

海外市場開拓セミナー < 実践講座 >

■1 ■アジアビジネスに取り組む基本姿勢と注意点	各セッションで取り上げるポイント
1) 「成功事例」と「失敗事例」見る海外進出のポイントと注意点 1-1 海外進出を進めるための「3つの段階」 1-2 「成功事例」の共通点、基本となる3つのキーワード 1-3 台湾人経営者に学ぶべき「三本主義」のポイント ※「成功事例」に共通するポイントを整理し、注意点を考える	<ul style="list-style-type: none"> ・「失敗事例」に見る日本企業が陥りやすい課題、「成功事例」の共通点 ・ビジネスの進め方の違い、モノづくりの姿勢/価値観の違い、「60%ルール」とは？ ・台湾企業の経営者が提唱し、現場で実践する「三本主義」とは？ ・意思決定の仕組み、状況の変化に合わせた臨機応変な対応、チャレンジ精神 ・ビジネスの現場へ、「強み」を徹底的に主張、情報のキャッチボール体制
2) 現地視察、展示会視察/出展での実践的ノウハウ 2-1 現地視察前に事前に準備しておきたい必須3項目 2-2 企業訪問/工場見学のチェックポイント、展示会ブースの回り方 2-3 定点観測ポイントを作る、コンタクトパーソンを探し出す ※「失敗事例」から日本企業の陥りやすいポイントを考える	<ul style="list-style-type: none"> ・簡単にできる英語版/中国語版 Web Page の作り方、情報発信の体制を作る ・現地視察でぜひ実践したい現場での「人探し」ノウハウ、3つのポイント ・出張中の夕食は何回？ 限られた食事の機会を有効に活用してネットワーク作り ・自由時間を有効活用、現地視察でぜひ実践したい観測ポイントの探し方 ・きっかけ作りは「通訳」から、通訳を有効活用、コーディネーターの見つけ方
3) アジアビジネスを進める上で知っておきたいキーワード 3-1 「モノ探し」≒「人探し」 キーパーソンを見つけ出す 3-2 「ネットワーク力」がビジネスを左右する 3-3 「情報のキャッチボール体制」を構築 ※「あたりまえ」を疑ってみる、文化の違い/価値観の違い	<ul style="list-style-type: none"> ・現地視察での訪問チェックポイント、展示会にて会場の回り方/展示会の見方 ・交換した「名刺」を積極的に活かす方法/名刺ファイルで寝かしたままにしない ・信頼できるビジネスパーソンと危ないビジネスパーソンの見分け方 ・「小さく始めて、大きく育てる」がアジアでビジネスを進める基本原則 ・「危機管理」についての考え方の違い、「WIN-WIN」について日本人の勘違い
■2 ■海外市場開拓における効果的な製品PRと注意点	各セッションで取り上げるポイント/理解項目
1) 効果的な製品紹介/自己紹介のテクニック 1-1 製品のPR、会社のPR、自分を売り込むPR 1-2 製品の「強み」を見つけ出すためのテクニック 1-3 「強み」を相手に効果的に伝えるテクニック ※【実習】「1分間で自己紹介」	<ul style="list-style-type: none"> ・限られた時間を有効に使っていかには製品の良さをどうPR するべきか ・主張したいセールスポイントとクライアントが期待しているポイントとのギャップをチェック ・「自己紹介」がビジネスの基本、相手により印象を残す自己紹介のテクニック ・これだけはやってはいけない自己紹介の「NG 事例」×3つ ・「1分間で自己紹介」、限られた時間を使って何を伝えるか？ どう伝えるか？
2) 相手に「主張」を伝えるための効果的な主張テクニック 2-1 「主張すること」が評価される海外ビジネスの現場 2-2 「悟り合うこと」を重んじる独特な日本の文化 2-3 「1+3の主張法」と「口ぐせ」 ※【実習】会社の「強み」/製品の「強み」をまとめてみる	<ul style="list-style-type: none"> ・相手に主張したいポイントを効果的に伝えるための実践的なテクニックとは？ ・「以心伝心」、「阿吽呼吸」は通用するか？「空気を読む」が通用するか？ ・「言わなくてもわかるだろう」は禁句、伝えたいことをどう伝えると効果的か？ ・「1+3」が効果的な理由とは？ 「口ぐせ」が効果的な理由とは？ ・64 倍速で頭をフル回転、主張すべきポイントをどうやって絞り込むか？
