自分が8割喋ってしまうパターンはよくあります。だからこそ、相手に伝わりやすい話し方が大事です。

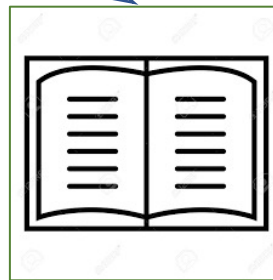
### 3 伝わりやすい話し方

- ✓ 結論から先に話す 何ごとも目的から話すこと
- ✓ はっきりとした言葉で話す
- ✓ 冗長な言い方は避ける (例) 「～と思います」 「～かなと」
- ✓ ジェスチャーを入れる ジェスチャーは大きめ
- ✓ 短いセンテンスで話す
- ✓ 間の取り方が難しいからこそ2WAYを心がける  
以下の3つの例など

ここまでで何かご質問は  
ありますか？



御社でも同様のお困り  
ごとはありますか？



御社の事業展開とリンク  
しますか？

ポイント  
2

# オンライン商談のテクニック

こんな商談をしていませんか？

- 我が社は昭和30年設立で、先代社長が〇〇市から2時間の所にあるXX村で創業しましてね…そこから20年前に△△町へ移転して、そして10年前には…
- 我が社は幅広い製品・技術を持っているんですよ。例えば、〇〇については…、そして××については…、さらに△△については…。ということで、我が社は何でもできますし、お値段もお安くできますので、安心してお任せください！
- 我が社の説明は以上となります。あ、もうこんな時間ですね。本日は貴重なお時間をいただき、どうもありがとうございました。ご検討・ご連絡、お待ちしております！



# オンライン商談のテクニック

オンライン商談は時間が限られており、双方向のコミュニケーションが難しいからこそ「伝えたい内容」を絞って話しましょう。

## 1 失敗する商談 3大要因

- ✓ **説明が長い 肝心な製品やサービスの説明に辿りつかない**
  - 人は他人の話の20%しか聞くことができない。
  - 話が長いと相手は話を聞くだけになりがちになるので、時々相手の反応を確認すると良い。
  - 本当に相手が知りたいことをピンポイントで強調、繰り返し伝える。
- ✓ **製品・技術の良さや特徴が伝わらず価格交渉に終始してしまう**
  - 「何でもできます」は相手に響かない。コミュニケーションを通じて、相手の関心事や困りごとを探り、提案できそうな製品等を絞っていく。
  - 精緻な技術の良さを伝える説明の仕方を工夫する。
  - 事前に社内でリハーサルをする。
- ✓ **相手のメリットが言えない**
  - 目の前の会社にとってのメリットを盛り込む。
  - 10社あれば10社の状況や課題があると心得る。
  - ホームページ等で事前に相手情報の収集が必要



**FABコミュニケーションの活用**

## ポイント 2

# オンライン商談のテクニック

相手は一般論を聞きたいのではなく、自分の会社にとってどんなメリットがあるのかを聞きたいのです。目の前のお客様にとっての利益 (benefit) を伝えることが重要です。

