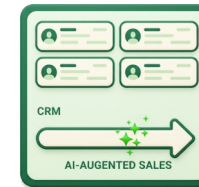


営業・販売スキル



顧客管理とAI活用営業

顧客情報管理の基本・フォローアップの重要性・アップセル・クロスセルの実践・AIを活用した営業活動の効率化を確認し、現場での進め方を整理します。

実施時間

最小: 45分～
推奨: 4時間程度

実施形式

オンライン / 対面 / ハイブリッド /
LMS / eラーニング

対象者

営業担当者 / 営業マネージャー候補

試作版です。掲載・カスタマイズに関するご相談はお気軽にどうぞ。

講座概要 / 対応可能形式

講座概要

顧客情報管理の基本・フォローアップの重要性・アップセル・クロスセルの実践・AIを活用した営業活動の効率化を確認し、現場での進め方を整理します。

対応可能形式

- オンライン
- 対面
- ハイブリッド
- LMS / eラーニング

カスタマイズ可能項目

- 対象者・階層に応じた内容調整
- 研修時間（実施時間からの拡張・短縮）
- 実施形式（オンライン / 対面 / ハイブリッド）
- 業界別ユースケースの差し替え
- 社内ルール・既存制度への反映
- 演習データ・事例の差し替え

受講環境

- オンラインツール: Zoom / Google Workspace
- PC（カメラ・マイクが利用できる環境を推奨）
- 詳細な受講環境は実案件のヒアリング後に調整します。

上記は講師として対応可能な共通条件です。講座個別の確定仕様ではなく、実案件ではヒアリング後に調整します。



カリキュラム概要

Unit 1

顧客情報管理（CRM/SFA）の基本

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

Unit 2

フォローアップの重要性

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

Unit 3

アップセル・クロスセルの実践

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

Unit 4

AIを活用した営業活動の効率化

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

本ページは各ユニットの見出しのみを掲載しています。ユニットごとの全項目は後続の「詳細カリキュラム Unit X」ページに掲載しています。実施時間・対象者・演習内容は実案件のヒアリング後に調整します。

詳細カリキュラム Unit 1

顧客情報管理（CRM/SFA）の基本

- ・ CRM/SFAとは：顧客関係をデータで管理する仕組み
- ・ CRM（Customer Relationship Management）：顧客管理
- ・ SFA（Sales Force Automation）：営業支援
- ・ 脳科学の「外部記憶」：覚えなくても大丈夫
- ・ なぜCRM/SFAが必要なのか：記憶に頼らない営業
- ・ 顧客数が増えると管理しきれない
- ・ 属人化を防ぐ：誰が見てもわかる情報共有
- ・ 心理学の「情報の透明性」：共有が組織力を高める
- ・ CRM/SFAの主な機能：顧客情報・案件管理・活動履歴
- ・ 顧客情報：企業名・担当者・連絡先・属性
- ・ 案件管理：商談進捗・受注見込み・金額
- ・ 活動履歴：訪問記録・メール履歴・電話メモ
- ・ 代表的なCRM/SFAツール：Salesforce・HubSpot・Zoho
- ・ 行動経済学の「ツール効果」：仕組みが行動を変える
- ・ 顧客情報の登録：最低限必要な項目
- ・ 基本情報・課題・予算・決裁者・競合
- ・ 商談ステージ管理：どこまで進んでいるか可視化
- ・ 初回接触→提案→見積→契約→納品
- ・ パイプライン管理：受注予測を立てる
- ・ 「今月の受注見込みは〇〇円」
- ・ 脳科学の「予測と計画」：見通しがあると安心する
- ・ 活動記録：こまめに記録する習慣
- ・ 訪問後すぐにメモ・記憶が新しいうちに
- ・ データの活用：分析して改善する
- ・ どのステージで詰まっているか・成約率はどうか
- ・ チーム共有：情報は全員の資産
- ・ 実践ワーク：CRM/SFAに顧客情報を登録してみよう

