

オンライン展示会営業®研修

講師自己紹介



展示会営業®マーケティング

株式会社展示会営業マーケティング
代表取締役社長

展示会営業®コンサルタント 清永 健一 (中小企業診断士)



清永 健一(きよなが けんいち)プロフィール

展示会営業®コンサルタント。中小企業診断士。
(株)展示会営業マーケティング 代表取締役。奈良生まれ、東京在住。
神戸大学経営学部卒業後、メガバンク系コンサルティング会社など複数の企業で手腕を発揮し、2015年に独立、株式会社展示会営業マーケティングを創業する。
展示会のプロフェッショナルとして、展示会主催者や出展企業などにそのノウハウを伝えている。
著書の「飛び込みなしで新規顧客がドンドン押し寄せる展示会営業術」「3秒で顧客をつかむ! コスト効果3300%の展示会営業術」「展示会のプロが発見! 儲かっている会社は1年に1回しか営業しない」(ともにごま書房新社)、
はいずれもAmazon部門1位を獲得。展示会の専門家としてNHKラジオ総合第一に出演。
東京都中小企業振興公社、日本能率協会、愛知県、埼玉りそな銀行、各地の商工会議所など講演実績多数。



三省堂書店有楽町店ショーウィンドウ

青山ブックセンター六本木本店週間1位

スマートニュース経済欄に登場

講演、セミナー、研修実績多数。名刺交換で跳弾の列ができる



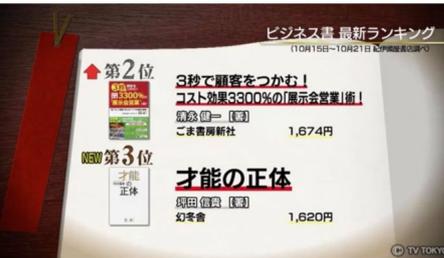
日経新聞1面広告掲載

レインボータウンFM出演



テレビ東京 ニュースモーニングサテライトに取り上げられる

2018年3月14日 日経新聞 朝刊



展示会をテーマに出版した著書は全てAmazon1位

日本唯一の展示会営業[®]コンサルタントとしてテレビ出演



活動が新聞、雑誌、ニュースピックス、スマートニュースに

ランチェスターの竹田氏、リッツカールトンの高野氏と



ランチェスター経営の竹田陽一氏と。



日建リース工業(株)社長の
間山正勝氏と。

リッツカールトン元日本支社長の
高野登氏と。



NHK おうちで学ぼう! for School 新型コロナウイルス ニュース

2020東京の現在地 ラジオ第1

文字サイズ 小 中 大

放送予定 | 再放送予定 | 過去の放送

シェアする

東京五輪・パラリンピックの開催決定から7年。あの時、夢と希望の象徴だったはずの「2020」を迎えた東京は新型コロナウイルスとの戦いや開催費用の増大など、思わぬ課題に直面しています。今の東京の「現在地」から、東京の次の未来を改めて考えます。

番組へのメッセージ >>> | いますぐラジオを聴く!

放送予定 地域: 東京

4月 水曜 R1 午後9時05分～午後9時55分

29日 2020東京の現在地「これからの東京」

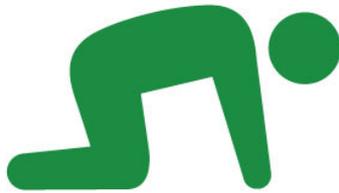
午後9時05分

東京五輪/パラリンピックの開催決定から7年。夢と希望の象徴だった2020を迎えた東京は開催費用の増大や新型コロナウイルスとの戦いなど思わぬ課題に直面しています。

この7年を振り返っても、国立競技場の建設やマラソンのコース変更など五輪/パラリンピックを開催することの難しさを目の当たりにしてきました。新型コロナウイルスとの戦いも加わったこれからの1年も、待ち受ける課題は少なくなさそうです。そしてその先も...。現在の東京から過去を振り返り、そして1年後、その先の東京の未来を考えます。

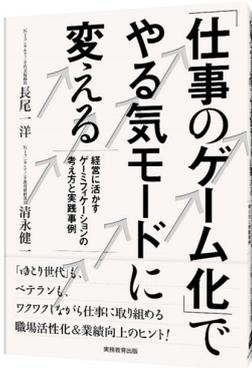
【出演】 国土観光学客員教授 スポーツ政策創造研究...鈴木知幸 | 展示会営業マーケティング代表取締役...酒永健一 | 東京工業大学リベラルアーツ研究教育院教授...柳瀬博一 | 経営ジャーナリスト...坂口孝則 | スポーツジャーナリスト...増田明美 | 【アナウンサー】 山石真子











amazon マーケティング・セールス部門1位獲得



amazon マネジメント・人材管理部門1位獲得

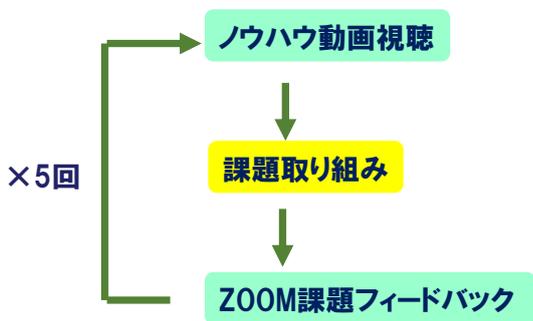




オンライン展示会営業[®]研修の進め方（全5回）

貴社 & 弊社

貴社



期間中、ZOOM、メール、電話、来社での個別相談は無制限で対応します。

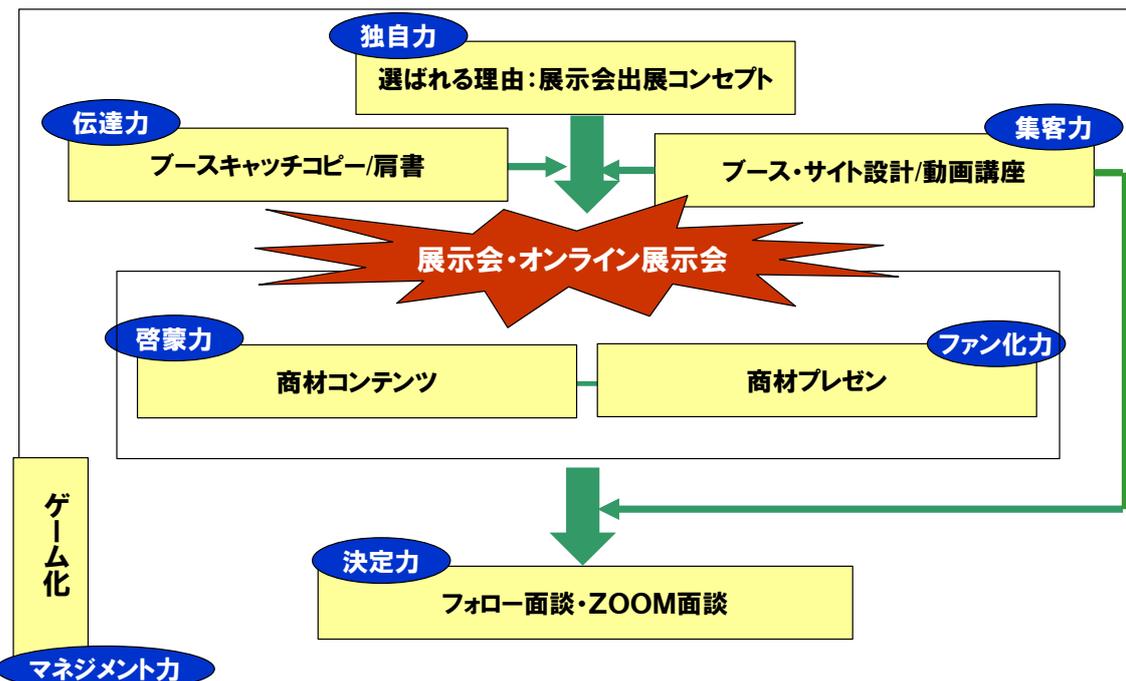
受け身では成果は出ません。

項目	時間	展示会営業®ノウハウ概要	成果物
1 ノウハウ動画1 課題取り組み ZOOM課題フィードバック	90分	リアル & オンライン展示会の成果を決定づける出展コンセプト策定 自社が何者かを顧客価値で考える肩書の決定 ブースやZOOM商談で活用する1分トークスクリプト	出展コンセプト検討シート完成 肩書 1分自己紹介
2 ノウハウ動画2 課題取り組み ZOOM課題フィードバック	90分	キャッチコピー、プロフィールの創造 優良な名刺・リストを集めるブースオペレーションとセミナープレゼン 次回アポを容易にする特典企画と動画講座のテーマ策定	キャッチコピー、プロフィール セミナープレゼンスキル 特典企画
3 ノウハウ動画3 課題取り組み ZOOM課題フィードバック	90分	自社のファンをつくる動画講座の骨子・詳細設計 動画のカンタン撮影・編集ノウハウ 「買わせてください」とお願いされるリアル & ZOOM商談	動画講座の詳細内容 動画の撮影・編集スキル 商談トークスクリプト
4 ノウハウ動画4 課題取り組み ZOOM課題フィードバック	90分	一枚にすべてを盛り込む！顧客獲得型名刺の作成 自社の価値を最大化するオンライン展示会サイト設計 競合他社と差別化する記事作成(顧客の声など)	顧客獲得型名刺 オンライン展示会サイトマップ コンテンツ作成スキル
5 ノウハウ動画5 課題取り組み ZOOM課題フィードバック	90分	オンライン展示会への集客戦略策定 見込み客を飛躍的に増やすジョイントベンチャーという発想 オンライン展示会内セミナーのコンテンツ作成	動画講座完成 オンライン展示会内セミナー完成 オンライン展示会サイト完成

