

# 商談会参加にあたってのポイント

相手方（発注側）の気持ちになって臨むことが大切！！

## 【申込書記入編】

### 1 面談希望企業の選択について

- 当日の面談希望企業については、相手の求めている内容をよく読み、自社の得意分野が生かせる企業を選ぶ。
- 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る。
- 有名企業だからといった理由で自社の得意分野と関係ない企業を選んでも会ってもらえる可能性は低い。
- 発注側は受注側の企業規模に関係なく、要望に合致する企業とは面談を希望される。

### 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選ばれる

- 面談希望企業に合わせた表現で「事業内容・特徴・提案」を記入する。
- 「何でもできる、何でも得意」は「何にもできない」と同意語で特徴のない企業と思われる。
- 抽象的ではなくできるだけ具体的に書く。
- 加工装置の種類だけ並べても何ができるか分かりにくい。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する。
- 納期厳守や品質厳守は当たり前。その裏付けとなる根拠をきちんと書く。
- 別添企業パンフ参照と書くだけでは見てもらえない。

### 3 企業パンフを面談希望申し込み企業の社数分を事務局まで送付のこと。

（10社申し込む場合は、10部を送付）

## 【商談会当日編】

### 1 時間厳守（これは絶対守ってください）

- 遅刻・無断欠席は大変失礼。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る。

### 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する。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尚良い。サンプルが持参できなければ写真やDVDを使って示す工夫をする。  
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る。

### 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す。発注側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る。
- 面談相手企業の製品を前もってよく調べる。（自社技術との接点をイメージしておく）

#### 【商談会後日編】

- 商談会当日の15分の面談はキッカケづくりと考えること。具体的な商談に結び付けるには商談会後のフォローが必須だと肝に銘じておくこと。
- できるだけ早くお礼の連絡、訪問のアポを取ること。
- 1回会っただけではまず忘れられる。継続的にフォローして、案件が出てきた際には当社に声を掛けてもらえるように常に努力すること。
- 商談会中も商談会後も誠意を持って対応し、真剣さをアピールすること。

#### 【発注企業の声】

##### （◎良い企業に対する声）

- 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。
- 商談会后、何度も訪問された根性のある企業さんがありました。人情でも見積りや図面を出しますね。
- 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。

##### （×悪い企業に対する声）

- 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。
- ニーズ票を良く読んでない企業さんがありました。備考欄に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。
- 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。
- 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？ ”**