

ビジネスドキュメント作成研修

～第1部～

株式会社コレックス



目的

分かりやすいビジネスドキュメントを 素早く作れるようになること

目的達成
の
ステップ

- 分かりやすいビジネスドキュメントの条件を理解する
- 分かりやすいビジネスドキュメントの作り方を理解する
- スピーディなパワーポイント操作方法を身に付ける

第1部

1. 本プログラムのねらい
2. 分かりやすいビジネスドキュメントの条件
3. 分かりやすいビジネスドキュメントの作り方
 1. Step1.事前準備
 2. Step2.ストーリー構築
 3. Step3.スライド作成

第2部

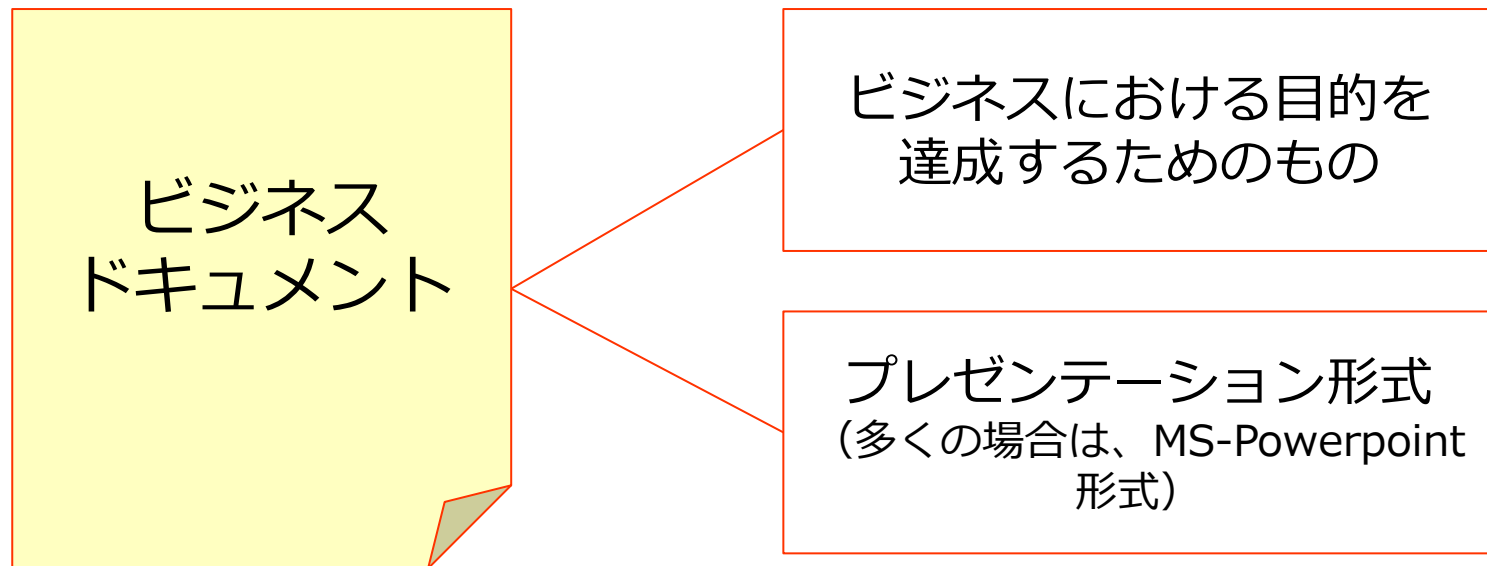
第3部

4. パワーポイントの効率的な使い方
 1. パワーポイントの機能
 2. 操作のスピードアップ
5. おわりに

ビジネスドキュメントとは？

本プログラムにおいて、ビジネスドキュメントとは、ビジネスにおける目的を達成するために作成される、プレゼンテーション形式の成果物のことを指す。

本研修における定義



※あくまでも「本プログラムにおいて」です。一般的には、報告書や議事録、メールなどもビジネスドキュメントと呼ばれることがあります。

分かりやすいビジネスドキュメントを作るためには、「全体のストーリー」と「1枚1枚のスライド」の両方に気を配る必要がある。

分かりやすいビジネスドキュメントの条件

- ① 全体のストーリーが論理的につながっている
- ② 各スライドで伝えたいことが明確に記載されている

第1部

1. 本プログラムのねらい
2. 分かりやすいビジネスドキュメントの条件
3. 分かりやすいビジネスドキュメントの作り方
 1. Step1.事前準備
 2. Step2.ストーリー構築