2か月ごと等で日時を決めてオンライン展示会内でセミナーを開催



※オンライン会議室ZOOMで実施いたします。
※3~15名程度の展示会営業プロジェクトチームにこの研修を受講いただきます。



※開始月はご相談に応じます。

※期間を短縮して実施することも可能です。例えば各セッションを毎月2回にすると2.5月で仕上がります。

No.	内容	時間	分担	n月				(n+1)月				(n+2)月				(n+3)月				(n+4)月				(n+5)月				(n+6)月				(n+7)月				(n+8)月				(n+9)月			
				1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W
1	ノウハウ動画配信・視聴	90分	貴社・弊社	○				○				○				○				○																							
2	課題取り組み・提出		貴社	○				○				○				○				○																							
3	課題フィードバック(ZOOM)	90分	貴社・弊社	○				○				○				○				○																							
4	動画講座完成																			○																							
5	オンライン展示会内セミナー開催																							○												○							
6	リアル展示会出展																																										
7	個別相談(期間中回数無制限)(ZOOM)		貴社・弊社	—																																							

オンライン展示会開催がそのままリアル展示会の出展準備になります。

オンライン展示会

リアル展示会



相乗効果を発揮するのがウィズコロナ時代の展示会営業®

事前予習1 展示会やオンライン展示会で成果を出すために・・・

成果の出ている展示ブースをたくさん見ることが重要です。

YouTubeに、成果の上がる展示ブースを公開しています。

以下からチャンネル登録してご覧ください。

https://www.youtube.com/channel/UCFTnfn_VQ4PTvACMLCb3a1g?sub_confirmation=1



展示会営業ちゃんねる

検索



お時間が許すなら「展示会営業術」を読んでおいてください

お時間が許すようであれば、

展示会営業®コンサルタント 清永健一の著書、

『最新版 飛び込みなしで「新規顧客」がドンドン押し寄せる「展示会営業」術』

を読んでおいてください。

<https://goo.gl/xHnqut>

からご購入いただけます。



Amazon 経営診断部門 1位

◆きよながへの質問

- 》いつでもOK(というか推奨)
- 》kiyonaga@tenjikaieigyo.com までメール下さい。

オンライン展示会営業[®]研修

オンライン展示会とは？



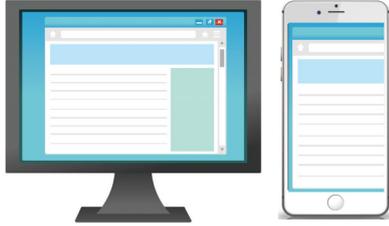
株式会社展示会営業マーケティング
代表取締役社長

展示会営業[®]コンサルタント
清永 健一 (中小企業診断士)



オンライン展示会のイメージ

あるテーマでWEBサイトを開設し、記事や動画を掲載する(常設展)



2か月に1回程度、そのテーマに沿ったオンラインセミナーを開催する

オンライン展示会は費用ゼロで実施可能

たとえば・・・オンライン展示会の例

コロナショックで外出できない今だからこそ営業部門を
「リモート営業」に進化させる

リモート営業 オンライン展示会

▼オンライン展示ブース

コロナショックをチャンスに！リモート営業で営業生産性を高める！

営業生産性とは？

営業生産性 = アウトプット / インプット

営業生産性を高めるには、インプット（研修時間、商談回数等）を減らし、アウトプット（売上、利益）を増やすことです。

営業生産性を高めるための展示ブース

■ 最新のインプットを減らすノウハウツール / ■ 最新のアウトプットを増やすノウハウツール

「買ってください！とお願ひされる」
先ずトップページから
フルスクリーンで「買ってください」
<実践編>

「買ってください！とお願ひされる」
先ずトップページから
フルスクリーンで「買ってください」
<実践編>

「買ってください！とお願ひされる」
先ずトップページから
フルスクリーンで「買ってください」
<実践編>

▼オンラインカンファレンスセミナー

リモート営業 カンファレンス オンライン開催！

2020年4月28日(火) 13時から17時

リモート営業のためのノウハウ等を、専任営業やコンサルタントによるオンラインセミナー形式、パネルディスカッション形式でお届けします。リモート営業に関する最新情報をお伝えします。申し込みいただいた方にはオンラインセミナーのURLをお送りします。先着80名となっておりますので、ぜひお申し込みください。

リモート営業 カンファレンスに無料で参加する

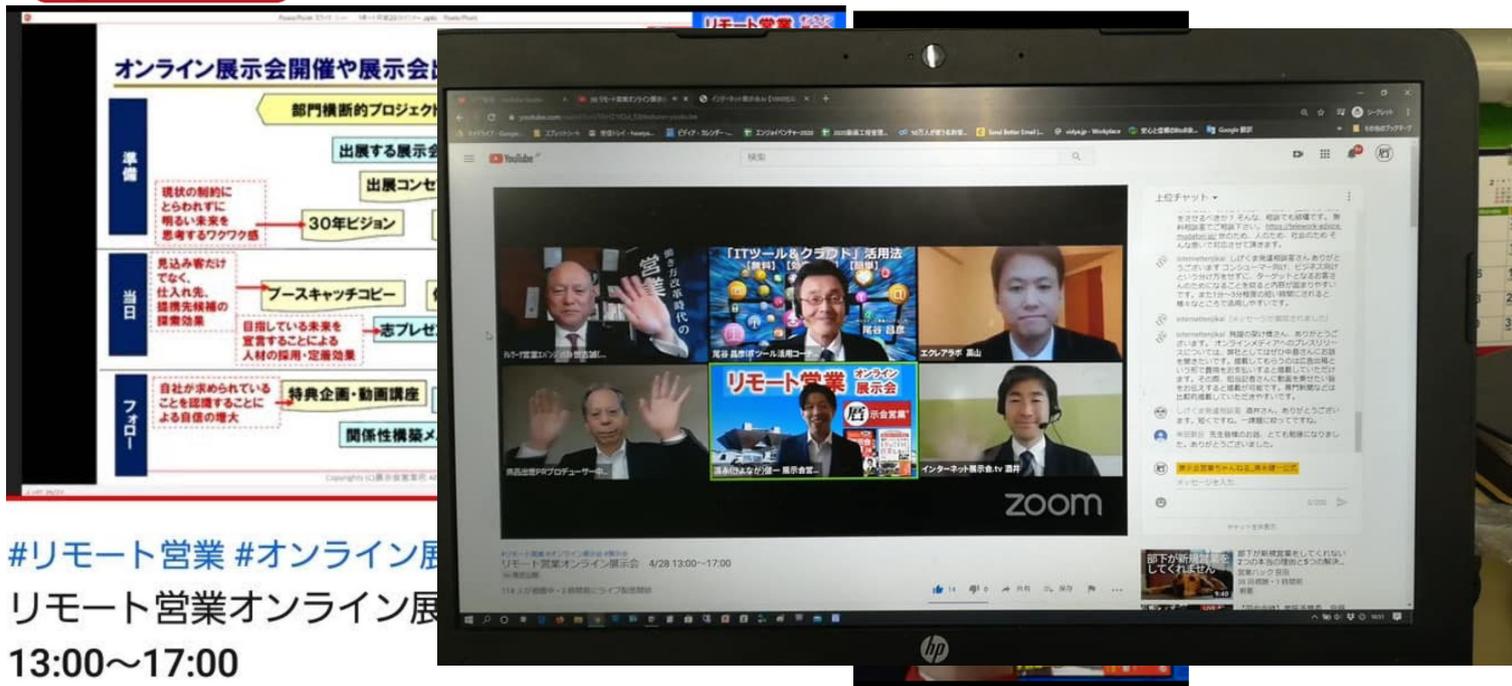
**リモート営業 カンファレンス
セミナー、パネルディスカッションのタイムテーブル**

13:00~13:20
防犯するが迅速な時代に売上を上げる方法
株式会社 展示会営業マーケティング 代表取締役 橋本 隆

13:40~14:00
時間・資金・専門知識がなくても導入できるICT
株式会社 エクレア 代表取締役 橋本 隆

14:20~14:40
在宅でも見込客を(シ)バシ生み出す営業手法とは
株式会社 エクレア 代表取締役 橋本 隆

<https://onlinetenjikai.com/>



#リモート営業 #オンライン展
リモート営業オンライン展
13:00~17:00

⇒ 132人が視聴中
26

Copyrights (C) 展示会営業[®] All Rights Reserve

オンライン展示会内のオンラインセミナーへの集客

1. 世間や見込み客の関心が高くて、かつ
売りたい商材と関連するテーマをつくる
2. オンラインセミナーの開催をプレスリリースする

オンラインセミナーの開催をプレスリリースする

▼プレスリリース原稿の例

◆有料サービスを使って確実に掲載される手もある

2020年4月24日
株式会社展示営業マーケティング
<https://tenjikai.co.jp/>

**外出自粛で営業できない中小企業に
営業のプロ・清水健一（※）が定期的にもノウハウ提供
※営業関連書籍6冊すべてがアマゾン部門NO.1**

株式会社展示営業マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:清水 健一)は、2020年4月28日、専門家6名による「リモート営業オンライン展示会」を開催します。

私たちは、コロナの終息を願うことを「前向きに」あきらめるべきだと考えています。むしろ、この状況が3年続いても対応できるように、営業部門を「リモート営業」に進化させるべきです。私たちは、そのために、外出できなくても売上を上げることのできるお役立ちノウハウを無料公開し、全国の中小企業の営業活動を支援します。

今後も私たちは、定期的に「リモート営業オンライン展示会」を開催し、中小企業に本当に役立つ新しいノウハウを、随時追加していきます。次回の展示会は6月16日を予定しています。

