WHITE PAPER Vol.2

名刺交換から有効な商談になるまで

交流会で出会った相手と3回会い、商談につなげる実務の流れ

0 1 2 3 4 5

８８株式会社 | 2026年11月

Conclusion

名刺交換から有効な商談までは、質問・お礼・3回の接点を決めれば再現できる

01

質問を1つ

名刺交換の場で、困りごとを1つだけ聞き、A・B・Cに仕分ける

02

当日中にお礼

相手の言葉に触れたメールと資料で、15分の再会を打診する

03

4条件で判定

2回目の面談で、有効な商談の条件がそろったかを確認する

名刺を集めて終わらせず、ステージごとの条件で次の一手を決めます。

Goal

有効な商談とは、4つの条件がそろった商談

条件 1

課題

相手の言葉で、課題を説明できる

条件 2

決裁

決裁に関わる人が、本人か同席者にいる

条件 3

時期

解決したい時期の目安がある

条件 4

次の約束

次の日程が決まっている

「会えた」だけのアポは、有効な商談に数えません。

Flow

名刺交換から3回目の提案までを、約3週間で進める

時期	場面	やること	判断
Day 0	1回目: 名刺交換	質問を1つして、答えを名刺の裏にメモする	A・B・Cに仕分ける
Day 0〜1	お礼メール	相手の言葉に触れ、資料を添えて15分の再会を打診する	返信の有無を見る
Day 3〜7	返信がないとき	資料の感想を聞き、日程候補を2つ出す	反応がなければ保留
Day 10〜14	2回目: 面談	課題を聞くことに徹する(15〜30分)	4条件を確認する
面談の翌日	要約メール	聞いた内容を3行にまとめて送る	認識のずれを直す
Day 21頃	3回目: 提案	相手の言葉を提案の1枚目に使う	決裁者・時期を確認する

日数は目安です。次ページから、従業員60名の機械部品商社・営業部長の田中さん(例)を相手に具体例を示します。

Day 0 ｜ 1回目

名刺交換の場では、質問を1つして仕分ける

聞く質問は1つだけ

「最近、営業まわりで一番困っていることは何ですか」

A 具体的に話した

人数・期間・担当者名などが出る

対応: 24時間以内にお礼と再会の打診

B 抽象的に話した

「うちも課題はあります」で止まる

対応: 資料を送り、1週間後に打診

C 社交辞令で終わった

質問に短く答えるだけ

対応: 月1回の情報提供のみ

例: 田中さんは「売上の6割が、エース2名に偏っていて」と答えたため、Aに仕分けます。

Day 0〜1

お礼メールは、相手の言葉に触れて再会を打診する

件名: 本日はありがとうございました(８８株式会社 川上)

田中様
本日はありがとうございました。
「売上の6割が、営業2名に偏っている」というお話が印象に残りました。
同じ状況の会社が最初に整理することを、A4・1枚にまとめて添付します。
来週、15分だけ状況を伺えませんか。(候補: ○日、○日)

返信がなければ、Day 3〜7に資料の感想を一言聞き、日程候補を2つ出します。

- **当日中に送る。**記憶が新しいうちに返す
- **相手の言葉を引用する。**定型文と区別される
- **売り込まない。**資料と15分の打診だけにする

Day 10〜14 ｜ 2回目

面談では、5つの質問を順に聞き、提案はしない

聞く順番

1. その状況は、いつ頃から続いていますか
2. 困っているのは、どなたですか
3. 原因は何だと思いますか
4. これまでに何を試しましたか
5. 解決したい時期の目安はありますか

面談の最後の一言

「今日の内容を整理して、具体案を30分でお持ちします。〇日か△日はいかがですか」

翌日の要約メール(例)

①売上の6割が営業2名に集中 ②原因は受注の進め方が経験頼み ③来期の期初までに改善したい。この理解で合っていますか

Judgement

面談のあとで4条件を判定し、次の一手を決める

面談後の状況	次の一手
4条件がそろった	3回目で提案する
決裁者がいない	3回目への同席を依頼し、決裁者向けに要点を1枚で渡す
課題の原因が曖昧	3回目は提案ではなく、「整理の続き」にする
日程が決まらない	Day 7と14に電話や短い情報提供で接触し、反応がなければ3か月後に再度連絡する

記録する項目

課題の原因 ／ 影響 ／ 解決したい時期 ／ 決裁者 ／ 3回目の日程

Day 21頃 ｜ 3回目

提案は、2回目に聞いた相手の言葉から始める

一般的な提案書の1枚目

「当社サービスのご紹介」

相手の状況とつながらず、説明を聞く場になります。

田中さんへの提案書の1枚目(例)

「売上の6割が営業2名に偏っている状態を、どう解消するか」

相手が話した言葉なので、自分ごととして聞かれます。

提案のあとに確認すること

決裁者は誰か ／ 何を基準に選ぶか ／ いつまでに決めるか

最後に、次の約束(日程)を取って終えます。

Pass-through Rate

お礼メールの返信率を10ポイント上げると、受注は約1.3倍になる

返信率	名刺交換	返信	2回目	3回目	受注
30%	100枚	30件	15件	9件	2.7件
40%	100枚	40件	20件	12件	3.6件

受注件数の変化

2.7件 → 3.6件(約1.3倍)

返信率30%のまま3.6件を受注するには

名刺交換が約133枚

返信から2回目の面談50%、面談から提案60%、提案から受注30%と仮置きした単純試算です。実際の通過率は商材・相手により異なります。

30 Days

決める、送る、会う、測るを30日で一巡させる

第1週

決める

A・B・Cの仕分け基準と、お礼メールの型を作る。

第2週

送る

手元の名刺を仕分けて、お礼と再会の打診を送る。

第3週

会う

返信のあった相手と、2回目の面談を行う。

第4週

測る

名刺交換から提案までの通過率を出し、止まった1か所を直す。

最初から全部は変えず、通過率が最も低い1か所から始めます。

Summary

まとめ

名刺交換の場	質問を1つして、A・B・Cに仕分ける
お礼メール	相手の言葉に触れ、資料と15分の再会を打診する
2回目の面談	5つの質問で聞き、4条件がそろったかを判定する
3回目の提案	相手の言葉を1枚目に使い、次の約束を取って終える

結論:名刺交換から3回会い、4条件がそろった時点を有効な商談とする。

設計から運用の定着まで、８８株式会社が支援します。お問い合わせ:info@hachi8.jp ／ hachi8.jp