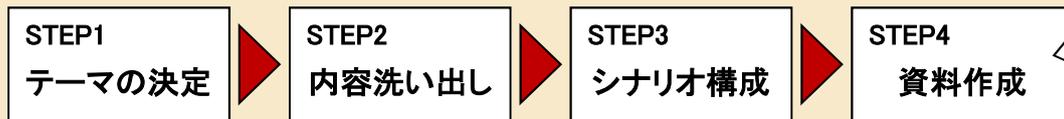


## プレゼンテーション研修事前課題

### 事前課題の概要

研修当日に、「4～6分」のプレゼンテーションを全員におこなっていただきます。  
そのための準備として、以下のプロセスにそってプレゼンで話す内容を考えてきて下さい。



ここまで事前課題

PowerPoint で作成  
&  
A3 の紙にプリント  
アウトして持参

### STEP1 プレゼンテーマの決定

#### 研修であなたが行うプレゼンテーションのテーマと場面設定を選ぶ

- あなたが普段の仕事でおこなっているプレゼン、あるいは今後行うであろうプレゼンのテーマと場面を選びます。
- その際、できる限り、「情報伝達型プレゼン」ではなく、「**説得型プレゼン**」用のテーマおよび場面設定を選ぶようにしてください。

①「情報伝達型プレゼン」・・・聴衆に情報を伝達することだけが目的のプレゼン

＜例＞既に導入した新しい制度やシステムの説明プレゼンなど

②「**説得型プレゼン**」・・・聴衆に情報を伝達した上で説得をし、納得してもらい、場合によっては行動を起こしてもらうことを目的としたプレゼン

＜例＞新しい商品の売り込みやその他依頼をする際のプレゼン等

- ◆「できるかぎり」という条件付きですが、「説得型」あるいは「説得的」なプレゼンをしていただいた方が、当日の研修としての効果は高いと思われます。ご了承下さい。



## STEP2 内容洗い出し

### プレゼンで話そうと思う内容を、まずはメモ書きする(洗い出しメモの作成)

- プレゼンで話そうと思う内容(主張するメッセージ、その根拠や詳細、データ、事例など)をまずは思いつくままにメモ書きします。
- メモ書きは4ページの「内容の洗い出しメモ」ページにおこなってください。
- 書き方のイメージとして、5ページのサンプルを参考にしてください。

## STEP3 シナリオ構成

### 洗い出しメモの内容を、プレゼンで伝わりやすい構成に置き換える

- 「洗い出しメモ」に記入した内容をベースに、“聞き手にとって理解しやすいプレゼンになるように、伝える内容の順番を考え直す”ことをおこないます。具体的には5ページの内容整理シートにあるフォーマットに、「洗い出しメモ」の内容を当てはめていきます。
- まずは6ページの「プレゼン内容整理シート」に沿って、空欄を埋めてください。
- 記入の際、書き方のイメージ・文字数の目安として7ページのサンプルを参考にしてください。
- このシートは、研修当日に持参いただきます。右上に氏名を記入しておいてください。



### 研修当日のプレゼンで使用する資料を作成する

- プレゼンする際に必要な「発表資料」をスライド枚数7~12枚程度(目安)で作成します。作成の方法は以下の通りです。
- 極力文字のフォントサイズを60ポイント以上でお願いいたします。  
当日持参される演習資料は、A3用紙に拡大印刷してご用意ください。
- 印刷方法は 1in1(1枚=1スライド)でお願いいたします。  
片面印刷でご用意ください(両面不可)
- 記入の際、8ページ以降の「プレゼン資料サンプル」を書き方のイメージとして参考にしてください。
- 当日は聴衆に「一番伝えたいこと」を、「簡潔」に「わかりやすく」伝えるための研修になります。したがって、プレゼン資料もできる限りシンプルに作成してきてください。

#### 当日の持参物

- ・筆記用具
- ・STEP3 で作成した「プレゼン内容整理シート」
- ・プレゼンテーション発表資料を A3用紙に片面印刷したもの(白黒印刷でよい)