「日本の専門コンサルタント100」に選出
株式会社展示営業マーケティング
代表取締役社長 清水 健一

コロナショックで外出できない中からこそ開拓が
「リモート営業」に進化させる

**リモート営業
オンライン展示会**

リモート営業 オンライン展示会の概要

①オンラインカンファレンス
■日時 4月28日(火)19時~19時
■場所: (※ZOOM、YOUTUBEのURLを記載)
■内容:
「オンライン展示会営業」 (株式会社展示営業マーケティング代表取締役 清水 健一)
「GoogleシートやZoomの営業活用法」 (株式会社アフィリエイト代表取締役 尾谷 昌彦)
「在宅で見込客を生み出す営業手法」 (株式会社アラバ代表取締役 高山 恵一)
「プレスリリースを活用した営業手法」 (中島PR代表 中島 史朗)
「動画マーケティングの徹底活用法」 (南ビディア代表取締役 清井 統史)
「フレワーカードの営業の進め方」 (フレワー営業エンバングリスト 世古 諒)
※詳細 <https://onlinetenjikai.com/>

②オンライン展示ブース
上記6名による、予算ゼロ、知識ゼロで明日から始められるリモート営業ノウハウを無料公開中
<https://onlinetenjikai.com/>

本プレスリリースについてのお問い合わせ先
株式会社展示営業マーケティング 代表取締役社長:清水 健一(きよながけんいち)
Mobile phone: 03-6118-0488 Mail: kym@tenjikai.co.jp 東京都新宿区新宿7-2-6

アットプレス社の場合

65,780円

掲載結果集計値

WEB掲載数	新聞・雑誌掲載数	広告換算値合計
63	0	337,043 円

オンライン展示会内のオンラインセミナーへの集客

1. 世間や見込み客の関心が高く、かつ
売りたい商材と関連するテーマをつくる
2. オンラインセミナーの開催をプレスリリースする
3. 意中の企業にTELコールしてみる
4. 既存客、休眠客、商談中客にメール等で案内する
5. テーマに関係があり自社と競合しない企業や人に登壇してもらい、
そのリストに対しても案内する

13:00~13:20
活躍するのが近未来時代に売上を上げる方法
 株式会社展示営業マーケティング 代表取締役 橋本健一

●中核語「近未来の10年で何が起るんだ？」
 ●「頑張らなくても」と思ったらどうなる？
 ●リアル顧客 VS オンライン顧客
 ●知ってて知らない顧客との関係性を築くとは？
 ●営業という仕事はなぜ必要とされているのか



13:40~14:00
時間・資金・専門知識がなくても導入できるICT
 株式会社ホワイトフィロソフィー 代表取締役 濱田 昌郎

本セミナーでは、最先端技術やAI・IoTに活用するクラウドサービスのメリットと特長を、わかりやすくお伝えしていきます。クラウドを活用したICT導入の第一歩は、クラウドコンピューティング環境までで準備できるSaaS型のサービス導入の活用からスタートしていくのがベストな方法です。

14:20~14:40
在宅でも見込客をパンチ力出す営業手法とは
 株式会社エフエス 代表取締役 島山 悠一

新型コロナウイルス感染症拡大の進展としてテレワーク化が進んでいます。営業活動がテレワーク体制を敷いたことで、営業活動をしづらくなった営業マンは少なくありません。「営業活動と適切なコミュニケーションをどうとらえるか」「電話や訪問の重要性を再考することで見込客を開拓していくが、今やそれがやりたくてもやれない」「営業活動が止まればこの先どうやっていけるか？」このような悩みをITツールの活用により解決する方法をお伝えします。

15:00~15:20
「今年のセールス（おまじはもう買っている）」をする方法
 日商外大 代表 中田 定博

○「おまじはもう買っている」をする方法
 (※最新鋭のシステムを活用「専断販売」より)
 ○広告費ゼロで、マスコミに掲載する方法
 ○掲載されるプレスリリースとは
 ○プレスリリースの書き方
 ○プレスリリースを届け方
 ○売れ続けるしくみの作り方

15:40~16:00
WEBでの動画の使い出し方
 株式会社メディア 代表取締役 藤井 純志

動画をマーケティングに使うには「ちょっとハードな言い方(※)」と印象の異なる「そんなことはない(※)」とでは印象の異なる様々な利用シーンについてお伝えいたします。詳細なフィードバックも受けたいのでお申し込みください。

16:20~16:40
テレワーク時代の営業のススメ
 テレワーク営業エグゼクティブ 野島 誠

※注意事項！
 ●「在宅勤務で営業活動が思うように進まない」
 ●「80%以上の確率を誇る時代はもう来ないか？」
 ●「上場も社員の積極的な参加を促さなければ」
 ●「誰も手取らない顧客に対してどのような営業活動を展開すべきか？」
 そんな悩みをお解決するのが本セミナーです。ワークの活用をお伝えいたしますが、事前にもご自身の準備が重要です。



オンライン展示会内のオンラインセミナーへの集客

- 1.世間や見込み客の関心が高く、かつ
売りたい商材と関連するテーマをつくる
- 2.オンラインセミナーの開催をプレスリリースする
- 3.意中の企業にTELコールしてみる
- 4.既存客、休眠客、商談中客にメール等で案内する
- 5.テーマに関係があり自社と競合しない企業や人に登壇してもらい、
そのリストに対しても案内する
- 6.設定したテーマにおける権威者や有名人に 基調講演をしてもらう



坂口孝則氏（経営コンサルタント）

大学卒業後、メーカーの調達部門に配属される。調達・購買、原価企画を担当。バイヤーとして担当したのは200社以上。コスト削減、原価、仕入れ等の専門家としてテレビ、ラジオ等でも活躍。企業での講演も行う。著書に『調達力・購買力の基礎を身につける本』『調達・購買実践』『だったら、世界一の購買部をつくってみよう！』『The調達・仕入れの基本帳77』（ともに日刊工業新聞社刊）『牛丼一杯の儲けは9円』『営業と詐欺のあいだ』（ともに幻冬舎刊）など30冊を超える。

コロナショックで外出できない今だからこそ営業部門を
「リモート営業」に進化させる

リモート営業 オンライン展示会

リモート商談、バーチャル会議、Webセミナー、オンライン営業、テレワーク・在宅勤務で、どう営業し、売上を立てるか？

展示会営業@コンサルタント 清水 健一 監修

オンライン展示会 9大メリット

1. 自社で開催日を決めて自社だけで開催できる(プライベート展示会)
2. 協力会社、パートナー企業に声をかけて共同開催もできる(合同展示会)
3. 自社の業界で権威のある専門家を招いてテーマ展を開催できる(テーマ別展示会)
4. 出展料がかからない
5. 全国、全世界から見込み客を集めることができる
6. オンライン展示会内でセミナーを開催することで、
自社商材のメリットを順序立ててしっかり訴求することができる
7. セミナーを録画しておくことで資産になり2次利用できる
8. 接触自粛中でも開催することができる
9. リアル展示会との相乗効果を発揮することができる

オンライン展示会営業[®]研修

出展コンセプト

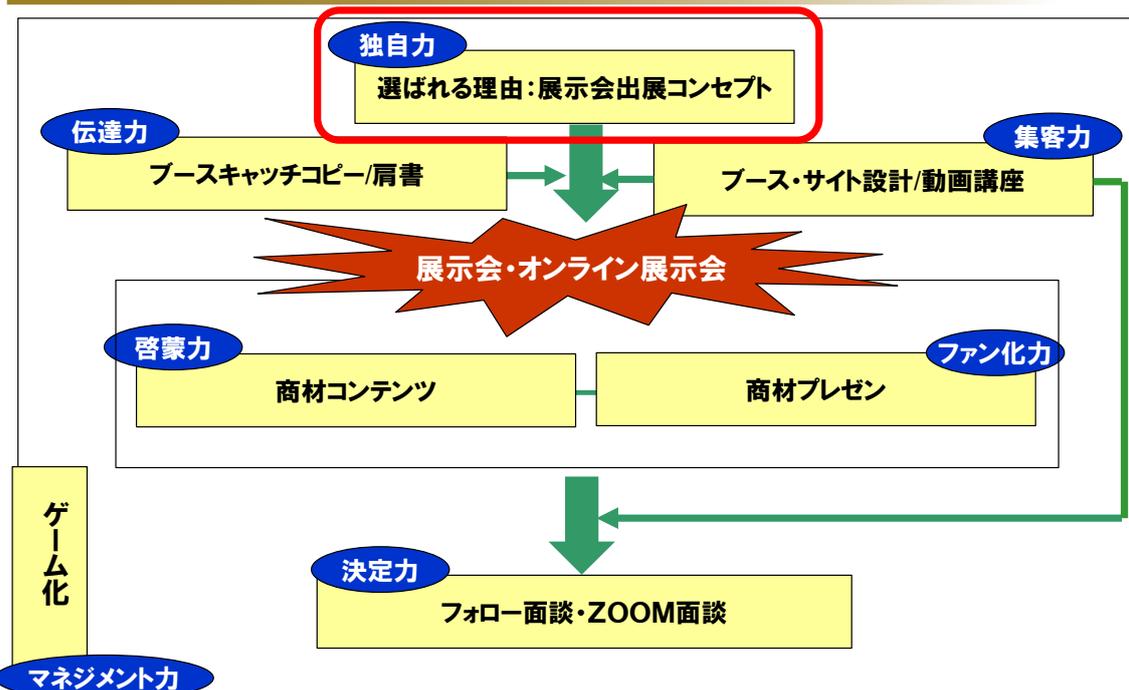


株式会社展示会営業マーケティング
代表取締役社長

展示会営業[®]コンサルタント
清永 健一（中小企業診断士）



展示会やオンライン展示会で成果を上げる7つの力



どちらのお店に入りたいですか？



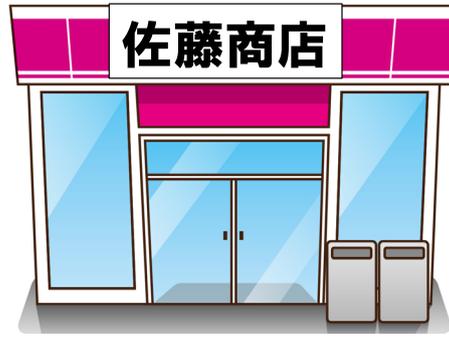
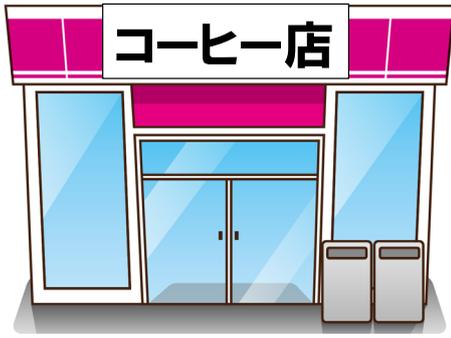
「あなたはコーヒーが飲みたくて仕方がない」

