

今日から使える営業ヒアリングシート付き！

ヒアリングで押えておくべき データ活用について

 DPS for Sales



本書の概要

本ホワイトペーパーでは、営業活動における「ヒアリング」にフォーカスし、ヒアリングのスキルアップのために今日から使える営業ヒアリングシートを用意しています。

営業担当者は商品の優れた点を売っていくのではなく、お客様の事業や商品を深く理解し、問題の解決に真剣に向き合うことで相手の本音を引き出すことに繋がります。これを踏まえたヒアリングのスキルアップのためのポイントを解説します。



本書の概要



営業ヒアリングシートについて



営業ヒアリングの流れ



ヒアリングシートの活用のコツ



ヒアリングシートの項目紹介



顧客情報の活用を最大化するためのSFAについて



まとめ

営業ヒアリングシートについて

営業ヒアリングシートは、顧客とのコミュニケーションを深め、顧客の本当のニーズを引き出す一つのツールとして営業担当者にとっては非常に重要です。また、現代では様々な製品・サービスが誕生しており顧客の期待値が高い傾向にあります。営業担当者が顧客のニーズを正確に理解し、適切な提案を行うためには、効果的な事前準備が欠かせません。

ヒアリングシートを効果的に活用するため、まずは事前準備が必要なポイントを整理します。

事前準備の必要性とメリット

①顧客との信頼関係が築きやすい

事前準備は、顧客との信頼関係を築く第一歩です。真剣に向き合ってくれる姿勢に好感を持つきっかけになり、その後のコミュニケーションも取りやすくなります。

②効率的なコミュニケーションがとれる

事前に顧客の背景やニーズを把握していれば、会話はより効果的で具体的になります。営業担当者は的確な質問を投げかけ、顧客の真の要望を引き出すことにつながります。

③問題が生じた際の解決対応が早くなる

事前の情報収集により、顧客の問題やニーズに迅速に対応できます。濃厚なコミュニケーションがとれるほか、顧客満足度を向上させ、競合他社との差別化を図るポイントにもなります。



営業ヒアリングシート

ダウンロードURL



営業ヒアリングの流れ

ここまで伝えたように、ヒアリングシートを最大限に活用するためには事前準備が大事です。
このページでは、事前準備をしたうえで、いざヒアリングをするとなった際の方法について解説します。

★営業ヒアリングの基本的な手法と流れ

①準備

事前に顧客の背景や業界動向について調査し、ヒアリングの方針を立てます。

②接触と挨拶

丁寧な挨拶と信頼感を伝えることで、初めての接触での印象を良くします。

③オープンエンド型質問

顧客に自由に話す機会を提供するために、オープンエンド型質問（どのように、なぜ、といった質問）を使って会話を始めます。

④アクティブリスニング

「傾聴姿勢」と言われるコミュニケーション技法の一つで、顧客が話す際、注意深く耳を傾け、非言語コミュニケーションも含めて会話をします。

⑤追加質問

顧客の話から得た情報に基づいて、具体的な追加質問を投げかけ、深く掘り下げます。

⑥要約と確認

顧客の話を要約し、自分の理解を確認します。これにより、誤解を避け、顧客が提供した情報を正確に理解します。

⑦提案とアクション

顧客のニーズと課題を元に、適切な提案を行います。また、具体的なアクションプランを共有し、次のステップに進みます。

営業ヒアリングの流れ

★顧客のニーズを把握するための3つのテクニック



情報の掘り下げ

顧客の回答から得た情報を掘り下げ、深層心理や本当のニーズを理解します。



非言語コミュニケーションの読み取り

声のトーンや表情、ジェスチャーなどの非言語コミュニケーションから顧客の感情や態度を読み取ります。



共感

顧客の立場に立って共感し、顧客が抱える問題や課題を把握します。

ヒアリングシートの活用のコツ

効果的な営業ヒアリングをすることで、顧客との信頼感を築くことができます。ヒアリングシートに記入するための情報を厚みのある内容にするためにも、顧客の情報をたくさん引き出すことが重要です。ここでは、信頼関係につなげるための、ヒアリングシートを最大限に活用するためのコツについて解説します。

