

提案書に記載する順序	記載すること	チェック
提案書タイトル	ワクワクするようなタイトル、表紙にしましょう。	
ビジョン・世界観	ここが一番最初で最も重要なところ。できれば、情熱的に楽しそうにプレゼンしましょう。何を言うかよりどう言うかの方が相手に影響を与えます。	
悩み、問題点	ここでは、見込み客の問題、悩みを私は理解していますよ、と共感し、信頼をしてもらうことが重要です。	
未来	あなたのサービスを受けることで上記の問題、悩みを解決して見込み客が将来どうなれるか明確に言い切りましょう！	
全体像	あなたのノウハウ、提供するサービスの全体像を見せてあげましょう。そうすることで相手も理解しやすくなります。	
カリキュラム・実行計画	ここでは具体的なカリキュラム、手順を実行していく計画を見せましょう。ここで見込み客はあなたのサービスを具体的にイメージができるようになります。	
プランの紹介	プランをできれば、2~3つ用意してあげてください。4つ以上になると見込み客は迷ってしまい、決断に強いストレスを感じます。できれば、①個別サポート（完全オーダーメイド） ②グループサポート ③ある程度決まったカリキュラム	
特典	見込み客は意外とメインの商品サービスより、特典で購買決定しているケースがよくあります。特典は、メインのサービスで提供しきれないものを補填するようなものと思ってください。※高額パッケージ型商品構築シートのステップ5参照	
ベネフィット	特徴ではなく、このサービスを受けることで相手が得られる結果、変化を書いてください。一つ一つ噛みしめるように鮮明に相手にイメージさせること。	
事例・お客様の声	あなたのサービスを見込み客が実際に試すことって非常に難しいと思います。しかし、事例やお客様の声は、唯一疑似体験できる機会になります。顧客のビフォーアフターをストーリー・エピソードを交えて語ってください。	
プラン・特典まとめ	色々とお話すると忘れかかっているので、しっかりと提供内容と特典をまとめ再認識させてください。	
他社料金比較	見込み客は、金額の相場を知らなかったり、安い高いの判断ができないので、ライバルや間接業種の料金と比較して、いかに自分が提供するサービスが妥当な価格設定なのか、安いのかをアピールするために料金比較をうまく利用してください。	
世界観（繰り返し）	最初のビジョンをもう一度繰り返し伝えてください。だから、あなたにもこのサービスを利用してもらいたいです。	
価格のプレゼン	通常価格の提示。それぞれのプランの金額を提示してください。	
理由付き特別オファー	限定オファーをしてください。本日限定または締切、人数限定など。あとは特別な理由をつけて今すぐ申し込む理由を作ってください。	
テイクアウェイ	全員が申し込める訳ではありません。参加には条件があります。このような方は参加できません。というように対象を絞り込んでください。要は、人は手に入りそうなものを寸前で取り上げられると人は購買意欲を掻き立てられます。	
魔法の言葉	ぜひ一緒にやりましょう！と背中を押してあげる	