どちらのお店に入りたいですか？



「あなたはコーヒーが飲みたいけど仕方がない」

どちらのお店に入りたいですか？



これは何でしょうか？



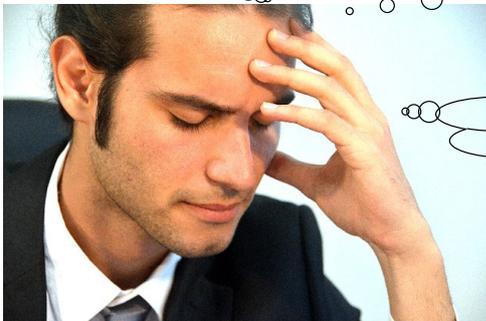
今度はこうすると…

これは何でしょうか？



せっかく出展するのだから
うちの商品を全部みてほしい

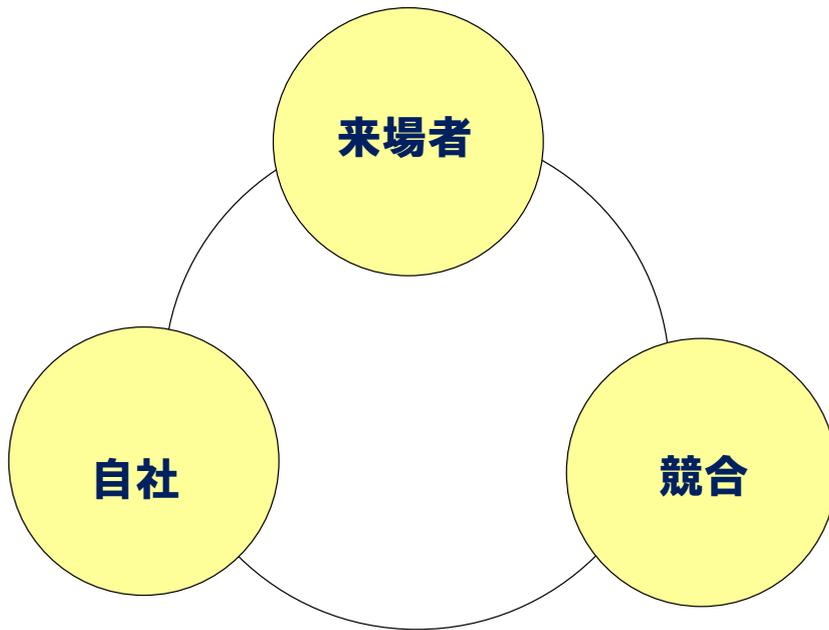
当社の顧客は多岐にわたる。
たくさんの業種に来てほしい



たくさんの商品を展示する方が
興味を引きやすいはずだ

- ・競合が居並ぶシチュエーション
- ・歩きながら、視線を送るのはわずか3秒

1ブース=1アイテム=1ターゲット



当社が選ばれる理由は？

◆ポジショニングとは？

》無競争状態で、顧客に選ばれる、独自の場所を見つけること

◆ブランディングとの違いは？

》ポジショニングの定着・強化を通じて、信用/信頼を獲得すること

◆まずしなければいけないのは？

》ポジショニング

◆一点集中

》「尖る」ことでインパクトを与える

◆一点集中

- 》「尖んがる」ことでインパクトを与える
- 》一点集中→全面展開



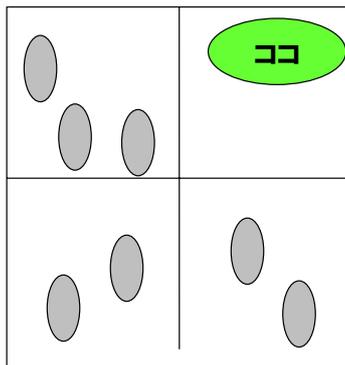
◆一点集中

- 》「尖る」ことでインパクトを与える
- 》一点集中→全面展開
- 》絞るのは怖い、絞らなければ選ばれない。

◆No.1

- 》No.1を作り出す
- 》ニッチでNo.1

ポジショニングマップ(見込客の頭の中)



◆一番乗り

- 》一番乗りと認知されること
- 》情報発信

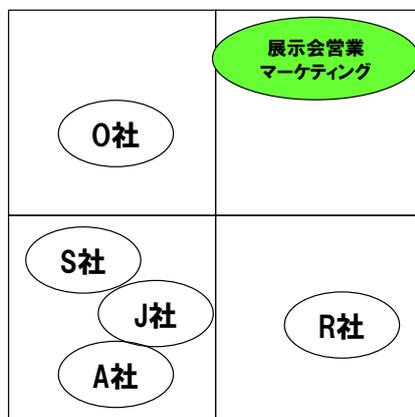
戦う土俵: 企業の営業力強化事業

展示会やオンライン展示会に出展す社長、出展責任者

【ライバルは誰?】

- ・O社
- ・S社
- ・J社
- ・A社
- ・R社
- ⋮
- ⋮

管理強化
スキル・
マインドアップ



ゲーム化、
エンタメ化

全方位

ポジショニングの例:すき屋 の場合

戦う土俵:ファストフード外食・牛丼事業

ファミリー・女性



おひとり様・男性

ところで、うちってどこがいいの？ライバルは？



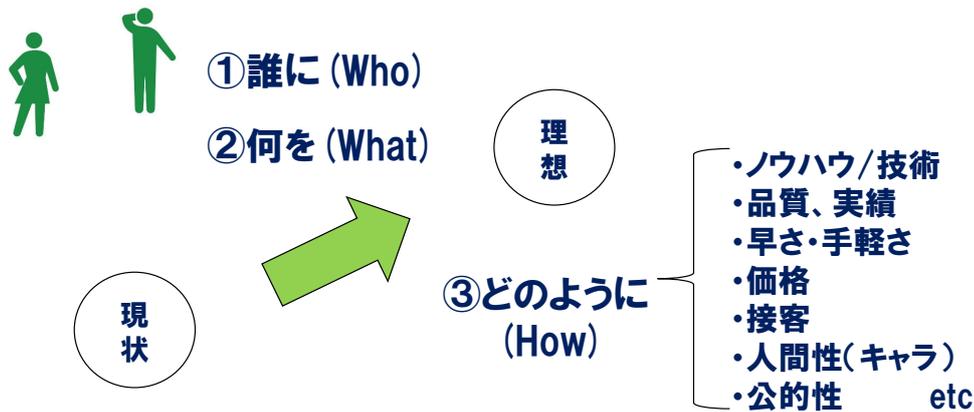
(ワーク)ところで、うちってどこがいいの？ライバルは？

『誰に・何を・どのように』から軸の候補を考える

◆軸選びが、ライバルを無力化するための勝負ドコロ。

◆軸選びの発想

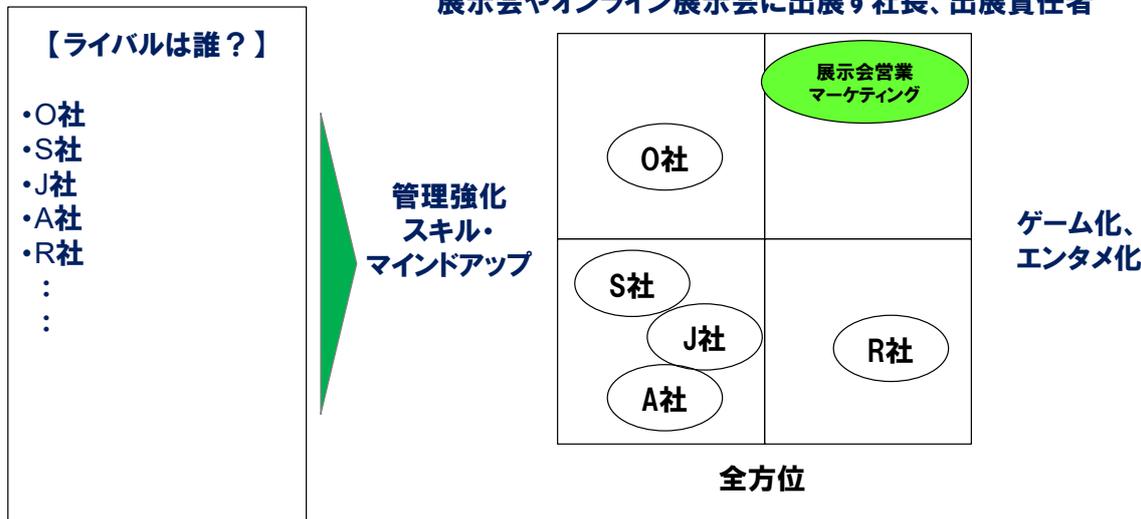
》『誰に・何を・どのように』で、切り口を探す。



『誰に、何を、どのように』からポジショニングの軸を選定

出展コンセプト	項目	内容	ポジショニングの軸
誰に	地域	全国	
	ターゲット属性	展示会やオンライン展示会に出展する社長、出展責任者	○
何を	現状の問題	東京ビッグサイトやインテックス大阪などの展示会に出ているものの売上に繋がらないという悩みに	
	理想の結果	展示会やオンライン展示会を活用して売上を上げること	
どのように	ノウハウ/技術	売上増大の起点化、ゲーム化、エンタメ化などによる展示会営業®ノウハウ	○
	品質、実績	1195社に及ぶ営業部隊へのアドバイス実績、500回を超える講師実績、6000を超える展示ブース研究実績	
	早さ・手軽さ	動画とZOOMによる全5回のカリキュラム。	
	価格	167万円	
	接客	ゲームのように楽しく！	
	人間性(キャラ)	熱血！ 『展』のリストバンド	
	公的性	中小企業診断士	
他項目	「展示会」で出版の4冊はいずれもamazon分野別1位		