## 2 FABコミュニケーションの活用

F→A→Bの3つのステップで自社製品・サービスの魅力を語ることで、相手のニーズに刺さるメリットを生み出す。

**F**  
(フィーチャー/特徴)

- ・ プラスの事実
- ・ 製品・サービスの基本機能や性能
- ・ 競合商品・サービスとの差異

**A**  
(アドバンテージ/Fから来る結果・強み)

- ・ 多くの人にプラスの効果
- ・ 使用することで得られる結果
- ・ 競合商品・サービスに対する強み

**B**  
(ベネフィット/価値・利益)

- ・ 商談相手にとってプラスの未来
- ・ 使用することで得られる利益
- ・ ニーズを満たす期待感や満足感

人がモノを購入する理由は「得られる満足感・未来への期待感」

ポイント  
2

# オンライン商談のテクニック

目の前のお客様にとっての利益（benefit）を伝えるFABの例を記載しました。

## 2 FABコミュニケーションの活用（製品説明例）

<p><b>F</b> (特徴)</p>	<p>ニューカナック処理は、通常のカナック処理に比べ、高い硬さが得られます。なぜならば、表層はピーニング効果をしているからです。</p>	<p>私どもの短納期切削加工サービスは最短1日、1個からパーツの作成を可能にした仕組みです。</p>	<p>私どものスポーツドリンク粉末は、知名度も高く、長年愛されている商品です。それは栄養価が高く、親からの支持が高いからです。</p>
<p><b>A</b> (強み)</p>	<p>この処理ならば、<u>どのような金型でも</u>今まで以上に寿命を伸ばしたり、すり減りによる不具合品の発生を防げます。</p>	<p>この仕組みならば、<u>どんな企業様でも</u>試作品を作成する時や出図直前の設計変更へも対応できます。</p>	<p><u>どの国でも</u>消費者ニーズに合い、シェアを広げ続けています。</p>
<p><b>B</b> (価値・利益)</p>	<p>特に、<u>ステンレス加工を中心</u>をしている御社ならば、反りや膨張、寸法変化などの変形が極めて少なくなり、生産性向上のサポートとなることは間違いありません。</p>	<p>特に、<u>細かいパーツが多い</u>御社ならば、この仕組みで、無理なく短期の製品使用の変更にも対応できます。</p>	<p>特に<u>粉ジュースの製造ノウハウ</u>があり、地方にも営業拠点を<u>お持ちの御社</u>ならば、スポーツドリンクでもシェアを獲得することができます。</p>

**的確にBenefitを伝えるためにも、事前の顧客リサーチと想定が重要**

現物（商品）がない中での説明のため、説明の仕方を工夫することが重要です。商品説明書と説明は異なります。

## 3 商品の魅力を伝える説明の仕方

一般的に商品説明で伝えるべきは「価格、大きさ、強み、他商品との違い、保証、アフターサービス」などであるが、これらをオンラインで説明しても商品の魅力は伝わらない。コツは、商品の魅力＝相手にとっての魅力をまず先にいうことを意識すること。

### 一般的な例

「ハンズフリーで日本語と11言語間のAI音声翻訳を可能にする〇〇を開発しました。  
これであれば、カルテや書類を持ったまま外国人の患者さんの診断が楽になります」



### よりわかりやすくするためには

「このシステムは、外国人の診断を劇的に楽にします。ハンズフリーで日本語と11言語間のAI音声翻訳を可能にしています」

質問される前に言うことにより

- ・相手の知りたいことを先に伝えることができる
- ・商品に付加価値をつけることができる

この商品の魅力は資料に書く際も、タイトル（小見出し）にしたり、色やフォントを変えて強調する部分でもある。

## ポイント 2

# オンライン商談のテクニック

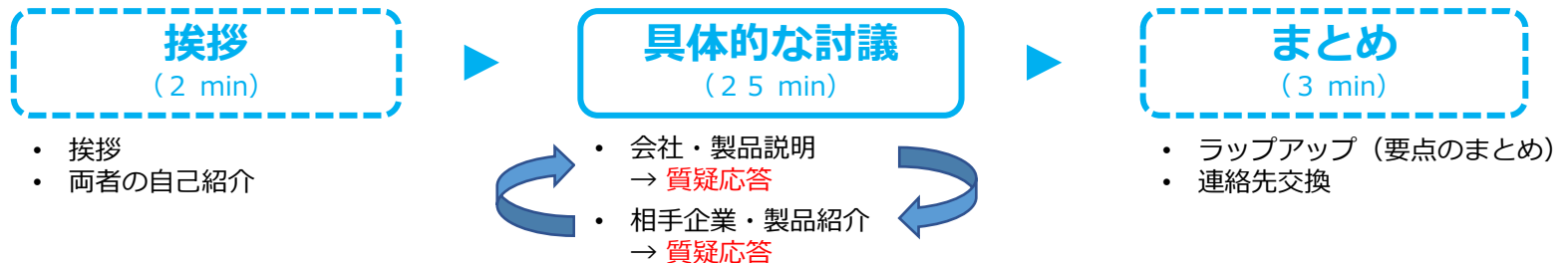
オンライン商談は対面商談と違って、相手の表情や反応が分かりにくく、また沈黙が怖いために、**つい一方的に説明しがち**です。そこで、製品説明の際などにテストクロージングを用いることで、双方向のやり取り、そして相手の関心事を引き出すことが可能です。