第2部

3. Step3.スライド作成

第3部

4. パワーポイントの効率的な使い方
 1. パワーポイントの機能
 2. 操作のスピードアップ
5. おわりに

ビジネスドキュメントの作成手順

- ・ 分かりやすいビジネスドキュメントを作成するには、いきなりスライドを作り出すのではなく、しっかりとスライド作成前の作業を行うことが重要である。

Step1 事前準備

- 目的・最も伝えたいことを明確にする
- ターゲットを想定する
- ターゲットの期待・前提を想定する

Step2 ストーリー構築

- 最も伝えたいことを伝えるステップを考える
- ステップをさらに細分化し、ストーリーを考えて並べてみる

Step3 スライド作成

- スライドを作成する

必要に応じて戻る

Step1 事前準備

- 目的・最も伝えたいことを明確にする
- ターゲットを想定する
- ターゲットの期待・前提を想定する

Step2 ストーリー構築

- 最も伝えたいことを伝えるステップを考える
- ステップをさらに細分化し、ストーリーを考えて並べてみる

Step3 スライド作成

- スライドを作成する

Step1: 事前準備 (1/2)

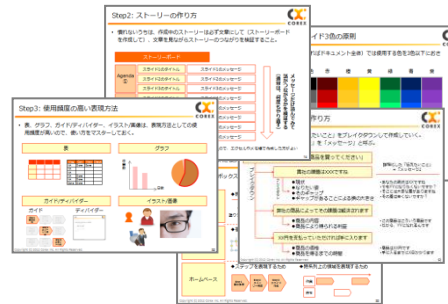
- 事前準備では、ドキュメントの目的・最も伝えたいこと・ターゲットおよびターゲットプロフィールを明確にする。

	定義	例
目的	このビジネスドキュメントを使って成し遂げたいこと	方向性の合意をする 購入意思決定してもらう など
最も伝えたいこと	目的を「文章・ターゲットへの呼びかけ」の形で表現したもの 資料自体の結論	弊社のソリューションを買ってください
メインターゲット	ドキュメントの読み手・聞き手 (複数いる場合は、最も重要な人)	人事部 佐藤部長
ターゲット・プロフィール	ターゲットの性格・インセンティブに加え、述べようと思っていることに関して ■ 前提知識：何をどこまで知っているのか ■ 期待：何を知りたいのか・何を求めているのか	■ 性格：成果に厳しく理知的 ■ インセンティブ：会社から成果として認められること。そのための採用人数確保 ■ 前提知識：自社の採用プロセスと各プロセスの数字 ■ 期待：とにかく応募者数を増やしてほしい

Step1: 事前準備 (2/2)

- 事前準備で明確にした内容は、後の工程で重要になってくるため、無意識的にできるようになるまでは、メモをしておいた方がよい。

事前準備で必要な
内容については
全部考えたぞ！



たくさんスライドを
作ってるうちに…

あれ？何をどこまで
伝えれば良かった
んだっけ？

というようなことにならないように、目的・最も伝えたいこと・メインターゲット・ターゲットプロファイル(知識と期待)は、何かにメモしておいた方がよい

Step1
事前準備

- 目的・最も伝えたいことを明確にする
- ターゲットを想定する
- ターゲットの期待・前提を想定する

Step2
ストーリー構築

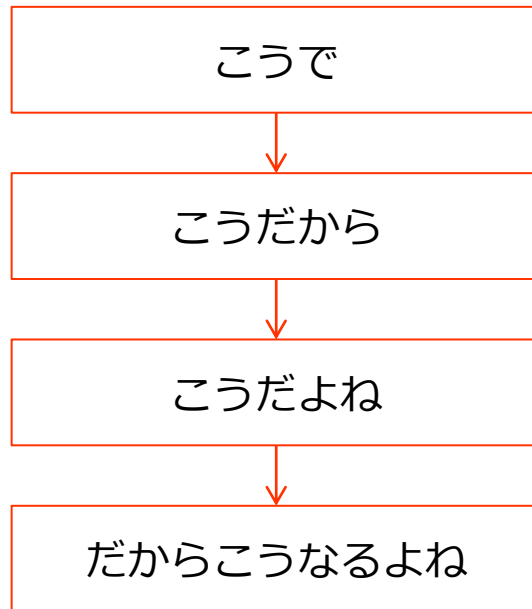
- 最も伝えたいことを伝えるステップを考える
- ステップをさらに細分化し、ストーリーを考えて並べてみる

Step3
スライド作成

- スライドを作成する

Step2: ストーリーとは

- ストーリーとは、「最も伝えたいこと」を伝えるために、必要な要素をつなぎ合わせた話の流れであり、ストーリーがよくないと聞き手の理解が得られない



1枚のスライドで伝えられることは限られているため、一定以上の複雑なことを伝えたい場合は「話の流れ」(=ストーリー)が必要

ストーリーが悪いと...

