

機能は説明できる。でも、選ばれる理由が顧客の言葉になっていない。

自社の状況を整理し、社内で共有するための整理シートです。

① 該当の確認

- ☐ 機能の説明はできるが、他社と何が違うかを一文で言えない
- ☐ 提案資料が、機能の一覧になっている
- ☐ 誰に売べきかが、社内で共有されていない
- ☐ 現場の担当者には響くが、決裁者のところで止まる
- ☐ 社内で訴求のシナリオを作ったが、良いのか悪いのか判断できない

② 何が止まっているか

1. 開発の言葉が、現場の課題の言葉になっていない
2. 現場の課題の言葉が、決裁者の投資の言葉になっていない
3. 自社の言葉が、売る人の言葉になっていない
4. 機能比較の軸では、差別化が見えない

③ 自社の現状

上の論点のうち、当てはまるものについて現在の状況を書き出してください。

論点：

現状：

論点：

現状：

論点：

現状：

④ 目指す状態

- 「なぜ他社ではなく自社なのか」に一文で答えられる
- ターゲットが定義され、その理由を社内で説明できる
- サービスメニューが、顧客の課題起点で構成されている
- 提案資料が、機能説明ではなく課題解決の構成になっている
- 投資対効果が、決裁者の言葉で書かれている
- 個社別提案が、毎回ゼロからではなく型から作れる

⑤ 次に決めるべきこと