Excel「計画書ver2」G列のスライドタイトルをもとに掲載しています。実施時間・対象者・演習内容は、ヒアリング後に調整します。

詳細カリキュラム Unit 2

フォローアップの重要性

- ・ フォローアップとは：「その後」の働きかけ
- ・ なぜフォローが重要なのか：売って終わりではない
- ・ 脳科学の「接触効果」：何度も接触すると好感度が上がる
- ・ フォローアップの目的：信頼維持・課題解決・リピート
- ・ 信頼維持：「忘れていませんよ」のメッセージ
- ・ 課題解決：導入後の困りごとをサポート
- ・ リピート：次の商談につなげる
- ・ 心理学の「返報性」：気にかけてもらおうと返したくなる
- ・ フォローのタイミング：24時間・1週間・1ヶ月
- ・ 商談後24時間以内：お礼メール
- ・ 1週間後：進捗確認・追加情報提供
- ・ 1ヶ月後：近況伺い・新情報の提供
- ・ 行動経済学の「タイミング効果」：適切な間隔が鍵
- ・ フォローの方法：メール・電話・訪問・SNS
- ・ メール：気軽・記録に残る
- ・ 電話：温度感が伝わる・迅速
- ・ 訪問：最も丁寧・関係深化
- ・ SNS：カジュアル・日常的接触
- ・ 脳科学の「多様な接点」：チャンネルを変えると新鮮
- ・ お礼メールの書き方：具体的に感謝を伝える
- ・ 「〇〇のお話、大変勉強になりました」
- ・ 情報提供型フォロー：価値を届け続ける
- ・ 「こんな記事を見つけました」の共有
- ・ 季節の挨拶：年賀状・暑中見舞い
- ・ 定期的な接触で関係を保つ
- ・ しつこいフォローはNG：相手の迷惑にならない頻度
- ・ 実践ワーク：フォローアップ計画を立ててみよう

Excel「計画書ver2」G列のスライドタイトルをもとに掲載しています。実施時間・対象者・演習内容は、ヒアリング後に調整します。

詳細カリキュラム Unit 3

アップセル・クロスセルの実践

- ・ アップセル・クロスセル：既存顧客から売上を伸ばす
- ・ アップセル：より高額な商品に切り替えてもらう
- ・ クロスセル：関連商品を追加購入してもらう
- ・ 脳科学の「信頼ベース」：既存客は新規より買いやすい
- ・ なぜ既存顧客が重要なのか：1:5の法則
- ・ 新規獲得は既存維持の5倍コストがかかる
- ・ パレートの法則：売上の80%は20%の顧客から
- ・ 心理学の「既存客重視」：ロイヤルカスタマーを大切に
- ・ アップセルの例：スタンダード→プレミアムプラン
- ・ 「こちらのプランの方が御社に合っています」
- ・ クロスセルの例：PC購入→マウス・ケースも
- ・ 「こちらと一緒にいかがですか？」
- ・ 行動経済学の「バンドル効果」：セットが得に感じる
- ・ タイミングが鍵：満足度が高い時に提案
- ・ 導入後の成果が出始めた時がベスト
- ・ 課題ベースで提案：押し売りではなく解決策
- ・ 「こんな課題ありませんか？」
- ・ 脳科学の「問題認識」：気づかせることが第一歩
- ・ 成功事例を見せる：他社はこう活用している
- ・ 社会的証明：みんなが使っている安心感
- ・ お試し・トライアル：リスクを下げる
- ・ 「1ヶ月無料で試してみませんか？」
- ・ 限定オファー：既存客だけの特典
- ・ 「お得意様限定の割引です」
- ・ LTV（Life Time Value）：顧客生涯価値を最大化
- ・ 長く付き合うほど利益が増える
- ・ 実践ワーク：既存顧客にアップセル・クロスセル提案を考えよう

