

残念な営業、 AIが見抜く

掲載企業一覧

利用シーン 業界	研修利用	月次利用	本番利用	ソリューション化
	既存の研修に導入することで、指導の方向性がはっきりし、指導ブレがなくなりより効率的に改善把握が可能です。	毎月の成績振り返り等のタイミングで営業トークの分析結果を振り返ることで、定点観測・毎月の改善を促します。	実商談などを分析し、フィードバックすることで成約率アップに活用いただいております。	エンドクライアント向けに、自社のソリューションとしてコグニティの技術を利用頂いております。
メーカー		P.2  理工協産株式会社		
製薬		P.3 外資系製薬メーカー		
人材派遣			P.4  P.5 	
金融	P.6  伊予銀行 P.7  MIZUHO			
コンサル			P.9 	

理工協産株式会社様 導入事例

導入部署名：営業本部

営業
教育

コール
センター

採用

OEM



OJTに代わる手法として 数ヶ月～1年タームで実施したい

Q.「リモトレAI」を導入いただいた背景を教えてください

営業教育はOJTのみ、営業トークのトレーニングは実施していなかった

弊社は、食品製造の現場に必要な洗浄・除菌関連の業務用製品の製造販売や、衛生環境管理など、洗浄に関して一貫した業務展開を行っています。ルート営業が多く、商談シーンでは食品工場に対して洗剤の成分や効果などの分析内容を伝えます。高い専門性はもちろんのこと、課題掌握力や深い考察力、具体的な提案力など高度なコミュニケーション能力が求められます。従来の営業研修は特別なトレーニングは行わず、OJTのみでした。しかし、新型コロナウイルス感染拡大の影響でそれが難しくなり「リモトレAI」の導入を決めました。

Q.「リモトレAI」を活用してどのような効果がありましたか？

一度の指導で4分の1のメンバーのトークが改善



受講してもらう営業担当者として、全国の5拠点から営業経験3年目までの12人を抽出。模範トークには課長2人のトークを使いました。日頃指導している支店長にも加わってもらい、WEB会議でフィードバックを実施しました。5月と6月で2回実施した結果、4分の1のメンバーはトークの改善が見られ、営業経験が長い人ほど早く改善される傾向が判明しました。

具体的には意識するだけで根拠の説明が2割増加、指示語が4割減少、「えー」「あー」などのフィラーが最も多かった人で90%減少しました。また「結論を意識してシンプルに伝える重要性」「顧客の行動につなげる質問の存在」がわかったことから、商談準備シートを作成し自分でトーク構成を考えるよう指導しました。一言一句逃さず文字起こしされているので指導者・受講者の双方が納得感を持って欠点を意識することができ、改善点が明確になりました。試しやすい金額だったこともよかったです。

Q.「リモトレAI」を今後どのように活用していく予定ですか？

トレーニングとして定期的に利用し、オンライン商談のフィードバックにも活用

商談内容を検証するには、商談の録画を見てチェックする方法では時間がかかりますし、トークの文字起こしをするだけでも大変です。リモトレAIなら一人ひとり個別の客観的なレポートで各自確認することができますし、指導側にも全員分が比較できるサマリーレポートもあるので効率が良く、指導の手応えを実感しています。今後は「実商談バージョン」「リモトレAI受講済み」の2つのポイントからチェックする予定で、数ヶ月～1年などのタームで実施できればと考えています。オンライン商談の診断ができる「テレ検」を利用して実商談のフィードバックも実施したいと検討しています。

外資系製薬企業 A社様 導入事例

導入部署名：教育研修室

営業
教育

コール
センター

採用

OEM

MRの営業力を客観的に評価して 指導していきたい



Q. 「UpSighter」を導入いただいた背景を教えてください

MR一人ひとりの課題に合わせた教育・指導を実施したい

MRによる営業では、疾患領域によってご提案する医薬品やお客様が異なります。そのため、疾患領域ごとに理想的な営業トークも異なります。このような複雑な商材を取り扱う中で、MRの営業力の評価方法や、営業トークの指導方法を検討していました。商材別などでトークモデルを作り分けて傾向を分析できる点、一人ひとり専用のレポートを作成して自分の課題がどこにあるのかピンポイントでフィードバックすることができる点に魅力を感じ、「UpSighter」の導入を決めました。

Q. 「UpSighter」をどのようにご活用いただいていますか

疾患領域別に営業トークをモデル化して傾向を分析、 研修会では一人ひとりにレポートを還元

まずは疾患領域別に営業トークのモデルをつくることにしました。初めにオンコロジー（癌領域）における医薬品販売時の営業トークを分析対象にしました。研修会で実施している、本物のドクターを相手にしたロールプレイを録音して「UpSighter」で分析し、MR一人ひとりに還元するレポートを作成しました。レポートは営業所長を通して還元し、フィードバックを実施しています。