## 4 テストクロージングの活用

### ☆テストクロージングとは？

その名の通り、具体的な討議の中で「クロージング」を「テスト」することです。

<商談の構成例（1商談30分の場合）>



「よって、私どもの製品の導入をお勧めします。いかがでしょうか？」

→ え、でもお高いんでしょう？

→ う～ん、似たような製品を〇〇社が出してますよね？

**ネガティブ発言が出てきたらチャンス！  
それは貴社への関心・期待の表れなのです**

# 海外企業との商談のコツ

オンライン商談であると同時に海外商談会です。  
海外企業との商談を成功させるためのコツを覚えておきましょう。

## ■素早いアフターフォロー

- オンライン商談終了後に、最も大事なことがアフターフォロー。
- 商談会のお礼メールや、見積書や提案書などを送り、商談継続意思を示す。（次ページ参照）

## ■通訳を介することを意識する

- 通訳を介することを意識して、分かりやすい日本語を心がける。
- 通訳を介すると、実際に商談できる時間は半分程度。

### 通訳しにくい日本語

- 昭和○年（和暦）
- 20%台
- それはこちらサイドで対応
- 迅速に推進する
- よろしく
- もったいない etc

## ■今、どこを話しているのかを相手に伝える

- オンラインの場合、相手の理解度が分かりにくい。  
今、どの部分を説明しているのかを、きちんと言葉で表現しましょう。  
「次に3ページ目を説明します」「2の▲▲を説明します」など。
- ポインターなどの活用も有効。

## ■ 次の商談ステップは必ず確認をする

- 「ではご連絡をお待ちしております」と言っても海外企業からの連絡はなかなか来ないものです。次は、「いつ」「誰と」「どのような内容を」「どういう手段で」商談するのかを決めておきましょう。また、可能ならば製品サンプルを送る手立ても話し合っておきましょう。

## ■ スクリーンショットを活用する

- 海外企業側が名刺を持っていないことや名刺のPDF化をしていないこともある。相手の顔が写った時、連絡先を見せたときに素早くスクリーンショットを撮ると後々便利である。

## ■ 相手は疲れている

- 何社も商談を行っているため、相手は相当疲れていると考えた方がいい。
- 特に、午後の商談では相手側の集中力が早く切れてしまうため、例え雑談でも相手に話させる機会を入れた方がいい。

ポイント  
3

# アフターフォローメールの雛形

商談は1回で終わるわけではありません。  
アフターフォローは商談の継続意思を示すためのものです。  
素早いアフターフォローメール（お礼メール）はそれだけ思いが伝わります。

## ■ 24時間以内にフォローメールをしましょう

Dear Mr.Kyaw Hlaing

Many thanks for meeting with me yesterday.  
I hope you found the range of services that I presented of interest and that as your plans for the following project advance you see opportunity to use these services.

And thank you for sharing some insight and speaking with me about your issue.

Next time, I'll give you more information about these possible solutions.

My thanks again for interrupting your busy schedules.  
Please do not hesitate to contact me if you have any queries.

Kind regards,  
ABC Co.,Ltd  
CEO Naoya Tkahashi



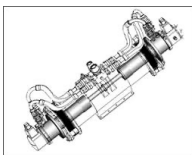
# ポイント 3

## アフターフォローのための動画

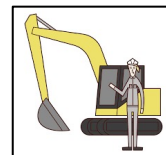
商談後に、打ち合わせ時に使用した資料を送る方は少なくないと思います。さらに、訴求したいポイントをまとめて簡単な動画を作成し、先方に送ることも有効です。ただし、英語の字幕か音声は必須。動画の共有は、YouTube（視聴者限定）や GoogleDriveを活用するとスムーズです。

### ■ 動画で「商談を振り返り」「共通認識を深める」ことができる

- ・ 短時間で多くの情報量を伝えられる
- ・ 利用シーンがイメージしやすい
- ・ 活用範囲が広い



精密機器などの精緻な技術は動画が有効



送ることが困難な重機の説明は動画が有効

### ■ 動画構成サンプル

例)



