



オンライン商談のコツ

アプローチ編

ヒアリング編

提案編

クロージング編

Imo egame
ALVAs ita
wenie peranza

オンライン商談と対面商談の違い

アプローチでの成功は準備にあります。念入りな準備をしっかりとしましょう。

	オンライン商談	対面商談
商談環境整備	<ul style="list-style-type: none">PCやスマートフォンのセットアップ通信環境の確認	<ul style="list-style-type: none">会議室やカフェの手配
心理的負荷	<ul style="list-style-type: none">気軽に商談設定が可能	<ul style="list-style-type: none">コロナウイルスなど感染症への配慮
セキュリティ面	<ul style="list-style-type: none">ツールによっては使用不可とする会社が存在	<ul style="list-style-type: none">秘密保持契約など適宜必要
コスト	<ul style="list-style-type: none">規模や用途に応じてツールへの投資が必要	<ul style="list-style-type: none">会議室代やカフェ代移動費用
使用する五感	<ul style="list-style-type: none">視覚、聴覚視覚で捉えられる範囲は限定的その場で図解化や図式化しにくい非言語コミュニケーションの制限	<ul style="list-style-type: none">視覚、聴覚、嗅覚、触覚紙やホワイトボードを使用した共有が可能
その他	<ul style="list-style-type: none">周りの雑音通信環境	<ul style="list-style-type: none">特になし

必要な事前準備

準備 1 オンライン名刺

- オンライン商談成功に向けて、まずはオンライン名刺を準備しましょう。
- Sansan社が提供しているようなオンライン名刺ツールを活用する準備の他に、Power PointやPDFで気軽に画面共有できるよう自己紹介資料を用意しておくことをおすすめします。

準備 2 商談のアジェンダがわかる資料

- オンライン商談と対面商談での違いの一つに、互いの意思疎通の制限があります。
- お客様と商談を進める上で齟齬が生まれないよう、商談アジェンダを作成し、共有することをおすすめします。

アプローチ編

実践 1 アイスブレイク

- オンライン商談でとても大切なのがアイスブレイクです。オンライン商談であっても対面商談と同様に、相互自己紹介とアイスブレイクをしましょう。
- アイスブレイクのオススメとしては、「今どちらですか?」と聞くことです。営業として、お客様の環境を理解しましょう。例えば、お客様がカフェから商談をされている際は、セキュリティに関わる資料の画面共有は控えましょう。

実践 2 次回のアポイントメントを明確に

- オンライン商談は気軽さはある一方で、次回の商談になかなかつながりません。
- 「次回の打ち合わせ日程を決めておきましょう」という意思表示をするだけでなく、「〇〇に備えて、日頃から△△の情報を集めておきませんか?」「社内での検討に先立って、□□をあらかじめご準備しておきませんか?」「先行き不透明な中なので、最新の同業他社の事例などご必要ですか?」など積極的な声かけもしましょう。

ヒアリング編

実践 1 オーバーリアクション

- オンライン商談は対面商談と比較して、非言語におけるコミュニケーションが圧倒的に不足しています。
- 営業にとってお客様が何を考えているのかわかりにくいということは、お客様にも同じようなことが起こっています。3割り増しくらいのリアクションを心がけましょう。

実践 2 言い換え

- オンライン商談では、お客様の発言を言い換えるスキルが求められます。
- 「今おっしゃったことは、〇〇ということでしょうか?」「〇〇と理解したのですが、合っていますでしょうか?」といった確認をすることでお互いに齟齬がなくなるようにしましょう。

提案・クロージング編

実践 1 資料の文字の大きさ

- オンライン商談で使用する文字の大きさは少し大きめにしましょう。
- 長時間PCを見るということは想像以上に疲労します。少しでもお客様にとって見やすい資料作りを心がけましょう。

実践 2 お客様状況の理解

- 在宅勤務をされているお客様に対しては、特に「どのように、いつ決定されるのか」ということを確認しましょう。
- 「本件はどの会議体で決定されますか?」「本件はどなたがゴーサインを出しますか?」といったことをできる限り把握して、気づかないうちに商談敗退とならないようにしましょう。

ありがちな失敗5選

ありがちな失敗事例とその原因になります。

失敗1 そもそも商談をオンラインにすべきか、対面にすべきか判断できない

原因：営業プロセス上で、対面が重要になるシーンを理解していない。お客様の意向を聞くという概念がない。

失敗2 お客様にアポイントメントを忘れられる

原因：対面よりもオンラインの方が軽く扱われやすく、ドタキャンもされやすいという認識が欠如している。

失敗3 いざ商談という時にPCが思うように動かない

原因：PCスペックによっては、オンラインツールを起動させることで、PC動作が遅くなるということを理解していない。

失敗4 商品説明だけして終わってしまう

原因：「お客様と一緒に商談を進める」という営業の基本概念を忘れてしまっている。

失敗5 次回のアポイントメントにつながらない

原因：顧客視点での価値を共有しきれていない。