戦う土俵：企業の営業力強化事業



展示会やオンライン展示会で成果を出す！
出展コストの**33倍**売る
展示会営業[®]術

◆ 誰に

》展示会やオンライン展示会に出展する社長、出展責任者に

◆ 何を

》展示会やオンライン展示会を活用して売上を上げること

◆ どのように

》ゲーム化、エンタメ化などによる展示会営業[®]ノウハウで

- ◆ 本当に事業領域を絞るわけではない
 - 》 展示会来場者に対する見え方を絞るということ
 - 》 最初買って貰う商品サービス(入口)
 - 》 「〇〇といえば△△」、と言ってもらうため

- ◆ 出展していないライバルも考慮する

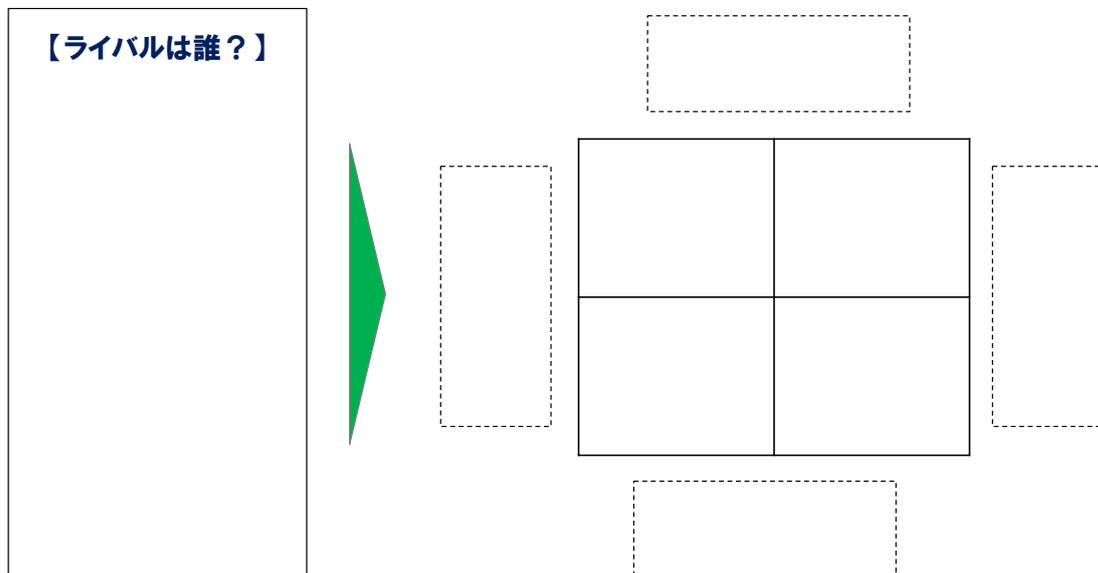
- ◆ ライバルと同じウリは、ウリではない

- ◆ 弱みに負けない(強みになることも)

- ◆ 異質な組み合わせ(ギャップ)に勝機あり

出展コンセプト	項目	内容	ポジショニングの軸
誰に	地域		
	ターゲット属性		
何を	現状の問題		
	理想の結果		
どのように	品質、特徴、実績		
	ノウハウ/技術		
	早さ・手軽さ		
	価格		
	接客		
	人間性(キャラ)		
	公的性		
	他項目		

戦う土俵： _____ 事業



オンライン展示会営業[®]研修

顧客ターゲティング



株式会社展示会営業マーケティング
代表取締役社長

展示会営業[®]コンサルタント
清永 健一（中小企業診断士）



個人向け

観点		例
統計	年齢	35歳、若手
	家族	独身、既婚者、子供あり
	地域	東京、神奈川、品川区、出身地
	性別	男性、女性
	所得	ハイクラス、高収入、中途
	職業	経営者、専門家、サラリーマン
	世代	ベビーブーマー、団塊の世代
	国籍	日本人、移民、外国人
心理	ライフスタイル	文化志向、スポーツ志向、アウトドア志向
	パーソナリティ	社交的、野心的、神経質
	タイミング	出産時、日常、ボーナス、朝方
	便益	品質、経済的、迅速、専門知識
	経験	利用経験あり、はじめて

法人向け

観点		例
統計	業種	メーカー、小売店、学校
	企業規模	大企業、中小企業、SOHO
状況	緊急性	突発的な状況、緊急
	注文規模	大口注文、小口注文
	経験	利用経験あり、はじめて
	タイミング	開業時、一年に一回、毎週、決算
組織特性	価値観	従業員、収益、株主
	発注者	社長、人事部長、現場
	購買基準	品質重視、価格重視

◆業種別

- › 製造業を対象とした～
- › 飲食店専門の～
- › アパレルメーカーを対象とした～
- › パン屋を対象とした～
- › 整体院を対象とした～

◆規模別

- › 社員が10名未満の法人を対象とした～
- › 社員0名のマイクロ法人を対象とした～
- › 年商10億未満の法人を対象とした～
- › 年商1億以上～5億未満の法人を対象とした～
- › 個人事業主を対象とした～

◆所得別

- 》年収300万円未満の人を対象とした～
- 》年収300万以上500万未満の人を対象とした～
- 》年俸1億円以上の人を対象とした～
- 》月収100万円以上の人を対象とした～

◆時間対別

- 》朝専用の～
- 》昼専用の～
- 》夜専用の～
- 》通勤時間中に特化した～
- 》睡眠中に特化した～
- 》食後に特化した～

◆趣味別

- 》歴史が好きな人を対象にした～
- 》上戸彩が好きな人を対象にした～
- 》バイクが好きな人を対象にした～
- 》スキーが好きな人を対象にした～
- 》プロレスが好きな人を対象にした～

◆性別

- 》男性、女性、ニューハーフ、オナベ、オカマ
- 》草食男子、肉食女子

◆家族構成

- 》子供が2人いる人を対象とした～
- 》5人家族の人を対象とした～
- 》一人っ子の人を対象とした～
- 》長男として育った人を対象とした～
- 》2代目社長として育った人を対象とした～
- 》末っ子として育った人を対象とした～

◆出身

- 》鹿児島県出身の人を対象とした～
- 》北海道出身の人を対象とした～
- 》大阪府出身の人を対象とした～

◆学歴

- 》大卒の人を対象とした～
- 》海外の大学卒の人を対象とした～
- 》高卒の人を対象とした～
- 》グロービスMBA卒業生を対象とした～

◆年齢・年代

- 》33歳の人を対象とした～
- 》50歳以上の人を対象とした～
- 》20代の人を対象とした～

◆国籍・人種

- 》アメリカ人を対象とした～
- 》アジア人を対象とした～

◆タイミング

- 》転職を考えている人を対象に～
- 》定年退職を控えた人を対象に～
- 》婚活中の人を対象に～

◆悩み・不安(サービスの切り口と関連性が強い)

- 》後継者問題で悩んでいる経営者向けの～
- 》リピート率が低くて悩んでいる経営者向けの～

◆過去の失敗・後悔

- 》過去に〇〇で失敗経験のある(ダメされた)人向けの～
- 》過去に人を傷つけてしまったことを後悔している人向けの～

◆具体的なお客様のイメージを描く



頭の中の小人を動かす

◆その人が生きている時間を頭の中で再現する。



切り口のヒント:ジェフリー・ラント博士の10個の欲求

◆人間の根源的な欲求

- 1.経済的な安定
- 2.健康
- 3.愛
- 4.安全(安心)
- 5.救済
- 6.自尊心(名声・尊敬)
- 7.帰属欲求(コミュニティーや仲間との調和)
- 8.独立
- 9.性的な満足
- 10.美貌・個人的な魅力

複数の欲求に同時にアプローチすること

思考の枠を外して考える

急に何屋さんかと聞かれたら・・・

物理的ドメイン

- ・ 花屋
- ・ 印刷業
- ・ 化粧品製造業
- ・ ネジ製造業
- ・ 出版社
- ・ システム販売業
- ・ コンサルティング業



機能的ドメイン

- ・ うるおい提供業
- ・ 販売促進支援業
- ・ 美人・美肌創造業
- ・ 緩み撲滅業
- ・ 知識・文化伝達業
- ・ 業務効率改善業
- ・ 企業体質強化業