1. 質問の鋭さ/具体性



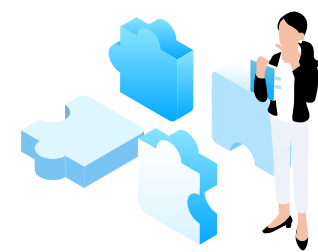
曖昧な質問ではなく、本心を引き出す具体的な質問を設計します。顧客のニーズや課題を追求することで、真の要望を明らかにできます。具体的な質問は、顧客との深い対話を促し尊重して企業理解を深めることが可能です。

2. アクティブリスニングと非言語コミュニケーション



言葉だけでなく、顧客のトーン/表情/ジェスチャーなどの非言語コミュニケーションを注視しましょう。アクティブリスニングと非言語コミュニケーションは顧客の真の意図や感情を把握するためのポイントです。また、顧客の気持ちを正確に読み取ることで期待値のすり合わせができ、信頼関係が築きやすくなります。

3. 提案のカスタマイズと継続的なフォローアップ



ヒアリングで得た情報を基に、顧客に最適な提案をカスタマイズします。顧客が提案やサービスが自分たちのニーズにフィットしていると感じたとき、信頼関係は一段と強まることがあります。そして定期的なフォローアップをすることにより、顧客のニーズを把握し、持続的な価値を提供する姿勢を示すことができます。

ヒアリングシートの項目紹介

1. 会社情報

詳細説明: 顧客企業についての基本情報を収集。業種、規模、事業内容など。
記入効果: 顧客のビジネス環境や市場ポジションを理解し、提案を顧客のニーズに合わせてカスタマイズできる。

2. サービス検討の目的

詳細説明: 顧客が抱える課題やニーズを具体的に洗い出し、現状の問題点を明らかにする。顧客が期待する解決策やサービスについて明確にする。
記入効果: 顧客の期待に応える提案を作成し、顧客の信頼を築く基盤を構築する。

3. 予算

詳細説明: 顧客が予算にどのような制約を持っているかを明らかにする。
記入効果: 顧客の制約内での提案を行い、現実的かつ実行可能なソリューションを提供する。

4. 導入時期

詳細説明: 顧客が納期にどのような制約を持っているかを明らかにする。
記入効果: 顧客の制約内での提案を行い、現実的かつ実行可能なソリューションを提供する。

5. 意思決定プロセス

詳細説明: 購買意思決定に関与する人物やプロセスを把握する。
記入効果: 意思決定プロセスを理解し、適切なタイミングで適切な情報を提供することで、スムーズな契約締結に繋げる。

6. 競合他社との比較、選定基準

詳細説明: 顧客が競合他社と比較してどのような点を重視しているかを把握する。
記入効果: 競合他社に対する優位性を強調し、顧客の選定基準に合致する提案を行う。

顧客情報の活用を 最大化するためのSFAについて

営業ヒアリングシートの限界を感じた際にはSFAの導入が有効です。

以下は、営業活動における顧客情報管理の問題点と、それらを解決するためにSFAを導入する利点についてまとめています。

1. 問題点: 情報の散在と不統一

SFAで解決できること

SFAは、顧客情報を一元管理し、顧客情報が社内に散在する問題を解決することができます。すべての情報が統一されたデータベースに集約され、共通のデータを確認する事ができます。

2. 問題点: 正確な情報がわからない、更新状況が不明

SFAで解決できること

SFAは記入した情報がリアルタイムで更新され、どの情報が最新であるかを確認する事もできます。営業担当者は常に最新の顧客情報にアクセス可能で、正確な情報のもと顧客との商談を行うことができます。

3. 問題点: フォーマットの統一性の確保

SFAで解決できること

SFAは特定のフォーマットに基づいて情報を収集し、統一性を保っています。誰かがフォーマットを変更してしまう心配がなく、データの整合性が維持されます。

4. 問題点: 個々の営業ごとに情報が分散管理される

SFAで解決できること

SFAは統一されたプラットフォーム上で情報を共有することで、個々の営業担当者が持つ情報が一元化され、情報収集が効率化されます。チーム全体での情報共有が可能となり、顧客へのサービス提供の向上につながります。