**重要!**



## 内容洗い出しメモ

※次ページを参考に、ご記入ください。



## 内容洗い出しメモ(サンプル)

### <プレゼンのテーマ>

“セミナーづくりのコンサルティング”を、IT 企業 A 社に対して提案する

### <聴き手の問題・課題>

売上げを拡大したい → プレゼンの成約率が低い。競合との差別化が難しい

営業行動を効率化したい → セールスプロセスが長い。営業マンによって能力の差がある

### <プレゼンのゴール>

セミナーを営業プロセスに組み込む効果に興味を持ってもらい、個別相談に誘導する

### <プレゼン内容>

- ・現状の顧客の課題を列挙する
  - ・業界的な課題:高額案件だからこそ、なかなか決まらない・・・etc
  - ・A 社特有の課題:競合にコンペで敗けている。営業マンのプレゼン力の格差・・・etc
- ・現状が続いた先の「地獄の未来」を描く
  - ・ずっとコンペ勝率があがらない
  - ・提案コストが高いことによる利益率低下
  - ・顧客獲得が「運」に左右される心理的なストレス
- ・問題解決策としての「セミナー営業」という手法の紹介
- ・セミナー営業のビジネス的メリット
  - ・セミナーだから講師としてのポジションが築ける
  - ・商品営業でスペック提示の前に、IT 投資のポイントなどの思想を植え付けられる
  - ・1人のセミナー講師が育てば、その人間が多くの顧客にメッセージを届けられる
- ・3つのメリットの理論的説明
- ・セミナー営業でうまくいっている企業の事例紹介



## プレゼン内容整理シート

イントロ(序論): テーマ・概要やツカミのトークなど

--

ボディ(本論): 伝えたいことを3つのポイントで

メインメッセージ(最も伝えたいことを一言で)