3) 徹底的に「強み」を見極め、徹底的に「強み」を主張 3-1 「強み」の探し方、「強み」の見極め方 3-2 日本人が陥りやすい「強み」の NG ワード集 3-3 「強み」の主張から情報のキャッチボール体制へ ※【実習】「強み」PR シートを完成させる	<ul style="list-style-type: none"> ・自社の「強み」、製品の「強み」を見極めることが海外ビジネス展開の第一歩 ・自社の「強み」をどう見つけ出すか？「製品」の強みをどう主張するか？ ・こんなフレーズで主張をしても効果が期待できない NG ワード×3 ・主張しても無駄な勘違いの「強み」、自分自身も気づかない意外な「強み」 ・思い込み/勘違いの「強み」を有効な「強み」に切り替えるための3つの注意点
■3 ■展示会を有効に活用する出展ノウハウと注意点	各セッションで取り上げるポイント/理解項目
1) 出展の事前準備 レイアウト/掲示物/配布物 1-1 原則「お礼状」禁止、ブースにて禁止事項×3 1-2 ブースレイアウトの3つの基本パターン 1-3 3-1-0.3 基準で掲示物を作成、ポスター/パネル/POP 1-4 出展製品の並べ方、効果的なディスプレイ方法	<ul style="list-style-type: none"> ・「お礼状」はなぜ原則禁止なのか、会期後のメールレスポンス率を上げる方法 ・来場者をブース内に誘導し、効果的に「商談」を始めるためのノウハウ ・来場者がブース前で足を止める時間は20秒、ブースに足を向けさせる方法 ・製品説明/パネルを読む時間はおよそ1分、限られた時間で効果的に製品 PR ・ブース滞在時間はおよそ3分、説明は1分間で、ブースでは説明≒質問受付
2) 成功事例に見る展示会出展のノウハウを徹底分析 2-1 来場者を見極め、商談に持ち込むテクニック 2-2 「商談記録シート」の作り方と使い方 2-3 ブース通訳を使いこなすノウハウと注意点 2-4 会期中にぜひ実施したい3つのアクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> ・ブースでの来場者アンケート、名刺収集、ノベルティ配布は本当に必要か？ ・来場者の名刺を「商談」につなぐ有効な方法(「商談記録シート」の有効活用) ・来場者アンケートの設問内容チェック、ノベルティ予算の効果的な別利用方法 ・製品を並べる基本原則、陳列の方法、効果的な壁の利用方法、小間内の装飾 ・会場の動線を読む、効果的なキャッチ用ポスター/パネル/撒きビラの作り方
3) 「3-1-3-1-3」方式で進める出展の準備とフォロー 3-1 集めた名刺を仕分けする(A/B/C)/ポテンシャルチェック 3-2 現地通訳/ブース通訳を徹底的に有効活用 3-3 1か月後に再出張を、3か月後にプロジェクトの総括を 3-4 「情報発信体制」を作る、定期的なニュース配信を	<ul style="list-style-type: none"> ・現場写真で見る効果的なブースレイアウトと製品展示、良い事例/悪い事例 ・「音」を使う/「動画」を使う、大型ディスプレイを使った効果的な製品説明 ・会期後の活動が展覧成果を大きく左右、「お礼状」の書き方/ハルティの使い方 ・現地の通訳を有効に活用する方法、会期後の名刺整理の仕方と商談フォロー ・英語版/中国語版ホームページを簡単に作るコツ、3つの情報発信体制作り

※海外市場開拓セミナー<実践講座>では、次のような「ワークショップ」のプログラムを実施しています。■「強み」PR シートの作成 ■展示会出展準備 ■「商談記録シート」の作成 ■異文化理解/商習慣/ビジネスマナーを理解する講座 ■参考図書「中国人とうまくつきあう実践テクニック」「中国人の面子」総合法令出版/吉村章著、他