まとめ

このホワイトペーパーでは、営業活動における「ヒアリング」に焦点を当てました。

このあとのページで用意している営業ヒアリングシートは、顧客との対話を通じて役立つ情報を収集し、顧客のニーズを把握するための強力なツールです。具体的かつ鋭い質問、アクティブリスニング、非言語コミュニケーションの理解などを通して顧客の本当に抱えている悩み、問題を引き出しやすくします。これらの情報をもとに、顧客の期待に応え信頼関係を築くことに繋がっていきます。

ただし、営業ヒアリングシートには限界も存在します。データの散在、更新状況の把握、情報の統一性など、効率的な情報管理において課題が生じます。このような問題を解決するためには「SFA」の活用をおすすめします。顧客情報を一元管理し、最新の情報をリアルタイムで提供することができ、効率的な営業活動を促進します。

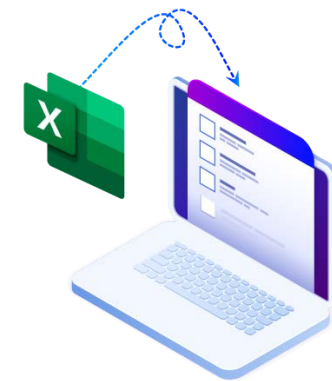
営業ヒアリングシートとSFAを組み合わせることで、最新の情報をもとに商談やコミュニケーションをとることができます。営業活動の効率化と顧客満足度の向上を図るためには、これらのツールの活用をしてみてください。

サービス概要

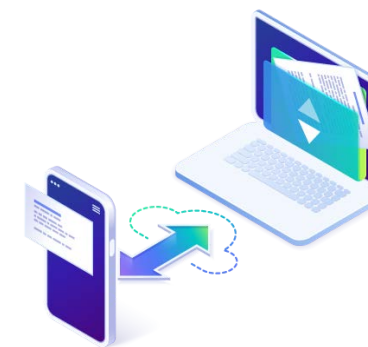
DPS for Salesとは？

豊富な業務ノウハウを蓄積し、開発された最先端の営業支援ツール
これまでのSFAが持つ課題だった使いにくさや不便さを解決した上でSFA導入の本来の目的を達成します。