ポイント①

ポイント②

ポイント③

エンディング(結論): 要点繰り返し・まとめの言葉など

--



## プレゼン内容整理シート(サンプル)

### ・IT企業の持つ構造的課題

- ・あなたの知識>>お客様
- ・高額投資→セールスプロセスが長い
- ・差別化の困難性

利益が出るまでの活動が長い  
&  
あなたの価値が伝わりにくい

御社の価値を伝えるためのセミナーを営業プロセスの一部に組み込みませんか

#### ポイント①

営業マンではなく先生として顧客と関係を作れる

IT=専門性の高さ  
But 価値が伝わりにくい

↓  
不当に雑な扱い

[セミナーを組み込むと]  
自社ソリューションを  
数時間かけて講義  
先生ポジションで出会い  
●IT企業の実例紹介

#### ポイント②

売り込む前に”望ましい価値観”を植え付けられる

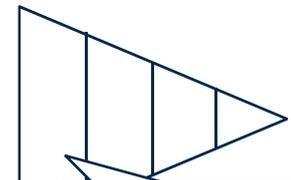
情報→判断基準→決断  
~~~~~

ここがNGだと選ばれない

[セミナーを組み込むと]  
セールスより前に  
価値観に影響を与える  
●データ  
セミナー後セールスと、  
セミナーなしセールスの  
成約率の違い

#### ポイント③

見込み顧客の側から手をあげて集まってくれる



営業に人的  
リソースかけられない

[セミナーを組み込むと]

- ・1対多
- ・見込み度(高)
