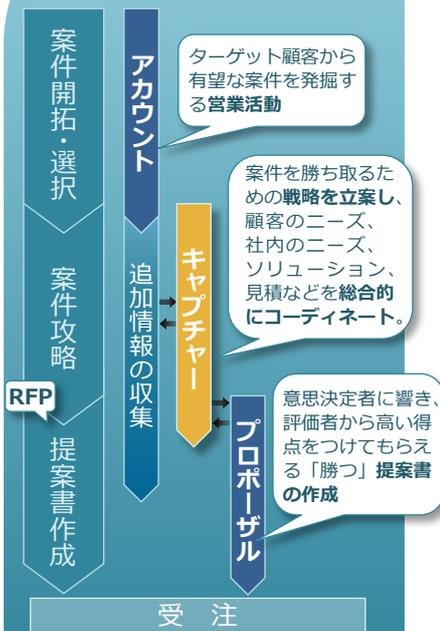


# 入札・コンペで 確実に受注する案件攻略活動

## キャプチャーによる 案件攻略活動



「売りたいもの」を「売りたいように」売っている、B2BおよびB2Gの入札やコンペでは勝てません。確実に受注するためには「顧客が買いたいものを、買いたいように提供すること」が重要です。顧客視点に立ち、何を買いたいのか、どう買いたいのか、顧客の真のニーズ（ホットボタン）を正しく理解する必要があります。そのためには、RFP（提案依頼書）が出される前の段階での営業活動が決め手となります。シップレイ社では、このフェーズにおける活動をキャプチャー（案件攻略活動）と呼び、案件受注の最重要ポイントに設定しています。

### 案件の取捨選択（Go/No Goの判断）は、できていますか？

案件評価が曖昧なまま、話があればあった分だけ対応しようとしているケースが多く見受けられます。より多くの売上を得るために、どんな案件にも手を出して「量」でカバーする。このようなやり方は、営業や技術者を疲弊させ、リソースを消耗させます。取り掛かる前にやるべきことは、その案件が進むべきか案件かどうか（勝算の割合や採算など）を適切に判断することです。

#### → シップレイメソッドでは、

案件攻略活動の段階で「競合比較表」を用いて、お客様から見た自社と競合相手とのポジショニングを分析し、進むべき案件かどうかを早期に見極めます。

### 価格競争に陥らない「戦略的な価格設定」はできていますか？

よく「価格で負けた」という話を聞きますが、これは表面的なことに過ぎません。顧客がどのような価格評価を行っているかによって、異なる対応を取らなくてはなりません。

提案する側は、競合に勝つためにどうしても「最高のもの」を提案しようと、より多くのソリューションを詰め込もうとしがちです。その結果、顧客が「買いたい」と思う価格から大きく外れてしまうのです。コストを積み上げた後に利益率で価格を調整するのではなく、戦略的に設定する必要があります。

#### → シップレイメソッドでは、

案件攻略活動の段階で、顧客がどのような価格評価をしているかを考慮し、PTW(Price to Win)を用いて、勝てる「価格」を検討しながら「ソリューション」を作り上げていきます。

### 営業部門は「技術・設計」部門と協働できていますか？

重要な案件を攻略していくには、受注という同じ目的に向かって、他部門との協働が必要になります。しかし、多くの組織で「営業と技術の仲が悪い」「異なる利害関係を調整できない」「必要なタイミングで適切なリソースを投入できない」といった声がよく聞かれます。

部門を超えて関係者同士が広く「同じ言葉」「同じ考え方」で攻略活動を進める、案件攻略の共通プロセスが必要となっています。

#### → シップレイメソッドでは、

40年以上にもわたって培ったノウハウにより、科学的・体系的に整理した手法（メソッド）があります。誰がやっても同じ品質で、同じプロセスで作上げることができるため、部門を越えたメンバーみんなの「共通プロセス」として活用できます。

### シップレイ社について

1972年に米国で創業し、ペンタゴン（国防総省）に対する提案書作成支援からスタートし、「クライアントの勝率を高めることに特化した」専門コンサルティングファームです。キャプチャー&プロポーザルのコンサルテーションおよび関連する研修などを行い、現在では、日本を含む世界18ヶ国でサービスを展開しています。

- 大型B2BおよびB2G案件の支援総額20兆円/年
- 30,000人以上の研修実績
- フォーチュン500におけるトップ50社のうち43社と取引実績あり
- 提案勝率88%

### <グローバルレベルでの実績>

業界	実績企業
航空・防衛産業	ロッキード・マーティン、ボーイング、レイセオン、ノースロップ・グラマン など
IT・通信関連	ヒューレットパカード、ユニシス、IBM、マイクロソフト、デル、シスコシステムズ、インテル、AT&T、Sprint、ゼロックス など
社会インフラ関連	ベクトル、コルトエンジニアリング など
政府・行政関連	NASA、U.S. Air Force、U.S. Army、ジェット推進研究所 など