3つの特長



Excel資産を最大活用
オリジナルな帳票がSFAとつながる



名刺情報を有効活用
これまでの営業活動が見える



SFAの定着化を促進
シンプルで直感的な操作が可能

Excel資産を最大活用

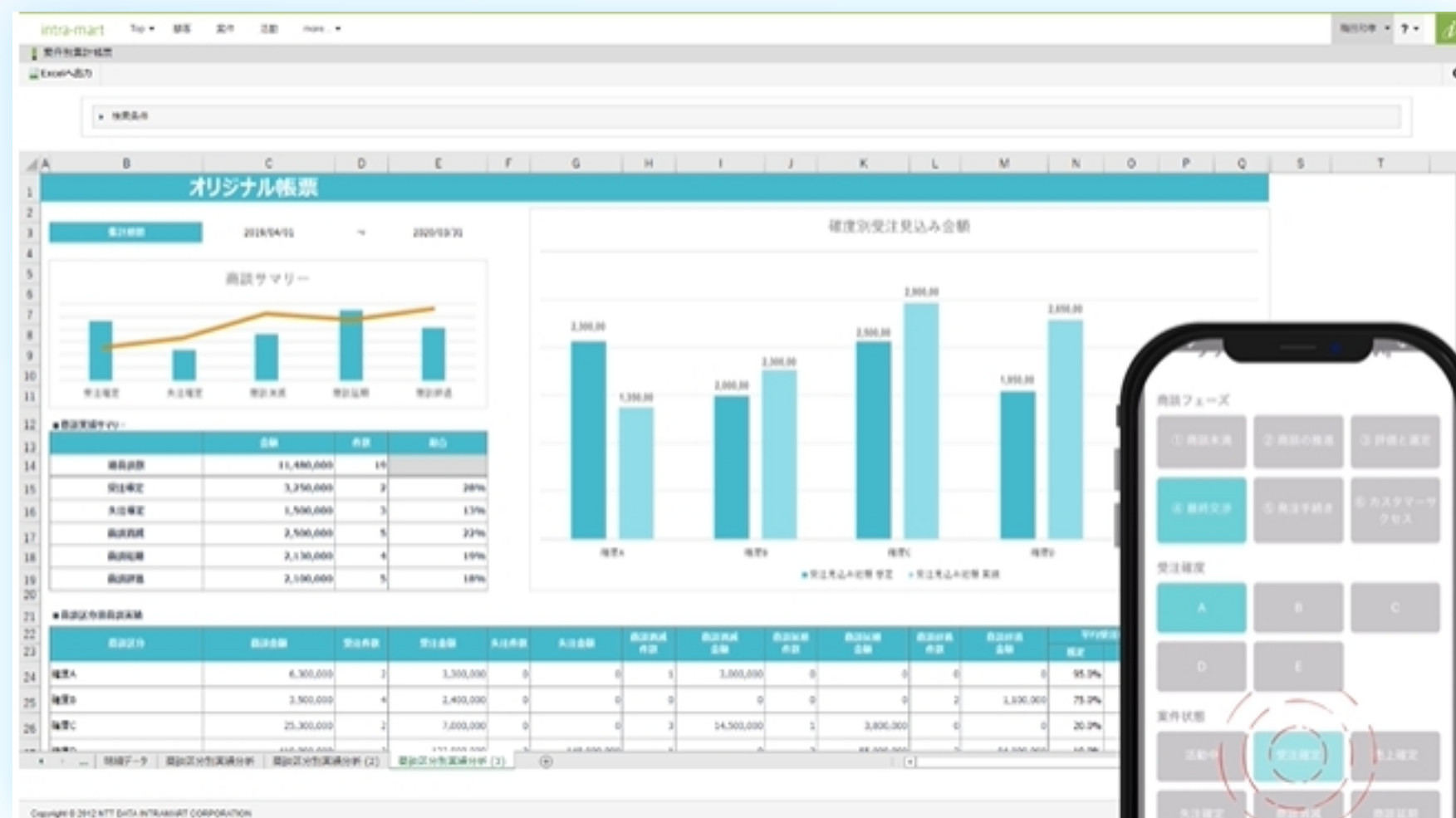
オリジナルの帳票がSFAとつながる

DPS for SalesはExcelで作成した帳票をいくつも登録することができます。SFA上で入力した値とExcelのセルを紐づけておけば入力された値がリアルタイムに反映され、ノンプログラミングでオリジナルの帳票をSFA上に再現できます。

登録から活用までの3ステップ

- 1 DPS for Salesが定義するExcelのデータシートから必要なデータをExcel関数を利用して集計。
- 2 Excelで作成したオリジナル帳票をSFAに登録。
- 3 登録したオリジナル帳票をDPS for Salesの専用画面から呼び出し。

3ステップでDPS for Sales上で自社のExcelをすぐに活用することができます。帳票は直接データベースの値を参照しているため、営業が日報に登録した数字がリアルタイムに反映されます。