結局何が言
いたいん
だ??

え?なんで
そうなる
の?

読み手

理解が得られない = 目的を達成できない

Step2: ストーリーの作り方

- ストーリーは、「最も伝えたいこと」をブレイクダウンして作成していく。
詳細化した「伝えたいこと」を「メッセージ」と呼ぶ。

最も伝えたいこと：「この商品を買ってください」

ブレイク
ダウン

貴社の課題はXXXですね

ブレイク
ダウン

- 現状
- なりたい姿
- そのギャップ
- ギャップがあることによる損の大きさ

弊社の商品によってその課題は解決されます

- 商品の内容
- 商品により得られる利益

XX円を支払っていただければ手に入ります

- 商品の価格
- 商品を得るまでの時間

詳細化した「伝えたいこと」
= 『メッセージ』

- あなたの現状はXXですね
- でもYYになりたくないですか？
- そこには大きな差がありますね
- その差は辛くないですか？

- この商品はこの商品です
- だから、YYになれるんです

- 商品はXX円です
- 手に入るまでにX日かかります

Step2: ストーリーの作り方

- ・ 分かりやすいストーリーは、読み手が理解しやすい法則に基づいている。

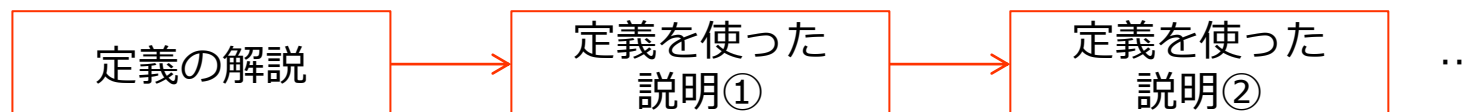
法則① 先に全体像を説明してから、各詳細を説明する

例) プランの全体像 → 売上増加についてのプラン → コスト削減についてのプラン ...



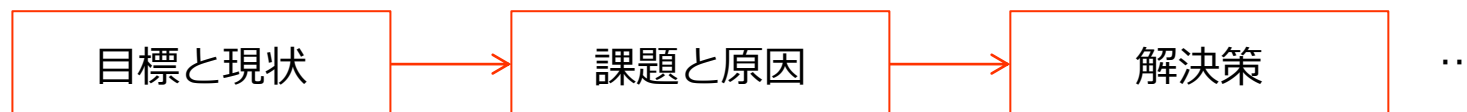
法則② 言葉や概念の定義は先に説明してから、それを使う

例) 「営業プロセスとは？」という説明を先にしてから、「営業プロセスについての提案」を説明する。
そうしないと、書き手と読み手で「営業プロセス」についての解釈が異なる場合があり、混乱を招く。