扱うモノではなく**顧客に提供する価値**で考えて、
自社が何屋さんなのかを定義する

思考の枠を外して考える②

たとえば、ただの魚屋さんでも・・・



顧客価値？



健康でいたい。長生きしたい。

メタボ対策業になってもいい



病院と
提携してもいい



レストランを
併設してもいい



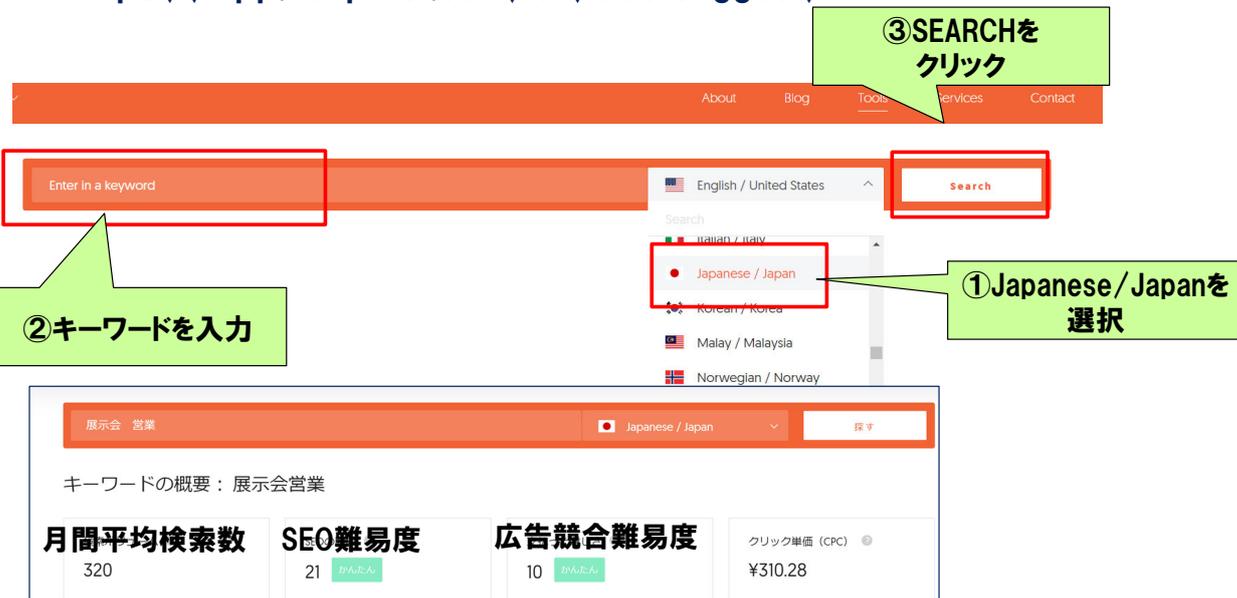
◆頭の中で妄想しすぎないこと。必ず調べる。

- 》ライバルのホームページ
- 》QAサイト(Yahoo知恵袋、Quroaなど)
- 》書籍
- 》キーワード検索ツール
- 》顧客(既存顧客、見込み顧客)
 ←インタビューできる先は？ _____

など

◆Ubersuggest (ウーバーサジェスト)

<https://app.neilpatel.com/en/ubersuggest/>



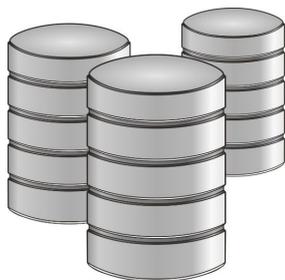
③SEARCHをクリック

②キーワードを入力

①Japanese/Japanを選択

月間平均検索数	SEO難易度	広告競合難易度	クリック単価 (CPC)
320	21 <small>かんたん</small>	10 <small>かんたん</small>	¥310.28

◆「正解は、顧客の頭にしかない」



グループ1
・製品・サービスの特徴が
ぴったりだ

グループ2
・サポートが手厚い

グループ3
・実績が豊富だ

オンライン展示会営業[®]研修
出展コンセプト検討シート



展示会営業[®]コンサルタント
清永 健一（中小企業診断士）



出展コンセプト検討シート

出展商材:

1. 展示会やオンライン展示会で出展したい人は？

出展予定展示会:

2. その人が日ごろ心の中でつぶやいている悩みは？

4. ホント？、思うでしょ。裏付けはね・・・

3. だったら、うちが(こんな風に)役に立てますよ

事例1. 出展コンセプト検討シート

出展商材: 介護施設の清掃

1. 展示会やオンライン展示会で出展したい人は？

・介護施設の経営者、施設長

出展予定展示会: ウェルフェア(介護系の展示会)

2. その人が日ごろ心の中でつぶやいている悩みは？

- ・1. 「スタッフがまた辞めてしまった」
- ・2. 「ノロウイルスとかインフルがホント怖い」
- ・3. 「スタッフが採用できないなあ」
- ・4. 「入所者が増えないぞ」
- ・5. 「入所者や家族からまたクレームが・・・」
- ・6. 「スタッフの人間関係が悪いんだよなあ」
- ・7. 「ヤバイ！今、監査来たら対応できないぞ」

4. ホント？、思うでしょ。裏付けはね・・・

- ・30年におよぶ様々な清掃ノウハウの蓄積があります。
- ・検査キットで汚染物質を高感度に測定します。
- ・浮遊菌を押さえる加湿器を活用します
- ・弊社オフィスでは、清掃と加湿器の活用でたったひとりもインフルエンザになっていません。

3. だったら、うちが(こんな風に)役に立てますよ

・「うちなら、清掃をすることで、ノロウイルスやインフルエンザが施設内で発生しないように、できますよ。」

事例2. 出展コンセプト検討シート

出展商材: 企業向け紙袋

出展予定展示会: 販促EXPO

1. 展示会やオンライン展示会で出展したい人は？

- ・紙ぶくろを5000枚以下でつくっている企業のマーケティングや総務の責任者

2. その人が日ごろ心の中でつぶやいている悩みは？

1. イベントや展示会にお客さんが集まらないなあ
2. 注文した商品がちゃんとイベントまでに届くかどうか不安だ。
3. 注文忘れがないかどうか、気になる。しまった。わすれてた
4. 何かおもしろいものをつくれと言われても何をつくれはいいだろう？
5. 予算が少なくてイベント責任者としては大変だ
6. イベントの準備において社内のコンセンサスをとるのに時間がかかる
7. イベントの成果が出せないと怒られるだろうなあ

4. ホント？、思うでしょ。裏付けはね・・・

- ・都内近郊の会社は直接訪問可能なので、対話しながらきめ細かく対応できる
- ・小ロットなのに安いので、一度に多くの在庫を抱えなくてよい
- ・短納期(はやれば一週間)対応が可能なので、直近のイベントに間に合わせることができる
- ・エコパックなどを扱っているので、顧客企業が環境に配慮していることをアピールできてイメージが高まる
- ・小ロット紙ぶくろ 販売量、日本一!
- ・簡易レイアウト、簡易デザインは、無料
- ・即日打ち合わせ可能でしかも、サンプル即日無料発送
- ・紙ぶくろは、外で持ち歩くと、面積が大きい。そんな紙ぶくろを顧客の顧客が2次利用してくれるので長く使ってくれるのでボールペンなどより宣伝効果が高い
- ・紙ぶくろにチラシを封入したり、ビニール包装、シール貼りなどアセンブリまで対応するから顧客側の手間が劇的に削減できる
- ・国内、海外ともに、多数の工場とのネットワークがあり、代理店を挟まずに、工場に直接発注しているので価格を抑えることができる

3. だったら、うちが(こんな風に)役に立てますよ

- ・予算を追加でかけずに、集客力を高めるアイデアがあります!
- ・他の出展社よりも大きな紙袋をつくって来場者に持たせるとそれそのものが宣伝になります。
- ・うちに任せてもらえたら、少なくとも紙袋に関しては、制作途中の工程や発送状況などを逐一報告しますのでご安心ください。
- ・500種類の中から、これまでにない、別のノベルティの提案をします
- ・予算を減らしながらイベント効果を高めることが、うちならできるかもしれません。
- ・うちに任せてもらえたら、少なくとも紙袋に関しては、スケジュールの調整を最大限させていただきますね
- ・珍しい紙袋にすると資料を渡しやすいので成果につながりやすくなるというケース出てきています。

事例3. 出展コンセプト検討シート

出展商材: 機械刃物

出展予定展示会: 機械要素技術展

1. 展示会やオンライン展示会で出展したい人は？

- ・機械メーカーの設計責任者

2. その人が日ごろ心の中でつぶやいている悩みは？

- ・「機械の刃物がすぐ切れなくなってしまう」というクレームが来て困る
- ・刃物の値段が高いから、製造原価が高止まりして困る
- ・プラスチックが上手く切れない」というクレームがしょっちゅう来て困る

4. ホント？、思うでしょ。裏付けはね・・・

- ・98年の制作実績によるノウハウ
- ・1万種類に及ぶ様々な制作実績に基づき材質や刃角などの提案ができる
- ・ブラザー、村田などとの長年のつきあいに裏づけされた量産対応(・精密な加工ができる)
- ・試作が1個から試せる
- ・試作が短納期(たった2週間)でできる
- ・ユーザーとの接点が多く細かい要望を聞きまくっている

3. だったら、うちが(こんな風に)役に立てますよ

- ・切れ味のよい刃物を提供できます
- ・耐久性のよい刃物を提供できます
- ・ユーザーの生の声をメーカーに伝えることができます

事例4. 出展コンセプト検討シート

出展商材: 業務用昇降機

出展予定展示会: スーパーマーケットトレードショー

1. 展示会やオンライン展示会で出会いたい人は?

- ・スーパーの経営層、店舗設計責任者

2. その人が日ごろ心の中でつぶやいている悩みは?

- ・新店舗改装の時に費用がかかりすぎて困る
- ・人を募集しても来ない、人が集まらない
- ・スタッフがすぐやめてしまう
- ・ライバルスーパーとの価格競争で利益が出ない
- ・脚立をつかつかうと転倒の危険がある。労災になって困るなあ。
- ・人件費がかかりすぎているので自動化・機械化(セルフレジ等)したいなあ。
- ・資材コストが高いため、在庫をコントロールしたいけどできないなあ
- ・バックが小分けになって手間も資材もかかる
- ・女性が多いので、品出しなどの時に重たいものを持たせられないなあ
- ・出店、改装をしたいのだけれどなかなかできないなあ
- ・スタッフが高齢化してこのままでは退職してしまうなあ
- ・働き方改革のせいで、残業させたくてもさせられないなあ
- ・ちゃんとつくっていることをアピールしたいので、作業をしているバックヤードをみせたいが、ぐちゃぐちゃだから見せられないなあ
- ・売りたいものを売れるようにしたい。顧客動線をコントロールしたいのだけど、できない
- ・バックヤードが狭くてモノが入らない

4. ホント?、思うでしょ。裏付けはね・・・

- ・A社さんでは、当社製をつかい、スペースが有効活用でき、しかもかっこよく見せられるバックヤードになった
- ・持ち手の高さ調整できるので、背の低い女性でも使える
- ・かさばるトレイが手元におけるので、バック作業の効率上がる
- ・C社では、50店舗導入済み。累計2000台導入済み。もっとも長い店舗で13年だが、労災事故ゼロ。
- ・E社では、部分改装にも対応でき、喜ばれている
- ・F社では、持ち帰り弁当用のトレイが厨房内に置けるようになった
- ・運届抜き、かっこいいでしょ
- ・業務用では日本唯一の商品である
- ・G社では、作業場改善に寄与し、女性が活躍している
- ・住設で20年超累計〇台の実績から生み出した商品である

3. だったら、うちが(こんな風に)役に立てますよ

- ・女性や高齢者でも働きやすい環境をつくる一助になります
- ・脚立を使わなくてよくなる
- ・棚に置いてあるものの上げ下げを、通常2人のところを1人でできます。しかも女性や高齢者でも可。
- ・固定棚の場合は奥が見えないので在庫量を把握しづらい。でも当社のものはコンパクトなのでパッと見て在庫量がわかります
- ・かさばるトレイが手元におけるので、バック作業の効率が上がります
- ・高齢者でも無理なく働けます
- ・当社の新型なら、プロ厨房のようにむしろかっこいいです
- ・当社のものなら、固定棚だと使えない上空の空間を使えるのでスペース増になります

事例5. 出展コンセプト検討シート

出展商材: 展示会営業[®]コンサルティング研修

出展予定展示会: 営業支援EXPO

1. 展示会やオンライン展示会で出会いたい人は?