- ・プラットフォーム化

効率化

- ・重要ポイントの再度繰り返し
- ・セミナーを組み込むことでビジネスモデルが一変した企業の事例
- ・セミナーづくりコンサルティングの個別相談のオファー



## アジェンダ

---

1. はじめに
  - 効果的な研修スタイル
2. 期待できる研修効果
  - ① 経営・ビジネスの基本フレームの理解
  - ② ビジネススキルの向上
  - ③ 思考・行動パターンの把握と改善
3. 受講者の声

2

プレゼン資料  
サンプル

# ビジネスゲーム研修 のご案内

～「体験型セミナー」を通じた  
『実践的ビジネススキル』の習得～

マーキュリッチ株式会社

1



MERCURICH

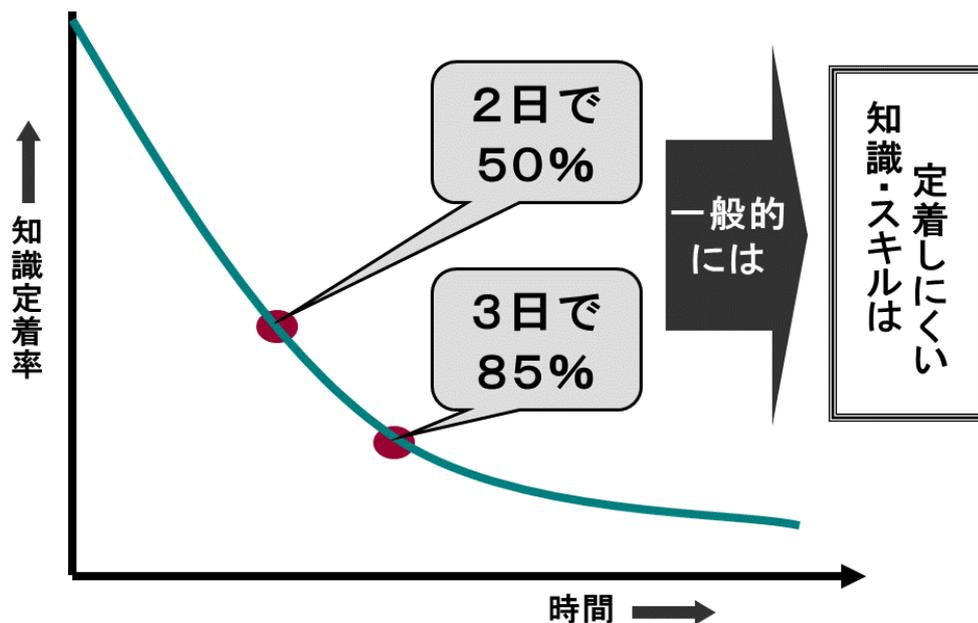
## 1. はじめに

この数値は何を表しているでしょう？

2日で50%  
3日で85%

3

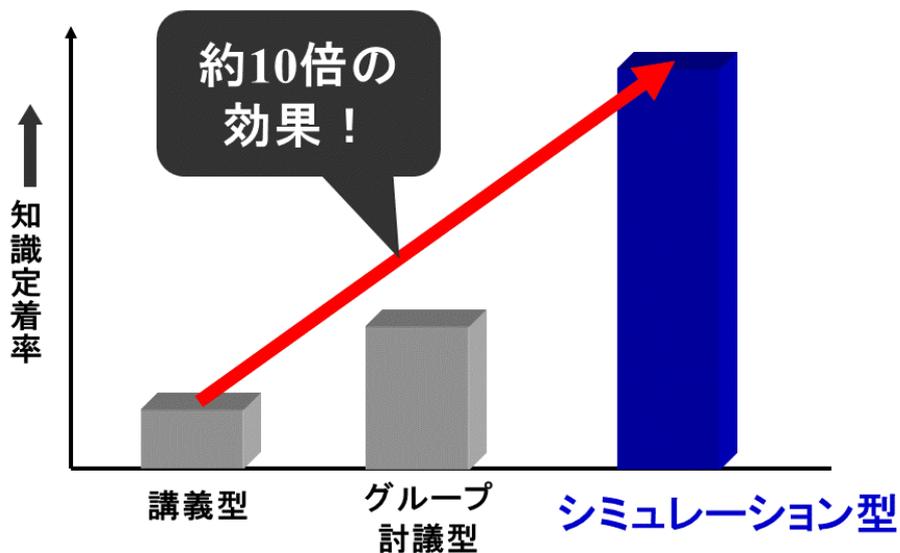
## 忘却曲線



4



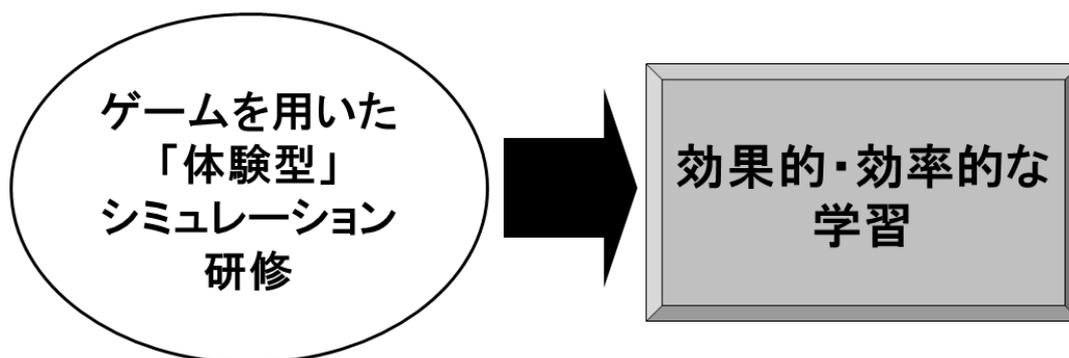
## 研修タイプ別・知識定着率



出典: National Training Laboratory, 1993

5

## ご提案の一番のポイント



6



## 2. 期待できる3つの効果

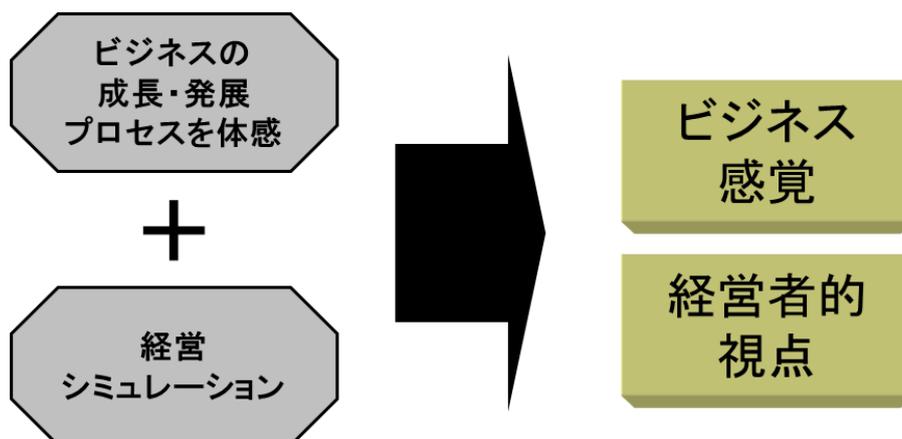