製品の操作性



利用シーン



製品特徴や他社との違い

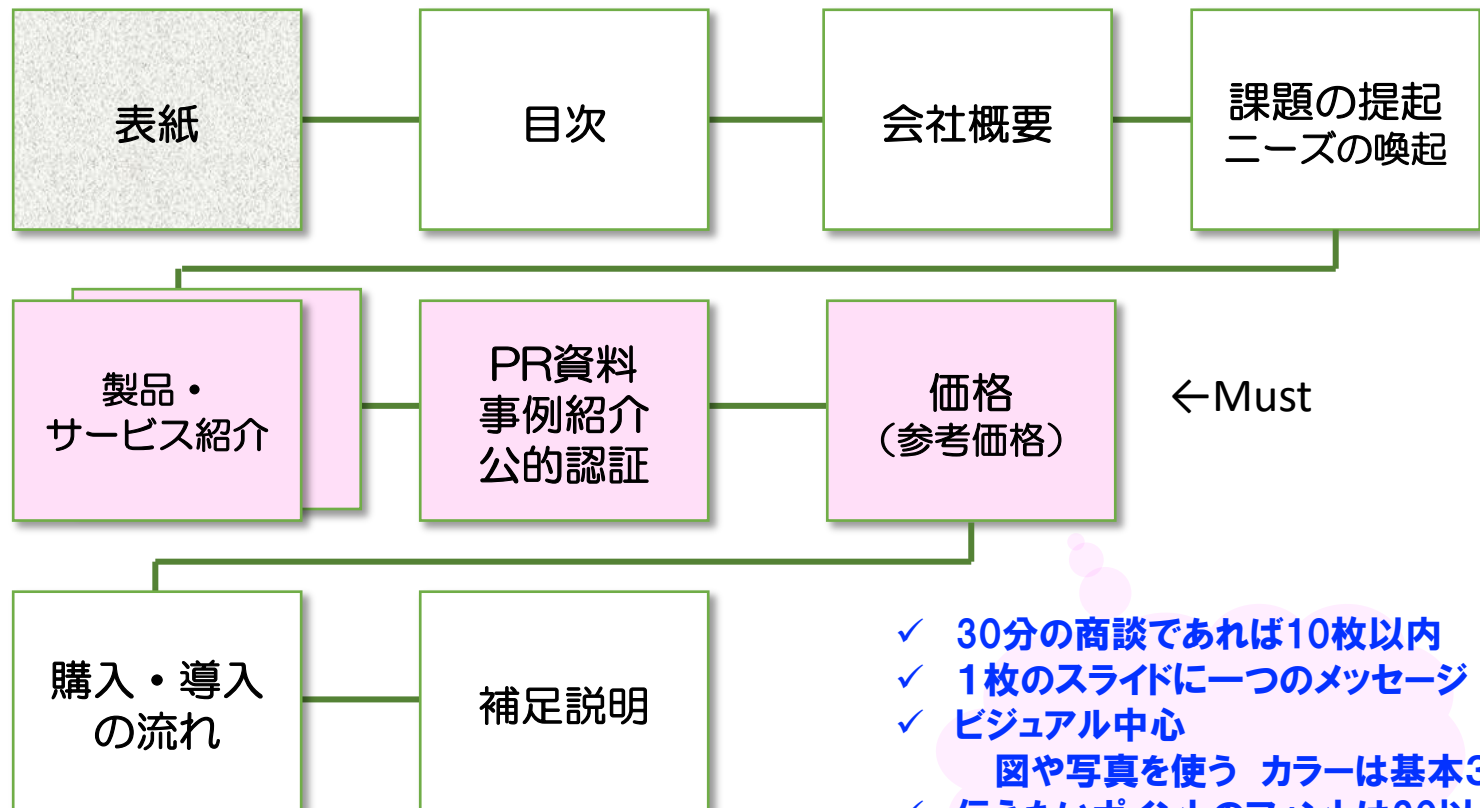
- ・ ポイントを絞る 強調する
- ・ 利用シーンをイメージできるように
- ・ 時間は1分～2分

