

ビジネスフェア中四国2024 個別商談等留意事項

効果的な商談を行っていただくため、次の事項に留意して個別商談に臨みましょう！

商談前に準備していただきたいこと

- (1) 当日、バイヤーに紹介したい商品について、情報をまとめた資料（例：別添のFCP展示会・商談会シートなど。）をあらかじめ準備すると有効です。必要最低限の情報を資料で渡すことにより、スムーズな商談が期待できます。
- (2) FCP展示会・商談会シートは商品写真を添付してください。
バイヤーは数多く商談をこなすので、写真をつけておけば、後で見たときに思い出すことができます。
- (3) バイヤー企業の基本情報を入手してください。主な顧客層や品揃え、価格、立地、物流、販売方法などについて、可能な範囲で事前把握することで、各バイヤーに対する適切な提案が可能となります。
- (4) 事前に独歩資料（チラシ、カタログ、サマリー等）を用意されると、バイヤーの判断材料となり得ます。独歩資料とは、バイヤーの企業内において、担当から決裁者まで「独り歩き」する資料です。必要資料が不足している場合には、余計な労力がかかることも考えられます。
- (5) 自社商品の特徴を概ね5分以内で明確に説明できるようにしておいてください。
全国には必ず類似商品があるものと認識し、それらと比べてどこがどう違うのか、明確にアピールできる資料を準備しておいてください。
- (6) 「地域限定品」は、すべてが地元産であると言うことができれば地域商品として大変ポイントが高いことに留意しておいてください。
例えば主原料が地域産のものであっても、使っている香辛料など他の原料が海外産であるとマイナス要素になる場合があります。
- (7) サンプル（試飲・試食）と資料を早めに準備しておいてください。
- (8) バイヤーに対して、流通コスト等を加味した取引条件（上下代等）を提供することができると、取引の検討をスムーズ化させることができます。

商談後のフォローについて

- (1) 取引が成立しても、売った商品について年2回くらいはプロモーションをかけていく必要があります。定期的に後押しをすることは大変重要であり、それをしないとそのうち店頭から消えていく可能性があります。
後押しとは、「試食してもらおう」「値引販売してもらおう」「キャンペーンとして特別な場所に置いてもらう」ため、例えば、サービスで1割余分に納入したり、試食用の商材とマネキンを無料で提供したりすることです。これらのプロモーション費用も価格設定の際に考慮に入れておく必要があります。
- (2) フェアで交換した名刺は財産です。今回、集めた名刺は、フェア終了後に、訪問するか、ことあるごとにFAXやはがきを送るなど、アプローチした方がよいでしょう。
スーパーマーケット・トレードショーの成功例として、ある企業では、3日間で集めた名刺60枚の相手先を1年間かけて全て訪問し、もう1度改めて商談を行った結果、そのうち8割が取引に結びついたという話もあります。