

営業資料で差がつく！ オンライン商談に効果的な 資料作成術

ベルフェイス株式会社



目次

01. オンラインと対面、資料が担う役割の違い
02. オンライン商談に効果的な資料作成方法
03. 資料作成に役立つTips
04. bellFaceの資料共有機能の便利な使い方

01.

オンラインと対面

資料が担う役割の違い



オンラインと対面、資料が担う役割の違い

対面は営業、オンラインは資料が主役

対面商談において、資料は営業担当の説明の補足的な役割として使われる事が多く、提案書の内容が伝わりにくい内容だったとしても、営業担当の説明力でカバーすることができました。

一方で、オンライン商談では、お客様は営業担当ではなく画面に映る資料を見ながら話を聞くことになるため、お客様の目に資料が留まる時間が対面と比べ長くなるので、資料の内容もしっかりと精査される機会が増えることになります。

そのため、**オンライン商談では対面商談よりもわかりやすく伝わりやすい資料を作る必要があります。**

対面



営業が説明するので資料は補足として使われる

オンライン



画面に資料が大きく映るので
資料が商談の主役となる

02.

オンライン商談に効果的な 資料の作成方法



資料作成の手順

資料を作成する際に一番大事なのは、「**全体の話の筋が通っているか**」「**話の流れはスムーズか**」という資料全体のストーリー構成です。

資料のストーリー作りは以下の4ステップの順に行います

1. 商談時のアジェンダを作る
2. アジェンダの中から資料に落とす情報を決める
3. スライドごとのメッセージを決める
4. 各スライドにメッセージを落とし込みデザインに着手

STEP1.商談時のアジェンダを作る

まず、資料を作る前にお客様との商談で話すアジェンダを整理して決めます。

この時、「**商談で一番伝えたい事**」を軸に、アジェンダを組み立てることをおすすめします。

- 参考例 -

新規顧客との商談で 「サービスを紹介したい」場合

1. アポイントに対するお礼
2. アイスブレイク&自己紹介
3. 会社紹介
4. ヒアリング
5. 自社サービス紹介
 1. サービス概要
 2. サービスメリット
 3. お見積り
6. サービスに対する所感など

既存顧客との商談で 「新機能を紹介したい」場合

1. アポイントに対するお礼
2. アイスブレイク
3. お客様状況のヒアリング
4. 新機能紹介
 1. 機能概要
 2. 利用方法の説明
 3. 操作デモ
5. 機能に対する不明点・ご要望など
6. 次回の定例日時について

オンライン商談に効果的な資料の作成方法

STEP2.アジェンダの中から資料に落とす情報を決める

アジェンダの作成が完了したら、その中から**どの情報を資料で説明するか**を決めます。

-参考例-

資料で説明する部分（オレンジ文字）

新規顧客との商談で 「サービスを紹介したい」場合

1. アポイントに対するお礼
2. **アイスブレイク&自己紹介**
3. **会社紹介**
4. ヒアリング
5. **自社サービス紹介**
 1. **サービス概要**
 2. **サービスメリット**
 3. **お見積り**
6. サービスに対する所感など

既存顧客との商談で 「新機能を紹介したい」場合

1. アポイントに対するお礼
2. アイスブレイク
3. お客様状況のヒアリング
4. **新機能紹介**
 1. **機能概要**
 2. **利用方法の説明**
 3. **操作デモ**
5. 機能に対する不明点・ご要望など
6. 次回の定例日時について

STEP3.各スライドのメッセージを決める

資料にする情報が決まったら、アジェンダごとにスライドを割り振ります。

その後、自己紹介のスライドであれば、業界経験の長さを伝えたり、会社紹介のスライドでは取引実績を伝えたりなど、**スライドごとで一番伝えたいメッセージ**を決めます。

- 参考例 -

資料化するアジェンダ	伝えたいメッセージ
アイスブレイク&自己紹介	業界経験の長さ（安心感）
会社紹介	取引実績の豊富さ（信頼感）
サービス紹介	お客様課題に合うサービスである事
お見積もり	費用対効果の良さ
機能紹介	新機能を使う事でのお客様メリット

オンライン商談に効果的な資料の作成方法

STEP4.各スライドにメッセージを落とし込みデザインに着手

伝えたいメッセージが決まったら、各スライドに落とし込んだメッセージを元にスライドのデザインに着手します。
この段階ではじめてメッセージを伝える上で過去の資料から使い回せるものがないか探したり、
スライドのデザインやレイアウト部分に着手することをおすすめします。