ポイント  
4

# オンライン商談会の魅せる資料作成

情報の入手は目からが8割です。せっかく資料を作ってもわかりにくかったり、枚数多くて画面を資料が占領したり、説明時間が長くなるようでは相手の信頼と理解は半減します。

## 1 資料の構成 (サンプル)



- ✓ 30分の商談であれば10枚以内
- ✓ 1枚のスライドに一つのメッセージ
- ✓ ビジュアル中心
  - 図や写真を使う カラーは基本3色
- ✓ 伝えたいポイントのフォントは20以上  
メイリオで統一

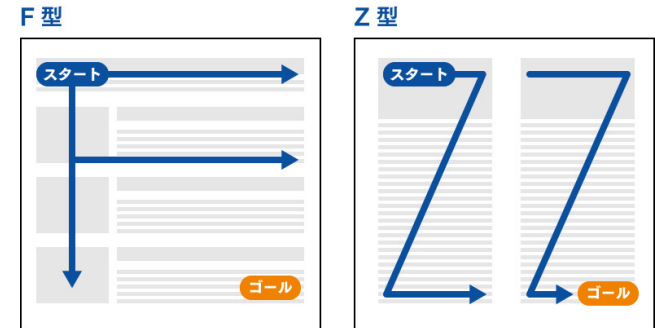
※通訳が入ると実質半分。簡潔に話すことが大事

# ポイント 4

## オンライン商談会の魅せる資料作成

### 2 資料に盛り込む要素

- ✓ 商談相手のメリットを盛り込む
  - ・事前に相手の会社のHPなどはチェックしておく。
- ✓ Before（商談商品の導入前） & After（商談商品の導入後）を盛り込む
  - ・商談商品の導入後の具体的な効果・利点を伝えることで、相手のメリットを理解してもらう。
- ✓ 商談相手の信頼を得る情報を盛り込む
  - ・海外企業は公的認証を信用する傾向が強い。
  - ・実績は重要 「300社以上のお客様が」という表現よりも「2020年12月末時点で259社のお客様が」の方が信憑性がある。
- ✓ 商談相手の共感を得るストーリーを盛り込む
  - 例) ・商材を開発するに至った経緯
  - ・どのような思いが詰まったものなのかなどの「背景」の紹介など
  - その他、この製品開発や販売に至った経緯や、開発苦労などを伝える、印象に残りやすくなる。



読みやすい資料の構成



## 1 通信環境とソフトの確認

- ✓ **オンライン商談当日に使うオンラインシステムにつながるかを必ず確認。**  
セキュリティの関係でつながらなかったり、ソフトのバージョンが古くてつながらないことが多々ある。
- ✓ **インターネット回線の通信容量が十分か確認。**  
Wifiよりも有線（LANケーブル）の方が安定していますが、Wifiでも十分対応可能。
- ✓ **画面共有の仕方を確認。**  
画面共有の操作がわからず、製品紹介ができないと困る。事前に操作を覚えておくことは必須。一人で操作が大変な場合は、もう一人操作をしてくれる方にそばにいていただくと良い。
- ✓ **万一つながらない時のための補助（モバイルなど）**  
PCがダウンした時を想定して、モバイルにもアプリを入れておくことをお勧めする。関係構築ができていれば、facebookのmessengerやFacetimeで商談を継続することも可能。

# オンライン商談会の事前準備

## 参考資料

### 2 名刺のPDF化

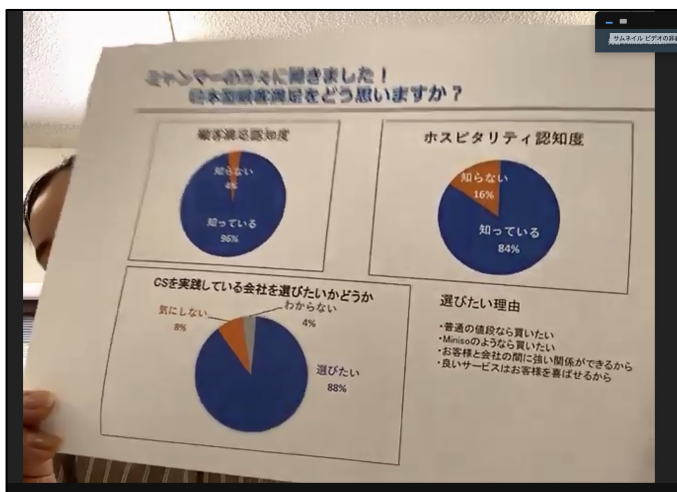
- 名刺交換ができないオンライン商談では、アフターフォローのためにも連絡先交換を準備する。