名刺情報を有効活用

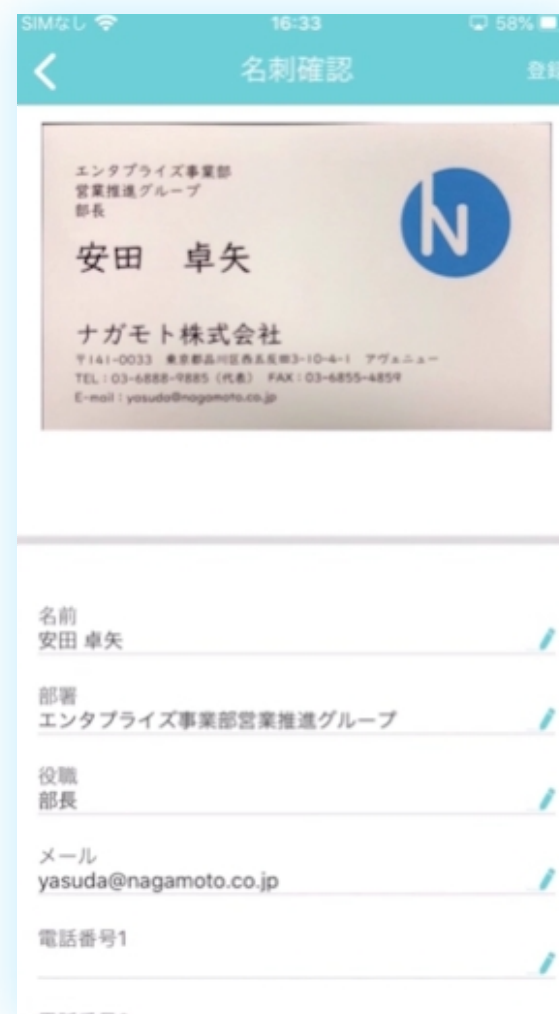
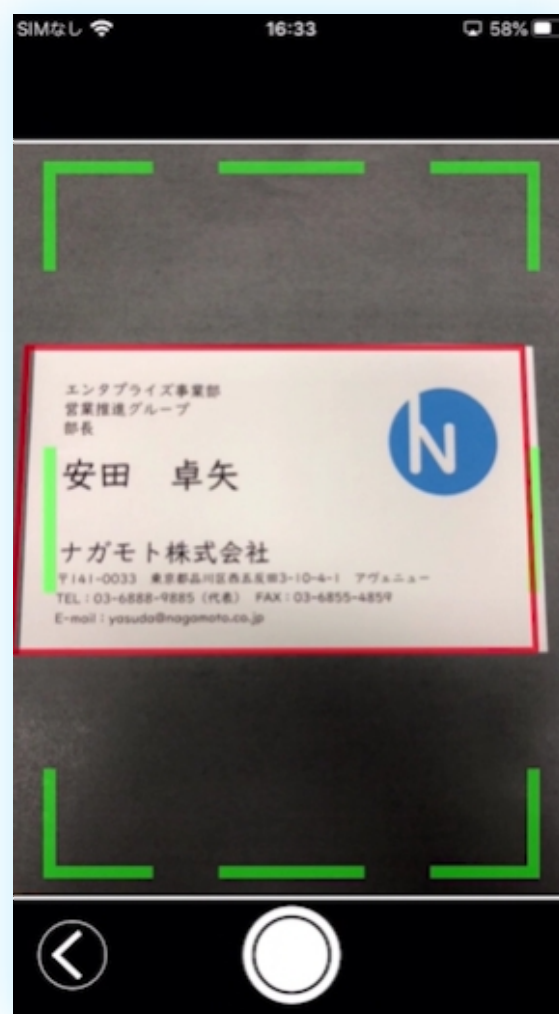
これまでの営業活動が見える

DPS for Salesはスキャナ・スマホで取り込んだ名刺情報と日々の営業活動を紐づけて管理することができます。これまでに会った回数や会った時の商談内容まで、ボタンひとつで簡単に振り返ることができます。

登録から活用までの3ステップ

- 1 DPS for Salesのモバイルアプリから名刺をカメラ撮影。
- 2 OCRにより、即座に名刺データへと変換。
- 3 顧客に対する営業活動と紐づけて管理。

名刺機能はただ情報を登録するだけでなく、名刺交換者や会った回数からどんな人とやりとりをしたかを把握できます。これまでに会った回数や活動内容まで、ボタンひとつで簡単に振り返ることができます。