- 参考例 -

資料化するアジェンダ	伝えたいメッセージ	ポイント
アイスブレイク&自己紹介	業界経験の長さ（安心感）	過去の資料を上手く使い回して活用
会社紹介	取引実績の豊富さ（信頼感）	商談相手に近い業種の取引実績を盛り込む
サービス/機能紹介	お客様課題に合うサービスである事 新機能を使う事でのお客様メリット	それぞれの顧客に合うようにアレンジする

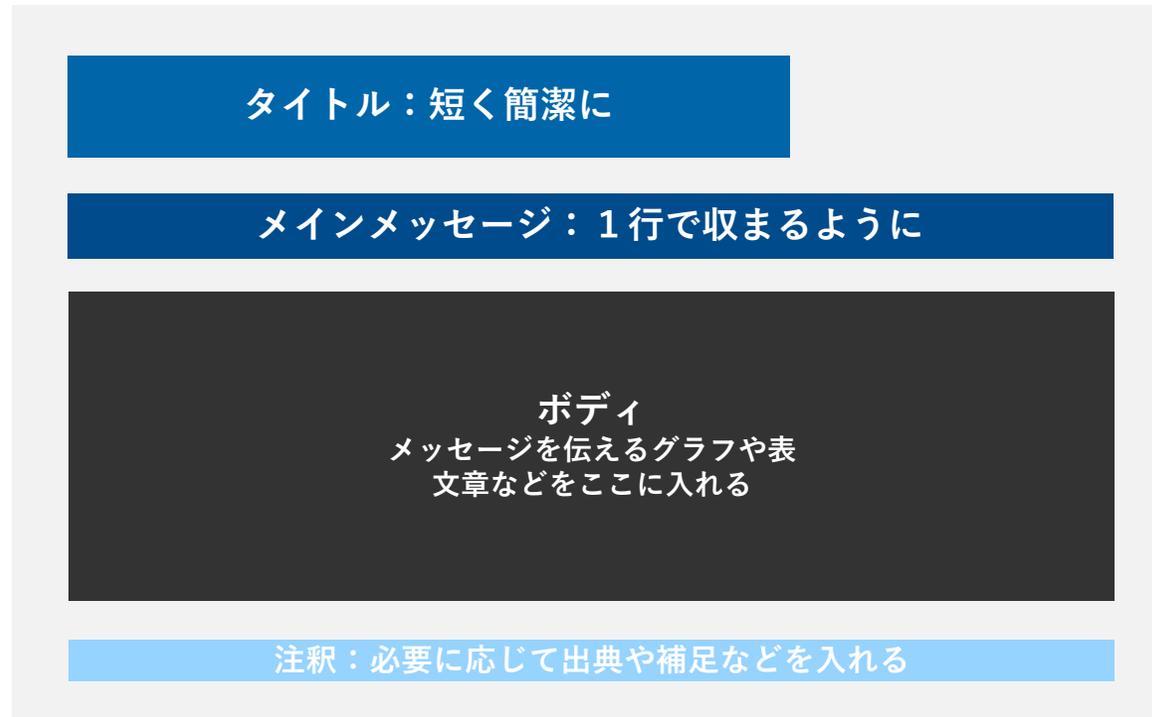
03.