名刺はPDFファイルにして、チャットに貼り付けるようにすると相手も見ることが可能。名刺交換ソフトもあるが、海外の方がソフトを知らないケースも考えられる。相手が名刺を見せた場合はスクリーンショットを活用。そのほか、相手のPDFや資料もスクリーンショットをとっておくことをお勧めする。

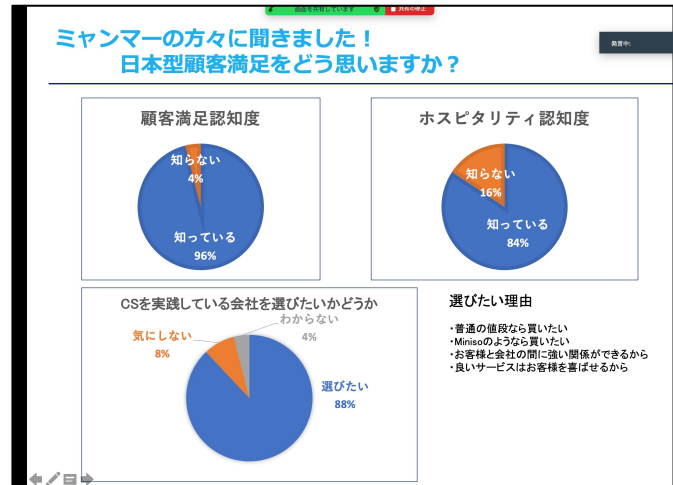
### 3 画面共有用の資料の準備

- 資料は画面共有で提示。

手で持って見せた場合は見にくい



画面共有した場合



# Zoomの基本操作

## 1 zoomの基本(zoomダウンロード済を想定)

### ①会議に参加する

- ホストに招待メールを送ってもらう
- ↓
- メールのURLリンクをクリックする
- ↓
- ホストに認証してもらって通話開始
- ↓
- ビデオON ミュート解除を確認する

### ②資料を見せながら会議をする

- 共同ホストになる (ホストに依頼する)
- ↓
- 画面共有を行う (次ページ参照)
- ↓
- パワーポイントの場合はスライドショーにする
- ※画面共有すると相手の顔は右横に表示されます

服部様

お世話になっております。リガクの津布久です。  
ご連絡が遅くなって申し訳ございません。

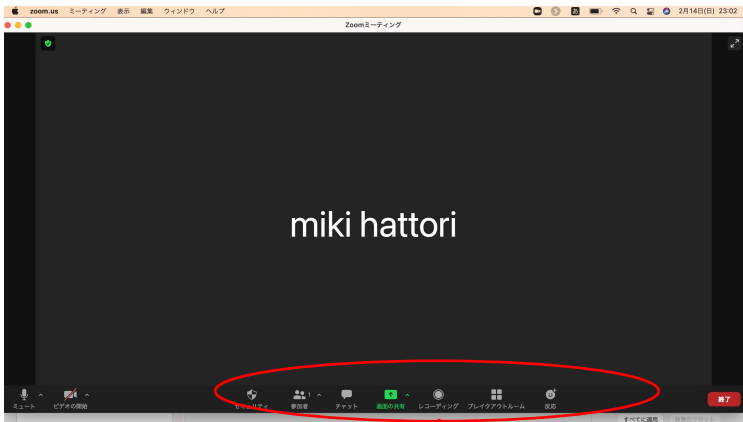
お打ち合わせの件、8日(月)11:00開始をお願いします。  
ZOOMのuriをお送りするのでお時間になりましたら、以下リンクからご参加下さい。  
ご都合が合うようでしたら、是非海雲先生にもご同席頂けますでしょうか。

トピック: 弊リガク 研修に関する打ち合わせ  
時間: 2021年2月8日 11:00 AM 大阪、札幌、東京

Zoom ミーティングに参加する  
<https://us02web.zoom.us/j/81547676163?pwd=NWlkbkp5bW9VNWpjdUc0VU93MFYzdz09>

招待メールをもらったら  
日付・時間が合っているかを  
確認!