SFAの定着化を促進

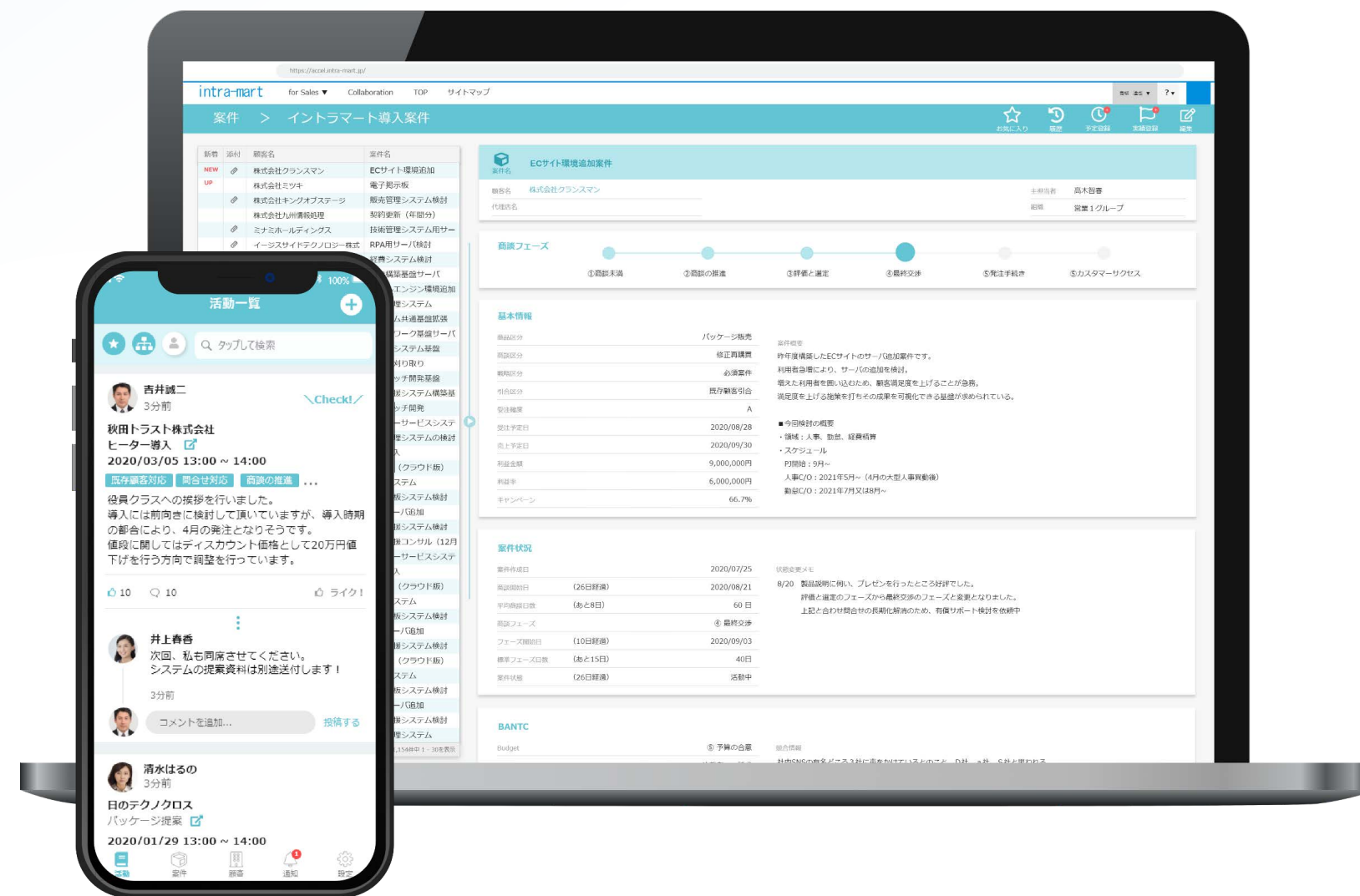
シンプルで直感的な操作性

どんなユーザーもマニュアルいらずで直感的に使いこなすことができる操作画面です。効率化のメリットを感じられるため、スムーズにSFAの運用を始められます。

DPS for SalesのUI/UXの3つの特長

- 1つの画面から必要な情報をすぐにお届け。
- ノンプログラミングで自社の呼び名にあった項目名に変更。
- SNS感覚で使える専用モバイルアプリケーション。

使いやすさを徹底的に追求したユーザーインターフェイスと圧倒的なカスタマイズ性の高さで営業組織におけるSFA活用を強力にサポートします。



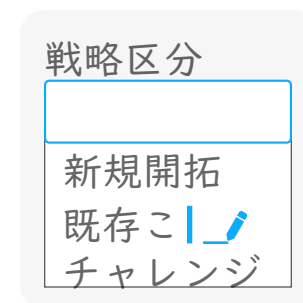
機能一覧

DPS for Salesは営業の武器となる豊富な機能をご提供しています。



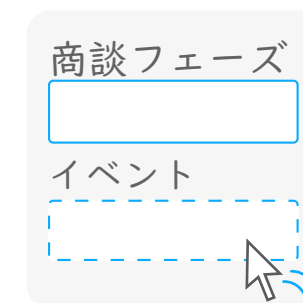
ラベル名編集

DPS for Salesであらかじめ設定されたラベル名称を編集することができます。[案件]を[商談]に変更したりと、自社独自の呼び方に編集することができます。



選択項目内の編集

リスト内項目を自由に編集することができます。日報や案件などの定量化したい情報を編集することで社内にデータを蓄積することができます。



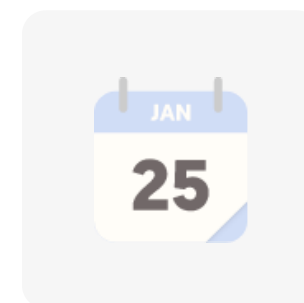
項目の追加

DPS for Salesの初期項目以外に項目をノンプログラミングでカスタマイズすることができます。カスタマイズ項目はオリジナル帳票にも反映されます。



ポータル

ポータルには、受注・売上見込のダイジェストや要注意案件リスト、活動報告のお知らせ、週間スケジュールなど様々な情報を表示させることが可能です。表示する情報は自由にカスタマイズが可能です。



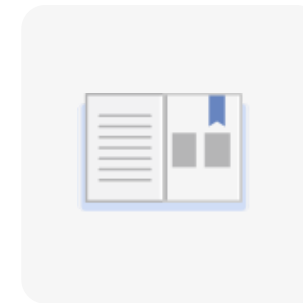
スケジュール管理

DPS for Salesで作成された活動予定やToDoの管理だけでなく、会議やイベントなど全てのスケジュール管理が可能です。スケジュールは外部のカレンダー機能と連携することもできます。



