

2019 – 2020年

# グローバル・セールス・デザイン(GSD) 実践講座

「提案をもたない日本企業との面談は時間の無駄」

と、海外企業は考えています

お土産の心配をするよりも「提案」を磨きましょう

(国内の新市場・異業種参入にも役立ちます)

主催

株式会社ピンポイント・マーケティング・ジャパン



## 相手を意識した提案を日本語で作る講座 です。



社内に  
**プロジェクト  
チーム**を作り、



海外販売の提案資料を  
**自ら日本語で  
作りあげる！**



翻訳して実際に  
**海外へ提案！**

(国内の新市場・異業種参入の営業ツールとしても使えます)

海外展開（販売）のノウハウを講義で学び、以下を検討・プレゼンしていただきます。



海外担当者と開発技術者で協議

## 海外販売先

向けの提案資料を、日本語で作成・発表・修正



海外担当者と社長／営業責任者で協議

## 海外販売パートナー

向けの提案資料を、日本語で作成・発表・修正

**作成にあたっては、随時の個別相談もします。**

海外展開（販売）は、**3つのルート**に大別されます。

直 販

購買再販してくれる  
**ディストリ  
ビューター**

販売を代行してくれる  
**セールスレップ**



ディストリビューターとセールスレップは  
**海外販売パートナー**となります。

**日系でない現地の会社・人に売り込む**  
ようなときに、力を発揮します。

（注：上記2種の販売パートナー、中国・アジアでは「買切り」と「紹介」という区別で表現される事もあります）

カタログを送っただけでは  
単なるDM

⇒すぐ捨てられる  
ことが多いです。



正式な提案の形をとっていれば

受け取った人（秘書・総務）が  
自分の権限で捨てることを  
ためらいます。

社長や担当役員に  
回されて検討される  
可能性が高くなるのです。



【注】特に販売パートナー候補は、  
自分達が将来的に中抜きされる可能性を  
恐れています。そのため提案も必要です。

# 提案は相手によって変える必要があります

## 相手の明確化

まず、自社が海外に求める  
**相手を明確化**する必要があります。

## 相手の分析

もし海外へ売込みをしたいのならば、  
**直接販売候補 or ディストリビューター  
候補 or セールスステップ候補**  
によって提案は変わります。

## 自社製品に合った 提案書作成

**相手の特質を理解した上で、  
自社製品に合った提案書**を作成せねばなりません。

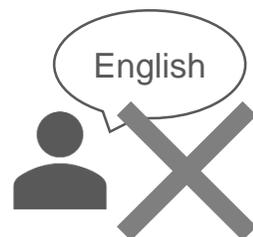
## 3ルートを開拓後...

エンドユーザーへの  
**直 販**

購買再販してくれる  
**ディストリ  
ビューター**

販売を代行してくれる  
**セールスレップ**

## 日本の専門商社に、輸出業務を委託



### 正社員の英語人材なしでも

輸出できる社内体制を作ることも可能です。  
(国内取引への移行)

しかしながら・・・

3つのルートと日本の商社は、しばしば、**利害的・法的に対立**します。

それらを調整してこそ**最大限の効率を生む販路**ができます。

エンドユーザーへの  
**直販**

VS

購買再販してくれる  
**ディストリ  
ビューター**

VS

販売を代行してくれる  
**セールスレップ**

VS



日本の  
商社

講座の目的

上記を勘案しながら、御社にとって、  
**最も効率のよい組み合わせの戦略と提案を  
考える事です。**



## 海外経験ある会社・苦勞している会社

- 既に海外販売の実績があるが、さらに大きく横展開したい会社
- 海外人材の育成が急務な会社



## 過去製品やボツ案も海外に売りたい会社

- 日本では先端でない製品だが新興国市場に可能性がある会社
- 捨てるには惜しいボツ案を海外にぶつけたい会社

**新しい市場へ挑戦する真剣な会社を求めます！**



## 新市場・異業種市場に参入したい会社

- 国内の新市場・異業種に参入するための営業ツールを作りたい会社
- 異業種の方の意見が聞きたい会社



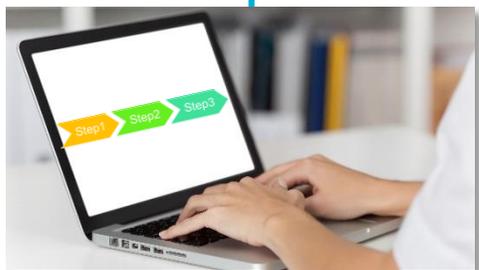
## 参加者 (1~4名/会社)

