

プレゼンテーションの方法

進め方	具 体 策										
1. 演出効果を狙う	●言葉に窮したとき、これを救うのは演技である。										
2. 視覚に訴える	<p>●五感と訴求力</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">五 感</th> <th style="text-align: center;">視</th> <th style="text-align: center;">聴</th> <th style="text-align: center;">言葉</th> <th style="text-align: center;">計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">訴求力</td> <td style="text-align: center;">55</td> <td style="text-align: center;">38</td> <td style="text-align: center;">7</td> <td style="text-align: center;">100%</td> </tr> </tbody> </table> <p>例えば、書いて話す — 書いている間、視覚に訴えることだけで、既に85%の伝達力がある。</p>	五 感	視	聴	言葉	計	訴求力	55	38	7	100%
五 感	視	聴	言葉	計							
訴求力	55	38	7	100%							
3. 親しみを持たせる	●相手にも役割を提供する — 見せて、手渡して、使ってもらおう。										
4. 資料を活用する	<ul style="list-style-type: none"> ●愛用家からの手紙、販売した得意先の感想文。 ●写真、新聞、雑誌などの解説文。 ●比較表等のデータ 										
5. 価値を金額に見積もる	<ul style="list-style-type: none"> ●どれだけの効果・価値を生み出すか。 ●金銭に見積もると、どのくらいになるか。 (1日、1ヵ月、1年でいくらになるか) 										
6. 購買動機に訴える	<ul style="list-style-type: none"> ●顧客のニーズは何か、購買動機は何か。この1点に集中した説明でないと効果がない。 ●アプローチでつかんだことを活かす。 										
7. 質問を使う	●その商品に関する顧客の経験や意見についての適切な質問は顧客を喜ばせる。										
8. 効果ある言葉を使う	●今、いますぐ、なぜ、どうして、どちら、etc										
9. ライバルをけなさない	<ul style="list-style-type: none"> ●ライバルをけなすくらい自分の商品の値打ちを下げ自分の品位を落とすことはない。むしろスッパリとほめるくらいのゆとりが大切。 (但し、顧客からライバルを持ち出された場合) 										
10. 議論をしてはいけない	<ul style="list-style-type: none"> ●顧客からの反対に対しどういう言い方をすれば買う理由にかえられるか。 (応酬話法の研究と練習が必要) 										