- ・展示会に出展している経営者

2. その人が日ごろ心の中でつぶやいている悩みは?

1. 売上が低迷してきているなあ
2. 人が採用できないぞ
3. 利益率がだんだん下がってきている
4. 社内がなかなか一丸にならない
5. 展示会に出ても成果が出ない

4. ホント?、思うでしょ。裏付けはね・・・

- ・展示会営業[®]術のノウハウが評価されて出版した書籍は3冊ともAmazon部門1位
- ・出展コストの33倍の売上を出展後わずか6か月で実現した企業がある
- ・自社ブランド製品の受注件数が3.7倍にアップした工作機械卸の事例がある
- ・展示会で自社の想いや志を発信する具体的な手法を持っている

3. だったら、うちが(こんな風に)役に立てますよ

- ・展示会営業[®]術を正しく実践すれば大きく売上を増加させられます
- ・展示会で想いや志を語ることで御社に入社したいという人が現れます
- ・展示会で優良客を見つけられるので利益率の高い案件を受注できます
- ・展示会準備を部門横断プロジェクトチームで行うことで部門間の壁がなくなります

出展商材:

1. 展示会やオンライン展示会で出展したい人は?

出展予定展示会:

2. その人が日ごろ心の中でつぶやいている悩みは?

4. ホント?、思うでしょ。裏付けはね...

3. だったら、うちが(こんな風に)役に立てますよ

オンライン展示会営業[®]研修

目的・目標



株式会社展示会営業マーケティング
代表取締役社長

展示会営業[®]コンサルタント
清永 健一 (中小企業診断士)



◆目標とは？

》その活動で達成しようとする理想の状態

◆目的とは？

》目標の達成を通じて、達成しようとする価値

◆目標を立てる上で重要なことは？

》達成できたかどうかを測れること

□ 数字目標

□ 期限

目標達成に関する最も重要な数字

8 4

1 3

3

2

1 0

目標達成に関する最も重要な数字

84

13

3

2

10



明確な目標の必要性

◆ハーバード大学の実験

» 目標は特に立てていなかった

割合 : (84)%

年収比率: (1)倍

» 目標は立てていた

割合 : (13)%

年収比率: (2)倍

» 目標を紙に書いていた

割合 : (3)%

年収比率: (10)倍

あなたは、なぜ、今の仕事をしていますか？



儲かるから？ 食べるため？

軸がなければ、人は「環境と感情に振り回される」

答えはどこにあるのか？

「あなたの内なる声(インサイド)にある」

◆これをやらないと、
人生やり残しになるような「やりたいこと」は何なのか？

◆感情に焦点を当てる。特に、大きく振れた感情が大切。

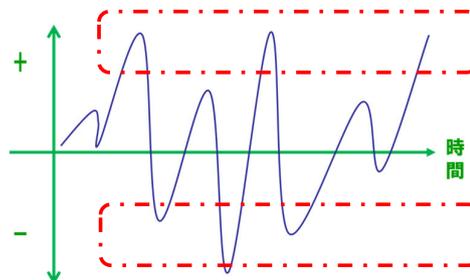
- 》楽しみ、喜び
- 》愛
- 》価値観
- 》怒り
- 》憎しみ
- 》逆境

◆あわせて、「できること」にも焦点を当てる。

- 》能力、実績
- 》自己評価、他己評価

◆そして、自社のビジョンとリンクさせる。

- 》顧客価値
- 》願望
- 》強み
- 》弱み



自分と自社をリンクさせる30の質問

各質問に1文字でも多く回答しようとすることで、気づきが増えます。

1. あなたが好きなこと、好きだったことは何ですか？
それはなぜですか？
2. これまでの仕事の中で、ワクワクして心が躍ったことは何ですか？
それはなぜですか？
3. あなたが心から感謝した出来事は何ですか？
4. あなたが自信や誇りを持てたことは何ですか？
5. 親からよく言われていたことは何ですか？
6. あなたの好きな格言は何ですか？それはなぜですか？
7. あなたの人生を変えた出来事は何ですか？
それはあなたにどのような影響を与えましたか？
8. あなたがこうなりたいと思う人を挙げてください。
その人たちの共通点は何ですか？

自分と自社をリンクさせる30の質問

9. 絶対にこうなりたくないと思う人を3人挙げてください。
その人たちの共通点は何ですか？
10. あなたが憎しみや怒りを感じたことは何ですか？
11. あなたの人生の逆境は何ですか？病気、失業、
プライベートの大失敗、など。
12. どのように、その逆境から立ち直ったのですか？
そこで何を学びましたか？
13. あなたが心の中で感じているコンプレックスは何ですか？
14. あなたが本気で助けたい、役に立ちたいと思うのは、
どのような人ですか？それはなぜですか？
15. もしも30年の時間があり、好きなことをして良いとしたら、
あなたは何をしますか？それはなぜですか？
16. あなたは、なぜ今の仕事を行うのですか？

自分と自社をリンクさせる30の質問

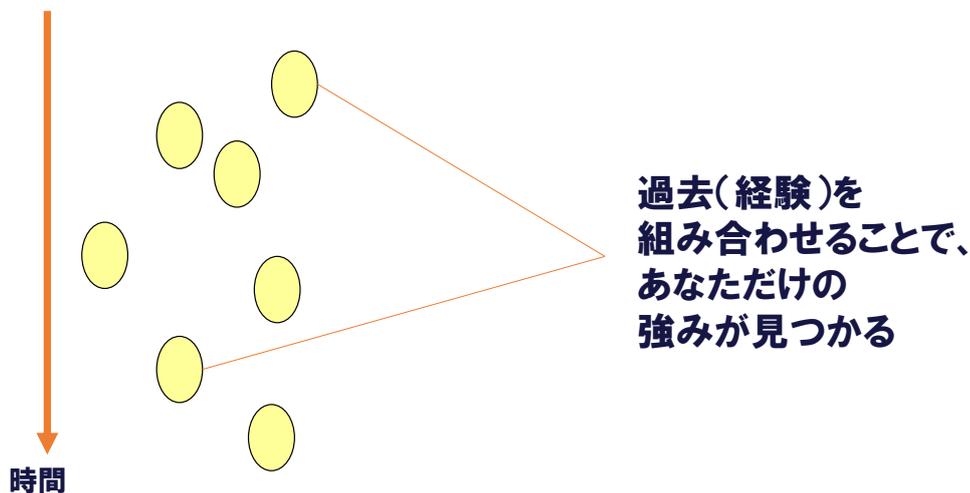
17. 今の仕事をしようと思うに至った原体験となる出来事は何か？
18. これを成し遂げたら死んでも良いとさえ思えるようなこと(天命)は何ですか？
19. あなたがこれまで、多くの時間を費やしたことは何ですか？
20. あなたの詳しい業界・知識・ノウハウは何ですか？
21. そのバックボーンとなる体験・成果は何ですか？
(具体的に数値で)
22. 他人から何と言われて褒められますか？
23. 他人から何と言われて注意されますか？
24. 自覚している長所は何ですか？
25. 自覚している短所は何ですか？

自分と自社をリンクさせる30の質問

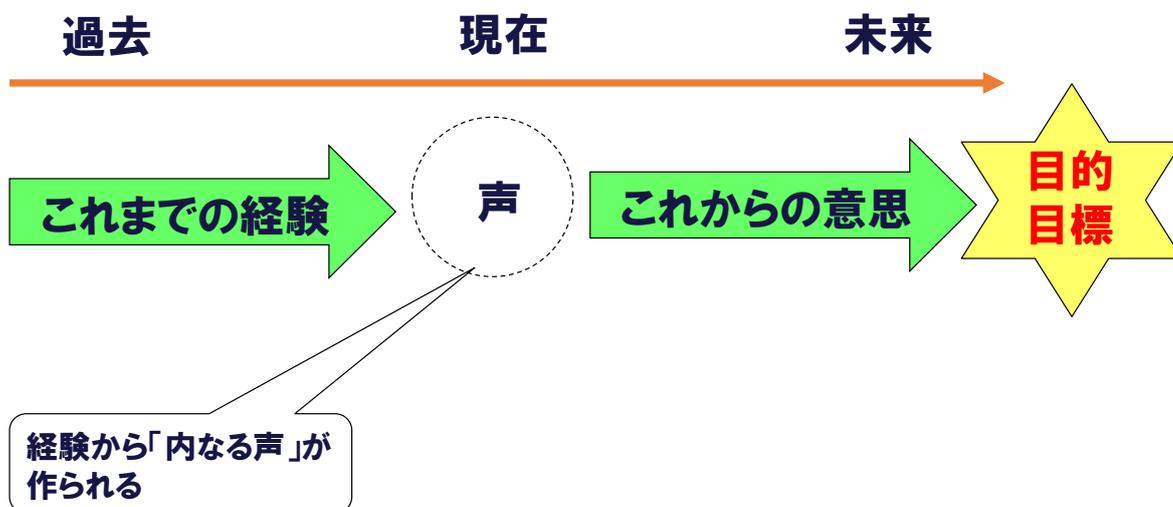
26. あなたの会社が提供する商品(製品・サービス)によって、顧客側で実現している機能・効用・成果・メリット・価値にはどんなことがありますか？できるだけ多く書き出してください。
27. あなたの会社で実現させたい願望は何ですか？
以前の回答と重複してもOKです。いくつでも書き出してください。
28. あなたの会社で絶対にやりたくないことは何ですか？
できるだけ多く書き出してください
29. あなたの会社の強みは何ですか？
会社の歴史を振り返りながらできるだけ多く書き出してください。
30. あなたの会社の弱みは何ですか？
会社の歴史を振り返りながら書き出してください。