Excel「計画書ver2」G列のライドタイトルをもとに掲載しています。実施時間・対象者・演習内容は、ヒアリング後に調整します。

詳細カリキュラム Unit 4

AIを活用した営業活動の効率化

- ・ AI営業の時代：データとAIが営業を変える
- ・ なぜAIが営業に必要なのか：人間の限界を補う
- ・ 脳科学の「認知限界」：処理できる情報量に限界がある
- ・ AIが営業にできる5つのこと
 1. リード選定：見込み度の高い顧客を抽出
 2. 行動提案：次に何をすべきか教えてくれる
 3. 予測分析：受注確率・売上予測
 4. 文書作成：提案書・メールのドラフト
 5. 顧客分析：購買パターン・ニーズ分析
- ・ 心理学の「補完関係」：AIが苦手を補う
- ・ リード選定AI：スコアリングで優先順位づけ
- ・ 見込み度A・B・Cにランク分け
- ・ 行動提案AI：「今日は〇〇に連絡しましょう」
- ・ フォローのタイミングを教えてくれる
- ・ 行動経済学の「ナッジ」：さりげなく行動を促す
- ・ 予測分析：過去データから未来を予測
- ・ 「この案件の受注確率は70%です」
- ・ チャットボット：24時間対応の営業アシスタント
- ・ 簡単な質問に自動回答・リードを獲得
- ・ 脳科学の「即時性」：すぐ返事が来ると満足度が高い
- ・ メール自動化：パーソナライズされた一斉送信
- ・ AIが顧客ごとに内容をカスタマイズ
- ・ 音声認識AI：商談を自動で議事録化
- ・ Gong・Chorus・Clari
- ・ AIツールの紹介：Salesforce Einstein・HubSpot AI
- ・ AIの限界：最終判断は人間・倫理的配慮
- ・ AIを盲信しない・人間の直感も大切
- ・ 実践ワーク：AIツールを使って営業活動を効率化してみよう

Excel「計画書ver2」G列のスライドタイトルをもとに掲載しています。実施時間・対象者・演習内容は、ヒアリング後に調整します。

ユニット一覧

UNIT 1 顧客情報管理（CRM/SFA）の基本

- CRM/SFAとは：顧客関係をデータで管理する仕組み
- 行動経済学の「ツール効果」：仕組みが行動を変える
- チーム共有：情報は全員の資産

UNIT 2 フォローアップの重要性

- フォローアップとは：「その後」の働きかけ
- フォローの方法：メール・電話・訪問・SNS
- しつこいフォローはNG：相手の迷惑にならない頻度

UNIT 3 アップセル・クロスセルの実践

- アップセル・クロスセル：既存顧客から売上を伸ばす
- タイミングが鍵：満足度が高い時に提案
- 長く付き合うほど利益が増える

UNIT 4 AIを活用した営業活動の効率化

- AI営業の時代：データとAIが営業を変える
- 行動経済学の「ナッジ」：さりげなく行動を促す
- AIを盲信しない・人間の直感も大切



研修スタイル / 講師 / 相談

講師として対応可能な範囲

実施形式: オンライン / 対面 / ハイブリッド / LMS / eラーニング 最小実施: 45分～（要点を絞った導入構成） 推奨実施: 4時間程度（1ユニット1時間目安／詳細カリキュラム・演習を含む構成）（カスタマイズ相談例）・ 対象者・階層に応じた内容調整・ 研修時間（実施時間からの拡張・短縮）・ 実施形式（オンライン / 対面 / ハイブリッド）・ 業界別ユースケースの差し替え・ 社内ルール・既存制度への反映・ 演習データ・事例の差し替え（実施前ヒアリングで調整する項目）・ 対象者の階層／前提知識・ 受講環境・ 配信ツール・ 演習データ・ 社内固有事例の差し替え※ 本資料はカリキュラム設計例です。最小実施では要点を絞って扱い、詳細カリキュラム・演習を含む場合は、1ユニット1時間を目安に、対象者・目的・実施形式に応じて時間配分を調整します。

講師プロフィール

氏名: 準備中 経歴サマリ: 準備中 強み: 準備中 登壇可能講座: 52 件 / 13 カテゴリ

この講座をベースに、貴社向けカスタマイズをご相談いただけます。

お問い合わせ／カスタマイズ相談はサイトのお問い合わせ欄からご連絡ください。