資料作成に役立つTips



1スライド1メッセージ

スライドを作成する際、1つのスライドに情報を盛り込み過ぎないように気をつけましょう。
この時に「1スライド1メッセージ」でシンプルな内容を意識する事が大切です。



基本的なレイアウトイメージ

フォントを統一する

統一感を出すためフォントは統一し、文字サイズ用途に合わせて使いましょう。

フォントの種類はメイリオや游ゴシックなどがおすすめです。

タイトル：20～22pt 目安

メインメッセージ：18～20pt 目安

ボディ
14～18pt 目安
太字・下線は重要ポイントのみ使用

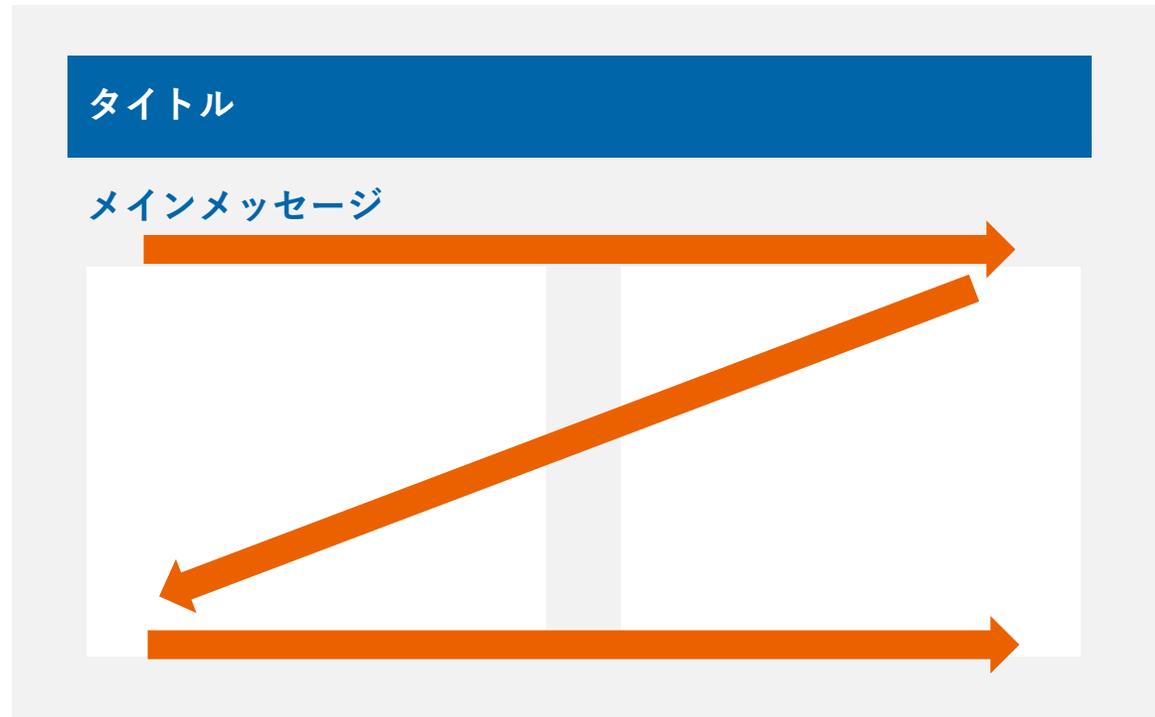
注釈：薄い文字色で10pt以下

商談資料におすすめのフォントサイズ

レイアウトを視線の動きに合わせる

レイアウトを行う際、読み手の目線に合わせた情報整理をする事で格段に読みやすい資料になります。

お客様の目線が**左上から右下**に動くことが自然な流れになるので、これを阻害しないように情報を配置する事が重要です。



読み手の目線の動き

使用色は最小限にする

多くの色を使うことは避け、使用する色は最低限に絞りましょう

ベースカラー70%、メインカラー25%アクセントカラー5%の割合で使用し、
アクセントカラーは多用せず目立たせたいワンポイントなどに使う事が重要です。



スライドの途中で「間」を作る

資料をベースに説明していると、どうしても一方的に話してばかりになりがちです。

章と章の間などにあえて「間」をつくり、お客様に「ご不明な点はありませんか？」など聞くことで**お客様を置き去りにしない工夫**も大切です。

そのためにあえて話の流れの「間」となるスライドを作成をおすすめします。



●●について
ご存知ですか？

サービス説明や
ヒアリングの前に
入れる



ご不明な点は
ありませんか？

サービス紹介後に
入れる

参考例



ご感想を
お聞かせください

商談の最後に
入れる

04.

bellFace資料共有機能の 便利な使い方



bellFace資料共有機能の便利な使い方

作成した資料の事前共有に役立つ「資料共有機能」

bellFaceにアップロードした資料は商談中の資料共有はもちろん、商談前にお客様へ事前共有することも可能です。

「資料管理」のメニューから共有したい資料の「メールで資料送付」ボタンをクリックすると、**共有用のURLを発行することができます。**
商談前に資料をお送りし事前にお目通しいただくことで、お客様の内容理解が深まり、さらに説明が伝わりやすくなるのでおすすめです。



管理画面イメージ

最後までご覧いただき誠にありがとうございます。
お困りのことがございましたら
お気軽にご相談ください。

cs@bell-face.com