動画: https://youtu.be/XQB3H6I8t_4

- ◆未来を見て、点を結ぶことはできない。
過去を振り返って点を結ぶだけだ。
だから、いつかどうにかして点は結ばれると信じなければならない。



- ◆30の質問に答えてみよう。
- ◆答えやすいものからでOK。
- ◆答えにくいものは後回しでOK。
- ◆定期的に何度も行くと、また新たな気付きができる。



◆目標

》私は、<年月>までに<内容(単位付)>になる。

◆目的

》この目標を達成して、…する。

(例)

》私は、2025年12月までに、展示会営業[®]の手法で自社の価値を高らかに宣言する企業を1500社、営業マンを3万人生み出します。

》この目標を達成して、単に、展示会営業[®]導入企業の業績を向上させるだけではなく、中小企業の経営者や社員さんが、自信に満ち内発的にイキイキワクワクと仕事をすることを支援します。そして、「営業」という仕事が、皆からかっこいいと思われ、憧れられ尊敬されている、そんな世の中を実現する土台を創ります。

オンライン展示会営業[®]研修

伝達力:肩書

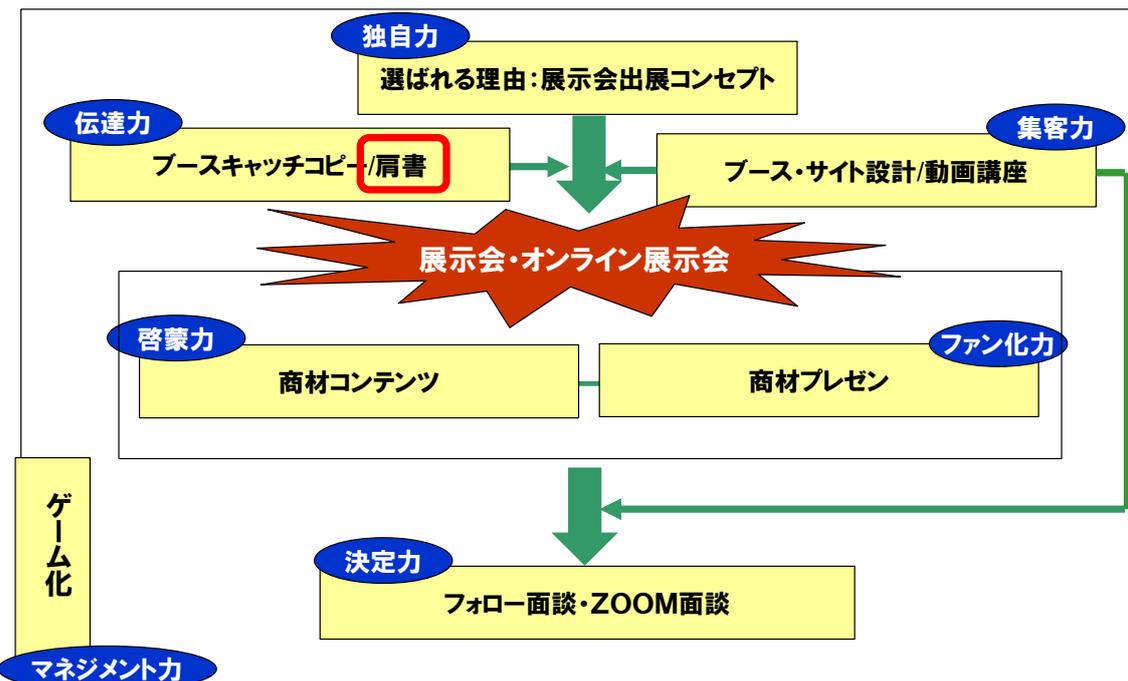


株式会社展示会営業マーケティング
代表取締役社長

展示会営業[®]コンサルタント
清永 健一 (中小企業診断士)



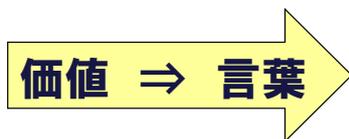
展示会やオンライン展示会で成果を上げる7つの力



伝達力とは？

当社

来場者



3点セット

1. 肩書
2. プロフィール
3. ブースキャッチコピー

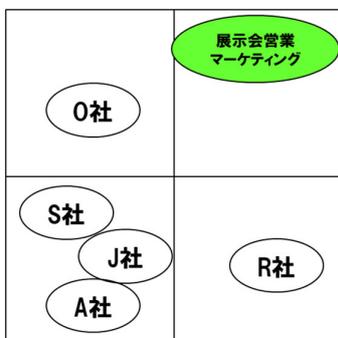
文字数の目安

- 13文字
- 300~400文字
- 25文字

肩書は、ポジショニングを一言集約

- ◆人は、日々多くの人に会っている。
- ◆あなたのことを、1秒で伝えるには？

展示会やオンライン展示会に出展す社長、出展責任者



ゲーム化、
エンタメ化

全方位



展示会営業[®]コンサルタント

- ◆あなたは何屋さんですか？
- ◆専門領域＋一般名称が考えやすい。
- ◆(例)
 - 》展示会営業[®]コンサルタント

- ・切る機械お悩みアドバイザー
- ・介護施設うるおいサポーター
- ・橋梁補修足場アドバイザー
- ・コスト削減3Dコンサルタント
- ・運送業利益アップアドバイザー
- ・緊急時連絡アドバイザー
- ・スーパーの人財・安全コーチ
- ・クルマ業界繁盛アドバイザー
- ・マンネリ解消ごまコンシェルジュ



切る機械お悩みアドバイザー



介護施設うるおいサポーター



橋梁補修足場アドバイザー



コスト削減3Dコンサルタント

事故が減らないと嘆く社長様
たった1年で事故0件にした5つのアイテム

運送業利益アップ応援団

モニター
TELCOM

ノートパソコン ALC-Pro2

デジタコ展示台

TMX-DM02-VA

IP車載機

モバイルアイ TMX-DM02-VA

カタログ入れ

災害時、スマホだけで大丈夫?
いざという時に1番使える**無線機**を!!

今なら無料診断で防災+手帳プレゼント!!
限定100冊

特別な環境下での通信設備には
モトターボシステム

デジタル簡易無線

無線システム

緊急時連絡アドバイザー



スーパーの人財・安全コーチ



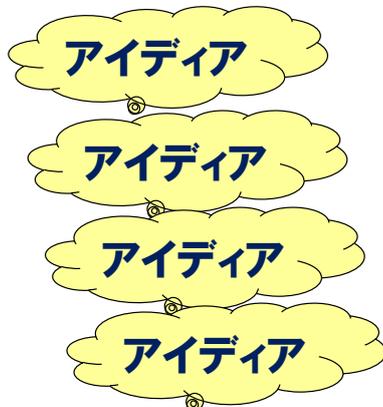
クルマ業界繁盛アドバイザー



マンネリ解消 ごまコンシェルジュ

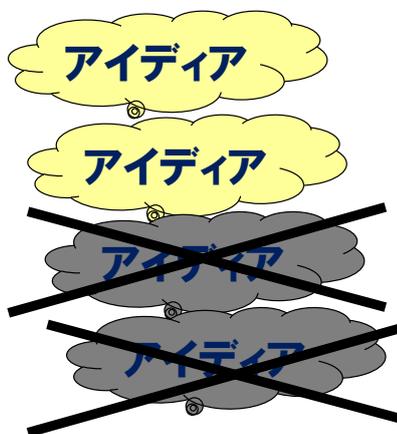
よいアイデアを生み出す大原則

① 発散



多様なアイデアを出す

② 収束



採用するアイデアを選ぶ

最新版
飛び込みなしで
「新規顧客」がドンドン押し寄せる

「展示会営業」術

展示会営業®コンサルタント 清永 健一

前作の読者から成功者続々！
中小企業への売上サポート実績
1195社の著者。
9割の経営者が知らない
「費用対効果の
33倍売る方法」
——ついに公開します。

TV出演等メディア
で話題沸騰の著者！



働き方改革・経費削減しつつ、
会社を「儲かり体質」に変える秘策とは!?

展示会のプロが発見!

儲かっている会社は
1年に「1回」
営業しない!

The Unbelievable marketing style

株式会社展示会営業マーケティング
代表取締役
清永健一

ムダな広告、疲弊する営業は今すぐやめましょう!
営業術を公開!
1195社の中小企業
から生まれた究極の手法!

本当に効果ができる
営業術を公開!
1195社の中小企業
から生まれた究極の手法!

テレビ・雑誌出演!
いま話題の著者!

仕事のゲーム化で
やる気モードに
変える

営業の
ゲーム化
で業績を上げる



株式会社展示会営業マーケティング
代表取締役社長 清永健一

展示会営業®コンサルタント 中小企業診断士

〒160-0023 東京都新宿区西新宿7-2-5-6F

TEL:4500-3740 FAX:03-4330-1690 mobile:090-1968-0468

Mail:kiyonaga@tenjikaieigyo.com URL:https://tenjikaieigyo.com/

展示会
営業
術

顧客を
つかむ!
3300%の
展示会営業 1冊!