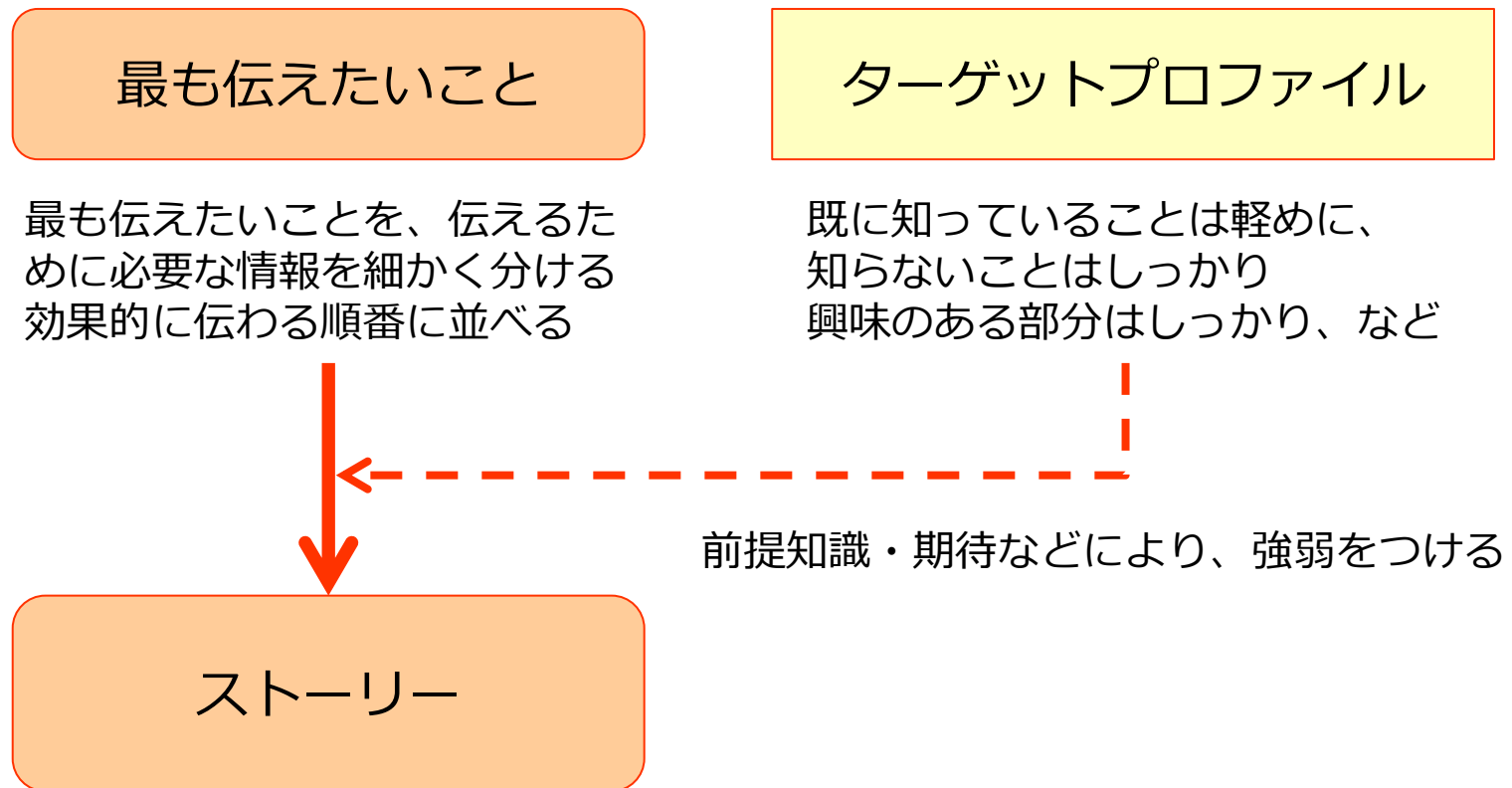
法則③ よくあるストーリーの雛型を使う

例) 目標、現状があり、その差分=課題となり、その原因を掘り下げ、それをつぶす解決策がある、というよくある流れ（原因→結果 や 過去→未来 などの、一般的な「流れ」に従うことも含む）



Step2: ストーリーの作り方

- ストーリー検討の際には、ターゲットプロファイルも考慮する。



Step2: ストーリーの作り方

- 慣れないうちは、作成中のストーリーは必ず文章にして（ストーリーリストを作成して）、文章を見ながらストーリーのつながりを検証すること。

ストーリーリスト

Agenda ①	スライド1のタイトル	スライド1のメッセージ
	スライド2のタイトル	スライド2のメッセージ
	スライド3のタイトル	スライド3のメッセージ
Agenda ②	スライド4のタイトル	スライド4のメッセージ
	スライド5のタイトル	スライド5のメッセージ
	スライド6のタイトル	スライド6のメッセージ
Agenda ③	スライド7のタイトル	スライド7のメッセージ
	スライド8のタイトル	スライド8のメッセージ