### お問い合わせ先



〒100-0011東京都千代田区内幸町1-1-1 帝国ホテル本館6階608号室  
Tel : 03-5510-7007 (代表)  
E-mail: seminar@shibleywins.jp  
https://www.shibleywins.jp

※ B2BおよびB2Gにおける入札・コンペで、確実に勝つための案件攻略活動（キャプチャー）について学べるセミナーをご用意しています。（裏面ご覧ください）

～入札・コンペで確実に受注するための案件攻略活動～

# シップレイ公開セミナーのご案内

## ■ セミナー主旨

B2BおよびB2Gの「入札・コンペ」で確実に勝つための案件攻略活動を知り、「顧客ニーズ」に即した提案書について、具体的知見・ノウハウを得て頂くことを目的としています。

### 【アジェンダ (予定)】

- ・ 確実に受注するための案件攻略活動とは
- ・ なぜ御社の提案は通らないのか
- ・ キーマンの意思決定を促すエグゼクティブサマリー
- ・ 提案書作成過程におけるマネジメントポイント
- ・ 勝てる価格とは (顧客の価格評価)

## ■ セミナー対象者

- ・ 提案・入札に関与される営業の方
- ・ 営業部門責任者
- ・ 営業企画・推進担当者

## ■ 開催要項 (キャプチャー)

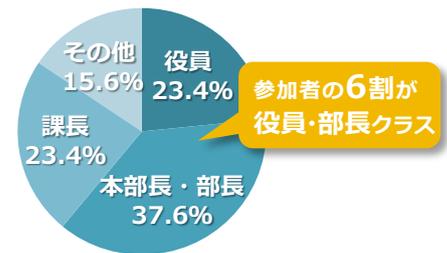
- ・ 日程 : 2020年12月4日 (金) ※予定
- ・ 時間 : 10時00分～17時30分
- ・ 参加費 : 税込38,500円 (税抜35,000円)
- ・ 定員 : 25名 (密を避けるため、通常より人数を減らして席を設けます)
- ・ 講師 : シップレイジャパン株式会社  
代表取締役 首席コンサルタント 重松秀洋、他

本セミナーは多くの方にご講評頂いております！

## お客様評価

(過去実施の公開セミナーの感想から抜粋)

### <参加者傾向>



### Q.仕事に役立つと思いますか？

99%の人が「役立つ」と回答！

### Q.印象に残ったことや感想を教えてください。

- ・ RFPの出る前に勝負は決まっている。つまり通常の営業活動の重要さと理解しました。
- ・ 提案書の書き方ではこれまでにいろいろ試行錯誤してきたので、それなりにできているつもりだったが、まだまだ新しい発見があった。RFP前の活動が重要だとは分かっていたが、そのやり方が体系的に整理できていなかったため、今回勉強になりました。
- ・ 買う側の立場で評価はしていたが、それに合わせた提案をするという発想がなかったので、それが一番目からウロコだった。
- ・ まさに勝つ提案がシップレイメソッドの中に詰め込まれていて大変興味深かった。
- ・ 自社の業務では価格重視の傾向で苦労することが多かったが、提案ポイント (特にホットボタン) をおさえることができれば、更に良い提案受注確度向上が可能と認識できた。
- ・ セクションライターへの指示の出し方は参考になりました。
- ・ エグゼクティブサマリーを先に作成することが大事であることが印象に残りました。提案を準備する段階から体系立てて学べたこと。またそのまま現場で使えることが今後に活用できると感じた。

## お申込み先 ▶ seminar@shibleywins.jp

参加ご希望の方は、以下①～⑦の情報を添えて、Eメールで弊社セミナー事務局 (seminar@shibleywins.jp) 宛にご連絡ください。

- ①参加希望日 2020年\_\_月\_\_日
- ②法人名
- ③参加者名
- ④所属、役職名
- ⑤所在地、郵便番号
- ⑥電話番号
- ⑦E-mailアドレス

※メールでの申込(予約)後「セミナーのご案内」と「請求書」を発送しますので、申込み担当者(請求書の送付先)と参加者が異なる場合は、両者とも上記①～⑦の情報をメールでご連絡ください。

※セミナー料金の事前振込をもって正式なお申込みとさせていただきます。

※下欄の「個人情報の取り扱いについて」に同意の上、お申し込み下さい。

### 【個人情報の取り扱いについて】

本申込書にて申し込みされた方(以下「申込者」)の個人情報はシップレイジャパン株式会社からのセミナー案内の送付、その他連絡業務等、当社の目的に必要な範囲内で、その目的達成に必要な限度に応じて使用致します。またこの個人情報の収集は適法かつ公正な手段によって行われるものとします。当社は申込者から収集した特定商取引の表示に記載する情報以外の個人情報を申込者本人の書面による同意なしに第三者に開示することはありません。