

商談会参加にあたってのポイント

相手方（発注企業）の気持ちになって臨むことが大切です！！

【参加申込編】

1 面談希望企業の選択について

- 面談を希望する発注企業については、相手の求めている内容をよく読み、自社の得意分野が活かせる企業を選びましょう。
- ホームページ等で相手の製品について調べ、自社技術との接点を考えましょう。
- 自社の得意分野と関係ない企業にも関わらず、有名企業だからといった理由で選んでも面談してもらえない可能性は低くなります。
- 発注企業は受注企業の企業規模に関係なく、要望に合った企業との面談を希望される傾向があります。

2 アプローチシート記入について※発注企業はアプローチシートを見て面談先を選ばれます

- 面談希望企業に合わせた表現で「事業内容・特徴・提案」を記入しましょう。
- 「何でもできる、何でも得意」は「何にもできない」と同義語で特徴のない企業と思われれます。
- 抽象的ではなくできるだけ具体的に書きましょう。
- 設備装置の種類だけ並べても何ができるか分かりにくく、最大・最小サイズ、硬さ、形状等を示し「このような類が製作可能だ」と具体的な数字も交えて表現しましょう。
- 納期厳守や品質保持は当然のこととして、その裏付けとなる根拠を書きましょう。

【商談会当日編】

1 時間厳守（これは絶対に守ってください）

- 遅刻・無断欠席は大変失礼な行為で、受注意欲を疑われます。時間を守れない企業は全てに対してルーズと思われれます。

2 加工サンプルや写真の持参

- 加工サンプルは可能であれば、複数個準備してください。平均的な加工難度のサンプルと最高難度のサンプルも準備するとなお有効です。サンプルが持参できなければ写真やDVDを使って説明する工夫をしてください。
サンプルや写真説明で納入先への提案や加工工夫を説明すると、提案力のある企業だと判断されます。

3 その他

- 現行の取引先、あるいは取引先の業種を商談の冒頭に話しましょう。発注企業にとっては自社との類似点をイメージでき、以後の話の切り口が鮮明になります。
- 面談相手企業の製品を前もってよく調べておきましょう。
（自社技術との接点をイメージしておきましょう）
- 商談会当日の15分の面談はキッカケづくりと考えてください。具体的な商談に結びつけるには商談後のフォローが必須だと認識しておきましょう。

【商談会後日編】

- 商談会後のフォローを必ず行いましょう。
- できるだけ早くお礼の連絡、訪問のアポイントを取ることが大切です。
- 1回会っただけではまず忘れられてしまいます。継続的にフォローして、案件が出てきた際には自社に声を掛けてもらえるように常に努力しましょう。
- 商談会中も商談会後も誠意を持って対応し、真剣さをアピールしてください。

【発注企業の声】

(◎印象が良い企業に対する声)

- 商談会后、何度も訪問された熱意のある企業さんがありました。熱意に押されて見積りや図面を出しますね。
- 質問に的確に答えて頂くとありがたいです。
- 写真、現物等、具体的に説明されると解りやすいです。
- 見積後、価格が合わないとお断りをしたところ、その理由をわざわざ聞きに来られた熱心な企業さんがありました。こういった心意気の企業さんと取り引きしたいですね。

(×印象が悪い企業に対する声)

- 商談会后、なんら連絡がありません。名刺を交換された意味がありませんね。
- 企業説明は不要。事前配付で知っています。時間が少ないので直ちに本題に入りたい。
- 面談時間15分間を有効に活用すること。受注側の自社PRは事前に確認している。
- 説明、プロポーズが途中で途切れる企業さんがあり、時間をもて余しました。
- 発注側が聞き出すのではなく積極的に発言して欲しい。
- 自社の強みをもっとアピールしてほしい。
- 発注側にとって参考となるような提案が欲しい。
- 的外れなことを答えられると時間の無駄ですね。
- 登録したニーズを良く読んでない企業さんがありました。備考欄に詳細を書いていたのですが・・・
- 受注側は事前に面談企業が何を求めているか調べておくこと。
- 見積りを依頼しても、回答がない企業や図面の返却もない企業がありました。商談会になぜ参加されたのか疑問に感じます。

常に意識して臨んでください。

“自分が購買担当者なら、当社へ新たに仕事を発注したいと思えるか？”