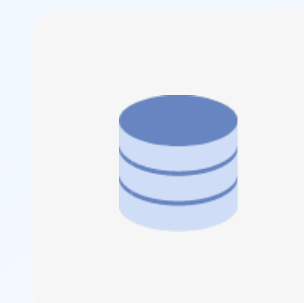
タイムライン

タイムラインにはリアルタイムに活動状況が配信され、全てのユーザーがコメントの投稿やライク！の投稿を行うことができます。ユーザーはSNSのような感覚でコミュニケーションを取り合うことが可能です。



ドキュメント

提案書や契約書などのドキュメントをクラウド上で管理できます。ドキュメントを格納するフォルダは権限管理により公開範囲を柔軟に設定できます。ドキュメントにはモバイルからのアクセスも可能です。



外部サービス連携

取引先情報や商品情報、案件情報などをCSVファイルで基幹システムと連携することが可能です。提供形態によっては、MAシステム連携や既存名刺管理システム連携など様々な外部連携が可能です。

料金・プラン

お客様の導入目的に合わせた3種類の提供方法

SaaS (Accel-Mart Quick)		プライベートクラウド ※1		オンプレミス ※2	
					
こんな方にオススメ		こんな方にオススメ		こんな方にオススメ	
<ul style="list-style-type: none">早く、安く、手軽に使いたいSaaSで運用したい		<ul style="list-style-type: none">カスタマイズして使いたいインフラ運用はお任せしたい		<ul style="list-style-type: none">カスタマイズして使いたい自社でインフラ運用をしたい	
価格	¥300,000～	価格	個別見積もり	価格	個別見積もり
契約形態	月額利用料	契約形態	月額利用料	契約形態	要お問い合わせ
コスト	◎	コスト	△	コスト	△
導入期間	◎	導入期間	○	導入期間	△
カスタマイズ	△	カスタマイズ	◎	カスタマイズ	◎
外部サービス連携	△	外部サービス連携	◎	外部サービス連携	◎

※1
プライベートクラウドでのご利用を選択される場合は 別途Accel-Martのご契約が必要となります。詳細はお問い合わせください。

※2
オンプレミスでのご利用を選択される場合は別途intra-mart Accel Platformのご購入が必要となります。 オンプレミスでのご利用は必ずライセンス保守契約が必要となります。 詳細はお問い合わせください。