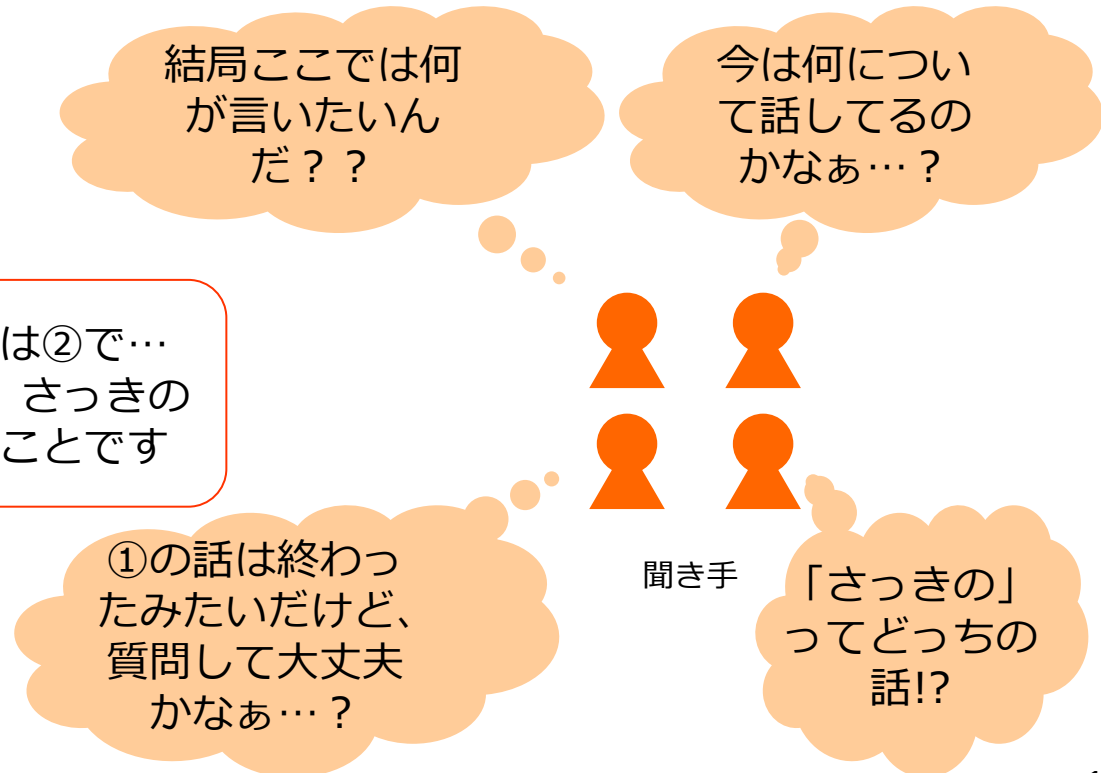
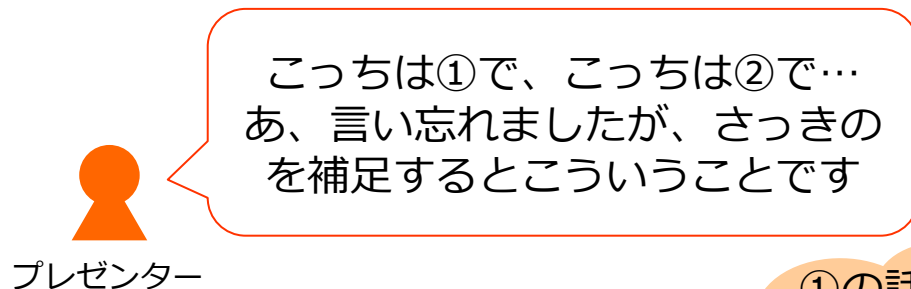
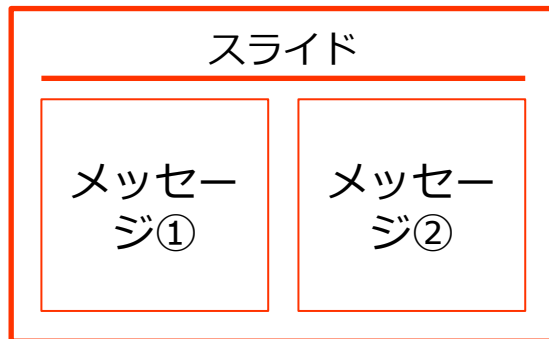
メッセージだけ読んでみて
話がつながるかを検証する
(通常は、何度もやり直す)

※パワーポイントで作成すると無駄に時間がかかる場合があるので、エクセルやメモ帳で作成した方がよい

<補足> 1スライド1メッセージの原則

- 複数のメッセージを1枚のスライドに盛り込むと、聞き手が混乱するので、1スライドには1メッセージにするよう注意する。

1スライドに複数メッセージがあると、論点がぼやけて聞き手が混乱する



第1部

1. 本プログラムのねらい
2. 分かりやすいビジネスドキュメントの条件
3. 分かりやすいビジネスドキュメントの作り方
 1. Step1.事前準備
 2. Step2.ストーリー構築

第2部

3. Step3.スライド作成

第3部

4. パワーポイントの効率的な使い方
 1. パワーポイントの機能
 2. 操作のスピードアップ
5. おわりに