【顧客に商品を販売する場合のプレゼンのストーリーを組み立てる際のポイント】

「問題点」を 考えるときのポイント	相手の現状・背景などの情報から、どのような問題点が考えられるかについて説得力のある仮説を立てる。
「ニーズ」を 考えるときのポイント	問題点を改善するための具体的な方法を、商品の価値に結び付けるように話を組み立てる。ただし、このとき商品を売り込んだりしないよう注意する。
「ゴール」を 考えるときのポイント	問題点が改善された理想的な状態を、数字・事例などを使ってより具体的なイメージがわくようにする。