ご契約までの流れ

SFAの導入を検討されている方向けのサポートをご用意しております。

01

無料オンラインデモ

無料デモのご相談は下記のURLよりお申し込みください。

02

お見積り

ご利用目的、用途、ご要望を電話、ウェブ会議または訪問時にお伺いし、最適なプランをご提案。

03

ご契約

申込プラン、ユーザー数などを記載しました専用の申込書をご記入いただきます。

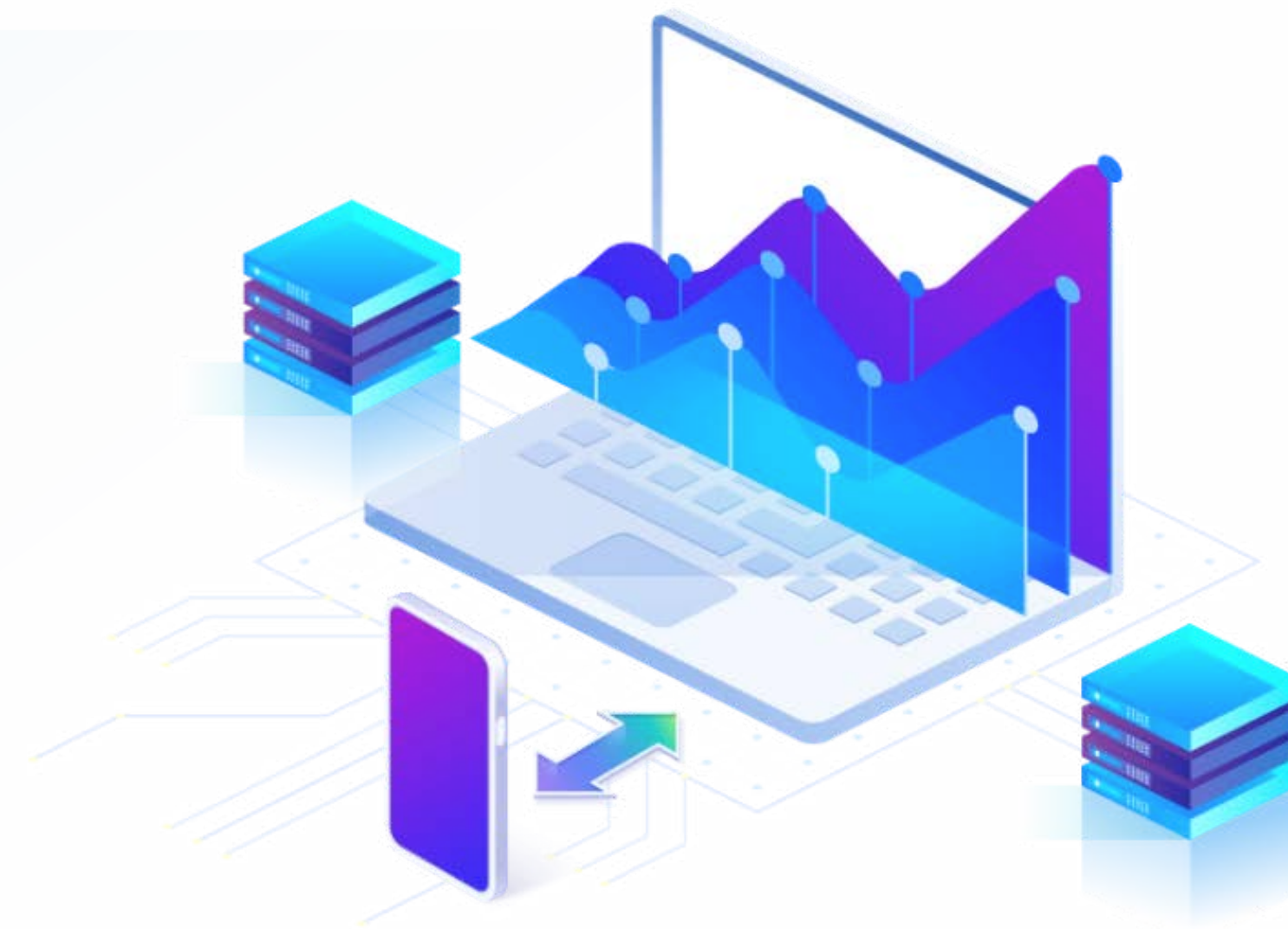
04

利用開始

もっと使いこなしたい場合のサポートも充実しています。

今すぐ無料でお試しいただけます。

<https://dps.intra-mart.jp/forsales/trial.html>



まずはお気軽にお問い合わせください。

弊社担当がお客様にあったプランをご紹介します。

<https://dps.intra-mart.jp/forsales/>

今すぐ無料でお試しいただけます。

<https://dps.intra-mart.jp/forsales/trial.html>