- 営業の責任者・担当者、
- 技術部門だが営業やマーケティングの側面も勉強したい方

**真剣な会社から複数名の参加を求めます！**



社内に海外担当プロジェクトチーム（勉強会）を作り、  
**共通認識を持つ**ことができます。



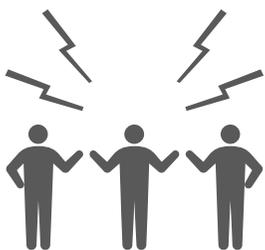
講義、個別相談、発表の流れの中で、  
**具体的なグローバルセールスの手順を  
詰める**ことができます。



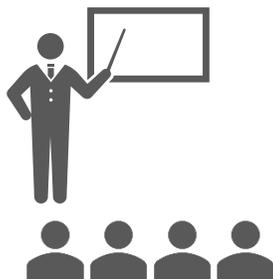
海外販売に実績のある**異業種**の会社と  
**親しい関係ができ情報交換**できます。



担当者1名だけが海外展開を進めようとしても、それを **社内で説得・実行するのは難しい**からです。徐々にその担当者が社内で浮く場合もあります。



社長（または部門長）、海外責任者、実務者の3名が、**共通の認識と理解をもたなければ、いつまでも方向性が定まりません。**



**共通の知識と方向性を持つための勉強・討議の場が必要**なのです。また、**皆で客観的に他の会社の様子を見る**ことも、勉強になります。



**講義、プレゼンテーション、討議**から成ります（全4回）



**講師の個別アドバイス**があります



他の**異業種の会社**と**チーム**になったの  
ディスカッションもあります（同窓会も開催）



**毎回のゲスト講師に相談**もできます。

（成功企業経営者、海外実務に習熟した弁護士、国際人材紹介会社、  
海外大規模量販店購買担当者、越境EC専門会社など）





## 講義

- 海外販売の具体的手順
- 海外直接販売候補への提案資料の作り方



## プレゼンテーション

- 他己紹介（他社を紹介する）



## ゲスト講師

- 海外進出成功企業の経営者  
または国際人材監理会社



## 講義

- 海外展示会出展準備
- 販売パートナーの提案  
／販促資料の作り方

## プレゼンテーション

- 海外エンドユーザー向けの  
提案発表

## ゲスト講師

- 海外展示会出展  
または海外輸送業者



## 講義

- 海外の規制・認証問題
- 海外のPL法、訴訟対応



## プレゼンテーション

- 海外販売パートナー候補への提案発表



## ゲスト講師

- 国際分野に強い弁護士等



## 最終発表

- 総合戦略
- エンドユーザー向け発表
- 販売パートナー向け発表など

## フィードバック・討論



## 大澤 裕

慶応義塾大学経済学部卒。

外資系銀行で、大手日本企業の海外進出業務に従事。

米国カーネギー・メロン大学経営学修士課程において、  
特許製品の海外販路開拓方法を学ぶ。

### 2000年 (株)ピンポイント・マーケティング・ジャパン設立

- 法政大学イノベーションマネジメント研究科  
グローバルMBA 兼任講師
- グローバルネットワーク協議会（経産省管轄）  
海外展開分野 専門家

### 著書

「中小企業が海外で製品を売りたいと思ったら最初に読む本」 (ダイヤモンド社)

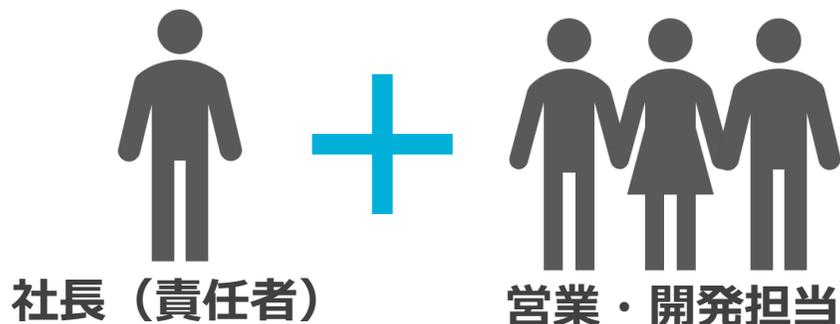
「海外出張/カタログ・ウェブサイト/展示会で売れる英語」 (ダイヤモンド社)