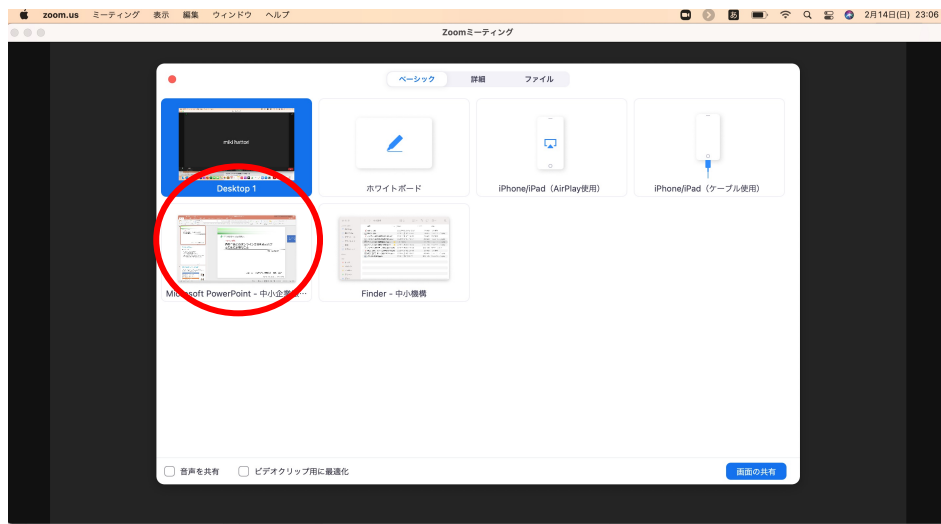




①あらかじめ  
画面共有したいファイルを  
開いておく



②画面共有をクリック



③画面共有したいファイルをクリック

## 2 zoomのトラブルの事例と対策

- ✓ **朝や夕方になると通信が不安定になりやすいので慌てない**  
カクカクしたり相手の声が途切れる場合もあるが次第に元に戻る。  
改善しない場合は、wifiではなく有線（LANケーブル）に切り替える。
- ✓ **突然落ちる（通信会社の事情のケースもある）**
  - ①すぐに会議室に再入室する。
  - ②商談相手に電話を連絡をとる。  
→双方もしくはどちらかが通信が不安定な場合は、先方と相談して日程を再設定。
- ✓ **相手の声が聞こえない**  
相手がミュートになっていないかをチャットやジェスチャーで確認する。
- ✓ **こちらの声が聞こえない**  
ミュートになっていないか確認する。  
こちらのPCの音声のボリュームを大きくする。  
イヤホンをしていると声が聞こえない場合がある。





# チェックリスト

事前準備			
<input type="checkbox"/>	オンラインの事前チェックは済んでいますか	映像・マイクなど	P4~5
<input type="checkbox"/>	投影できる資料は準備をしましたか		P14~ 20
<input type="checkbox"/>	商談時の画面共有などの使い方を確認しましたか		
<input type="checkbox"/>	連絡先交換のデータは準備をしましたか		
<input type="checkbox"/>	トラブル対応の仕方を確認しましたか		P21
オンライン商談時			
<input type="checkbox"/>	早めに（15分前）アクセス	アクセス確認できたら待機	-
<input type="checkbox"/>	ビデオON ミュート解除にしましたか	PCの音量もチェック	-
<input type="checkbox"/>	画面共有用の資料は開いていますか		
<input type="checkbox"/>	先方とアフターフォローの仕方を確認しましたか		
オンライン商談後			
<input type="checkbox"/>	アフターフォローメール（お礼メール）はしましたか	24時間以内にメールを送る	P13

# 質疑応答

ご静聴ありがとうございました。