期待できる効果

- ① 経営・ビジネスの基本フレームの理解
- ② ビジネススキルの向上
- ③ 思考・行動パターンの把握と改善

7

### 期待できる効果 ①

#### ① 経営・ビジネスの基本フレームの理解

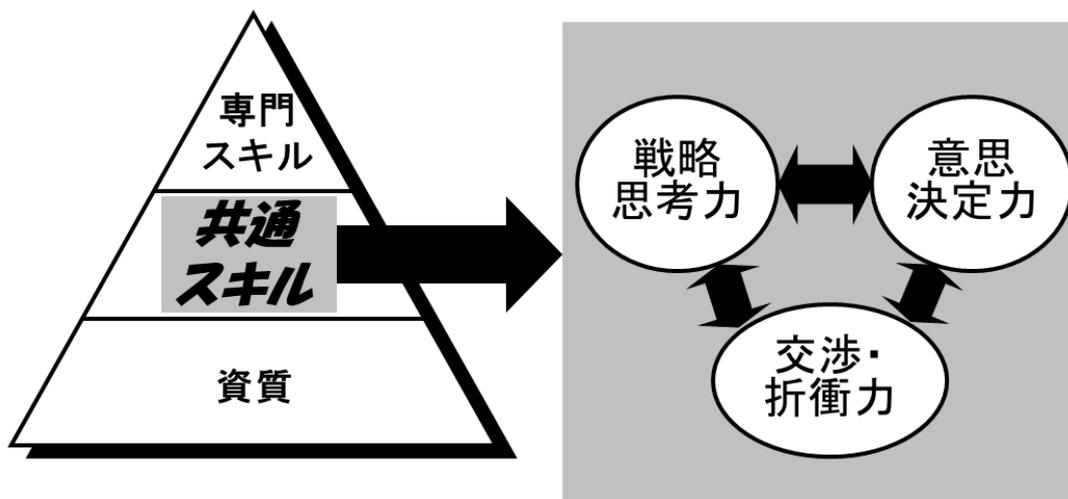


8



## 期待できる効果 ②

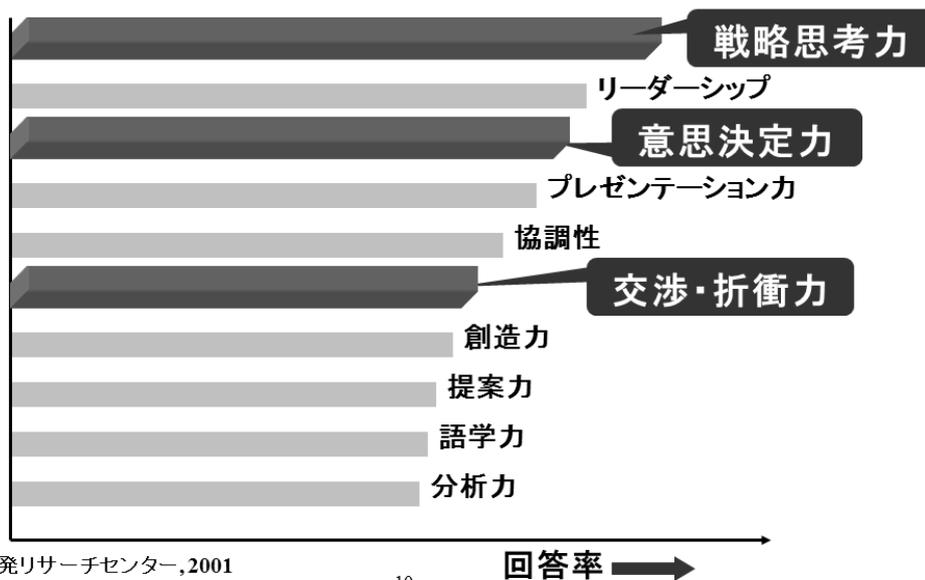
### ② ビジネススキルの向上



9

## 期待できる効果 ② (続き)

### 社員に身につけて欲しい能力：ランキング



出典：人材開発リサーチセンター, 2001

10

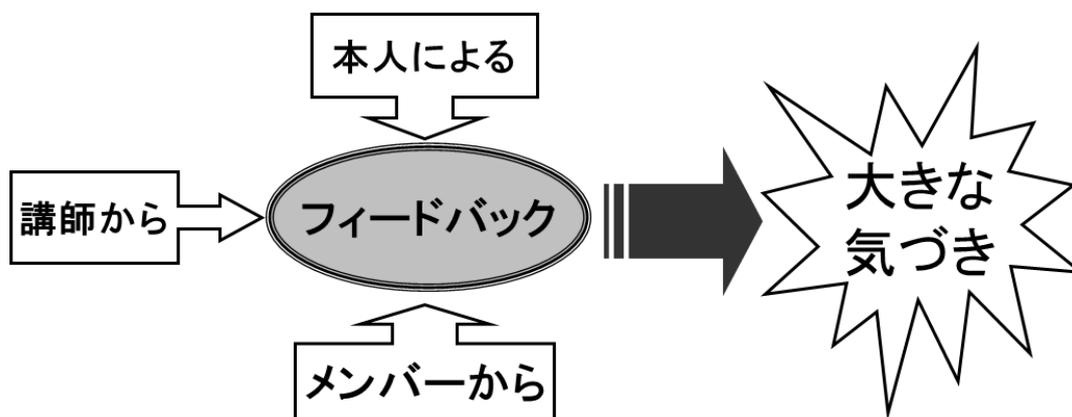


MERCURICH

12

## 期待できる効果 ③

### ③ 思考・行動パターンの把握と改善



11

## 3. 受講者の声

- **白熱して面白かった。**(IT開発、30代)
- 同時に色々なことを考えながら **意思決定する良いトレーニング** になった。(金融業、20代)
- 自分の **交渉力・コミュニケーション力** の程度を見ることができた。(経営コンサルティング、30代)
- 職場での自分の **行動を客観的に** 見ることができた。(サービス業、40代)

12



MERCURICH

13