

ある商談におけるPOINTでの構成（図表3-2）

		各段階でのPOINT				
		P（導入）	O（概要）	IN（インプット）	T（次への導入）	
商談全体のPOINT	P（導入）	あいさつ	商談全体のサマリー	ここまでの確認	Aへのつなぎ	
	O（概要）	A 自社のバックグラウンド	自社のことを理解してもらったうえでおつき合いいただきたい旨を伝える	理念と沿革、自社事業とその由来、展開について説明	自社に関する質疑応答	自社とお客様の接点・共通点を確認しBへ
		B お客様のビジネス	主力商材を切り口に誘導。どのような目的で事業を展開しているのか問いかけ	お客様に事業概要を説明いただく。適宜質問	Oで拾えなかった部分を補足質問。展開地域、売上比率は必ず押さえる	説明いただいたことのお礼を伝え、Cへつなげる
		C 成功面・課題	説明いただくことで、因果関係を整理しましょうと誘導	お客様に説明いただく。適宜質問。成功・課題それぞれ3つずつ出していただく	Oで出た要因を中心にヒアリング	INで出た内容を整理し、Dへつなげる
		D 最善のステップ検討	ここは省略でもOK。すぐにOへ	率直にどうなったらいいと考えているのか、本音を聞き出す。	理想の実現を妨げるもの、改善すべきものを検討。	ここも省略でもOK。すぐにINへ
IN（インプット）	省略OK	Dを受け、自分たちが力になれる部分を提示。取引することによるメリットを示す。	Oを受け、お客様の感じている懸念や不安などを確認。この段階で時間的な感覚をすり合わせておく	不安点の解消に向けた提案を約束し、Tへ		
T（次への導入）	次の打ち合わせの目的を確認	次回までの宿題を確認	全体の疑問点、不明点がないか確認	次回の日時を確認して終了		