



海外展開のすゝめ

～福岡商工会議所を活用して～

海外展開の経験がない方にも
「海外展開」のあれこれを
隔月で分かりやすくお届け！



第五章

「バイヤーとの商談」はどうすればいいの？（その2）

どうしたらバイヤーとの商談がうまくいくか、については、やはり事前準備が成否を握っています。

当所が実施している海外バイヤーとの商談会では、事前準備を踏まえて、次のような6つの流れで提案を行う企業が、成約に至る可能性が高いようです。

- ①『当社は、日本の●●地域で▲▲業を営む■■■です。海外は○○地域で販売しています。』
- ②『御社（バイヤー企業）が所在する国・地域は○○といった傾向があり（市場トレンド）、特に御社のお客様は△△の課題・嗜好を持った方々が多い（「誰に」のセグメント）ように見受けられます。』
- ③『当社では、△△の課題や嗜好について、特に□□の商品で解決できる（「何を」のセグメント）と考えています。』
- ④『さらに当社では、□□の商品を☆☆の方法で販売する（「どのように」のセグメント）ことが効果的であると仮説を立てており、他社の▼▼社と差別化でき、○○の国や地域の方々に幸せにすることができます。』
- ⑤『なお当社では、□□の商品を◆◆の地域まで、かつ正確に安く運ぶ物流（「どうやってはこぶ」のセグメント）を構築しています。』
- ⑥『それでは□□の商品をお試しくささい。』

バイヤーの先のお客様のことを考える、いわゆるカスタマージャーニーを考えることがポイントです。

さらに、①から⑥までの提案を行ったのち、商談に『余韻』を残す必要があります。この『余韻』は、「海外展開のすゝめ」で最も難しくかつ最も重要な部分です。ポイントは次の3つです。

- （1）『どうやって、自分の地域で、「価値（誰に、何を、どのように）」を共有し、そしてそれらの価値を分配するか』
- （2）『どうやって、バイヤーの地域でイノベーションを起こし、自分の地域に「新しい価値を輸入するか』
- （3）『どうやって、お互いにお付き合いを続け「新しい文化をつくることができるか』

これらを考えることは大変難しいですが、実は、『誰に』『何を』『どのように』をしっかりと考えることで既に答えが出ていることも多いです。商工会議所という組織は地域という視点で業務を行っており経験も豊富ですので、考える際は、是非職員を活用してみてください。

まとめ

- ・バイヤーとの商談前に「誰に」「何を」「どのように」を考える
- ・現地の方々のカスタマージャーニーを考える

6月号からは海外のマーケット情報をお知らせします！

ワンストップ
相談窓口



目次



- はじめに 「販路拡大」とは？（8月号掲載）／第一章 「誰に」売ればよいのか（8月号掲載）
第二章 「何を」売ればよいのか（10月号掲載）
第三章 「どのように」売ればよいのか？ 支援機関現地レポート（12月号掲載）
第四章 「バイヤーとの商談」はどうすればいいの？（その1）（2月号掲載）
第五章 「バイヤーとの商談」はどうすればいいの？（その2）（4月号掲載）

海外展開のすゝめ
バックナンバーはこちら
からご覧いただけます！



お問い合わせ／福岡商工会議所 産業振興グループ TEL 092-441-1119