**費用** 50万円 (全4回授業+個別相談)

**参加人数** 1~4人 (同一料金50万円/企業)

例えば、4名のうち社長(営業責任者)は、初回・最終回のみ参加。  
海外(開発)担当1~3名は、初回~最終回まで4回全て参加といった形も可能です。



初回、最終回のみ参加



**熟年若手混成チーム**が望ましいです。

## 場所

**(株)ピンポイント・マーケティング・ジャパン本社**

横浜市中区不老町1丁目1-5 東芝ビル 5階 会議室

(4社集まれば地方での開催も可能)



## 日程

2019年-2020年

X月 X日 (X)

X月 X日 (X)

X月 X日 (X)

X月 X日 (X)

13時30分～17時15分 + 懇親会

最新の日程は  
お問い合わせください。

## 個別相談

講師による個別相談 (随時)

## 無料説明会

模擬講義を兼ねた無料説明会も開催します。  
日程は下記メールからお問い合わせ・ご予約ください。

## 必要な情報

会社名、連絡者の電話番号、メールアドレスを  
[gsd@ppmj.com](mailto:gsd@ppmj.com) までお知らせください。  
(弊社担当：総務 加藤)



ハンツーン・ヒロコ 元 大手米国企業本社バイヤー

1983年に渡米。ワシントン大学でビジネスを専攻し学士号を取得。その後、日本企業での在職中にシアトル大学にてMBAを取得。卒業後、米国大手企業本社国際部にてバイヤーとして18年間勤務。

「我々が望んでいるのは手土産ではない。  
具体的な提案だ。しかし提案を持ってくる  
日本企業はほとんどなかった。」



- **海外での販売を具体的にイメージ**することができ、  
また、**他社プレゼンが大変勉強**になった。
- **具体的な事例が豊富**で分かり易かった。
- **他社の方を前にしたプレゼン**は、非常に貴重な体験だった。
- **海外展示会のみしか営業活動していなかった**。オプションが増えた。
- **実例を混じえて解説**していただいたので分かり易かった。
- これから**FS調査、事業計画書を作成する上で参考**になった。
- **製品開発の反映要素**として活かしつつ、営業ノウハウにしたい。
- **日本国内の営業でも使える内容**、で理解し易かった、参考になった。



- **将来の海外出張でそのまま役立つ内容**である。
- **実際の経験からの研修**であったので、本当に役立ちます。
- **人間としての信頼**を感じる、**引き出しを惜しみなく開ける姿**が印象的。
- **海外駐在員**にスポットでも受講させたい、**海外営業担当者**に受講させたい。
- 大変勉強になる。他の社員も、今回の受講者と同様にプレゼンできる能力が必要。
- 考える機会が多く、自社プレゼン内容のブラッシュアップができ**すぐに役立つ内容**である。
- **実際に使える提案書**ができた。今後活かせる。
- ポイントを押さえたレジユメは、**保存版としての完成度**で素晴らしい。
- **熱い気持ち**がある。**通常のセミナーで教えてもらえないこと**が多くためになる。



株式会社ピンポイント・マーケティング・ジャパンは、  
2000年の設立以来、日本企業がグローバルニッチ企業になるために、  
**海外調査・アドバイス・営業・輸出商社**として支援してきた、  
**海外販路構築の専門会社**です。



## 所在地

神奈川県横浜市中区不老町1丁目1-5 横浜東芝ビル6階  
JR『関内』駅⇒南口より徒歩1分 1階にコンビニ(ローソン)あり

## 連絡先

**TEL : 045-264-4671 Mail : gsd@ppmj.com**

ご質問等ございましたらお気軽にお問い合わせください。

## 主要取引先（過去・現在）

三菱UFJリサーチコンサルティング、中小企業大学校、大阪商工会議所、横浜商工会議所、松山商工会議所、堺商工会議所、春日井商工会議所、ひたちなか商工会議所、大阪産業創造館、相模原市産業振興財団、川崎市産業振興財団、日本貿易振興機構（JETRO）、中小企業基盤整備機構、東京都航空機産業勉強会（TMAN）、佐賀県貿易協会、日本機械工具協会、三重県産業振興センター、久留米市、九州航空機産業研究会、富士電機、ナプテスコ、沖電線、タクミナ、メトロール、アピステ、オーレック、オシキリ、ニチフ、京都電子工業、キングジム、プラス、サンロード、スギヤマゲン、朝日産業、城東テクノ、コスモテック、岩谷産業、共同カイトック、神奈川産業振興センター、堺市、西武信用金庫、日栄インテック、日置電機、京都電子工業、ツカサ工業、バンテックその他