Q. 「UpSighter」を今後どのように活用していく予定ですか？

上司は部下の課題を網羅的に把握し、説得力のある指導ができるように

営業所長からは、トーク全体や改善ポイントが文字で示されており、網羅的に確認することができるので、より説得力のある指導ができるようになったとの声が上がっています。ただし、レポートをただMRに渡すだけでは機械的なフィードバックになってしまいます。AIによる分析結果を参考にして、指導者がより一人ひとりに合った丁寧なフィードバックを実施することが大切だと考えています。

直近ではオンコロジー（癌領域）の他、2つの領域についてもモデル化を進める予定です。今後さらにモデル化する疾患領域を広げていきたいと考えております。

ディップ株式会社様 導入事例

導入部署名：インサイドセールス部

営業
教育

コール
センター

採用

OEM

インサイドセールスのトークを 定量的に分析して客観的に把握



Labor force solution company

Q.「UpSighter」を導入いただいた背景を教えてください

インバウンドセールスチームのトークをAIで分析してみたい

弊社では『バイトル』『はたらこねっと』といった求人広告事業と業務自動化をテーマにしたRPA事業を中心に展開しています。弊社で求人広告の営業をしているインバウンドセールスチームの指導は、先輩から新人へのロープレが中心。先輩の主観をベースにフィードバックしており、指導にばらつきが出ることもありましたので、営業トークを定量的に分析できるツールを探していました。そんな折、AI専門メディア『AINOW（エーアイナウ）』の取材で「UpSighter」を知ったのをきっかけに、トークを見える化してみることにしました。

Q.「UpSighter」でどのようなことがわかりましたか？

「良いトーク」の傾向が、これまでの直感とは真逆だった

求人広告売上の成績順に上位から下位まで10人分のトークを録音し、トップ・ミドル・ボトム、といったレベルの各層を分析しました。それによって判明したのは、上位になればなるほど客観的な情報が少なく、かつ「なぜ提案するのか」「～べき」といった主観的な理由が多い点、さらに具体的説明が少ないという点でした。直感からすれば客観的根拠を話す方がいい、丁寧に話した方がいいと思いがちだったのですが、結果は逆。上位成績者は「細かいことを言わずに自分の思いをきちんと伝えている」と分かっていたのは、とても有益でした。今まではフィードバックの仕方が人によって違うという課題がありました。「UpSighter」を使うと改善点が数値で示され、しかも成績上位者と比較したというエビデンスがあるので、客観的で説得力のある指導ができるようになりました。また、現場からも納得感がある、という声があがっています。



Q.「UpSighter」を今後どのように活用していく予定ですか？

新人研修に導入して説得力のある指導を行い、トークを標準化したい

新人研修用に導入を検討しています。研修の課題は、教える人によって新人の伸び方やトークの覚え方が違うという点です。指導はロープレをベースに新人にトークを覚えてもらいますが、トークのスクリプトを全部覚えさせる人もいれば、独自に変えて指導する人もいます。また、フィードバックに関しても、別の指導者が自分の主観を通してフィードバックしていますので、偏りが出てしまいがちです。望ましいのは、全員が同じトークを一通りできるようにすること、過去のベストなトークと比較できるなど、説得力のある指導が行えるようになること。「UpSighter」を使えばそれが可能になると期待しています。

パーソルテンプスタッフ株式会社様 導入事例

導入部署名：イノベーション推進部

営業
教育

コール
センター

採用

OEM

複雑なトークの傾向を 定量的に示したい



Q.「UpSighter」を導入いただいた背景を教えてください

「企業からの求人条件」×「スタッフの希望条件」、トークの組み合わせは様々

弊社コーディネーターは、企業からの求人条件に合った派遣スタッフを探し、電話で仕事内容などについてご紹介することで、企業と派遣スタッフのマッチングを実施しています。企業側の求人条件も、仕事を探している登録スタッフ（以下、スタッフ）からの希望条件も様々なので、マッチングではそれらを考慮するのはもちろん、条件の背景にある意図や目的を考えながら進める必要があります。多くのマッチングを成功させているコーディネーターは、表面化した条件だけでなく、過去の就業履歴や会話から、見えない希望をくみ取り、仕事紹介をしている、とは感じていたものの、定量的な分析はできていませんでした。そこで「UpSighter」を使って傾向分析をすることに決めました。

Q.「UpSighter」でどのようなことがわかりましたか？

どのような情報をどれくらい伝えているのか、定量的に把握することができる

社内研修用にコーディネーターが仕事紹介をしている会話を録音し「UpSighter」で傾向を比較・分析しました。その結果、信頼関係を築き、多くのスタッフを就業へと導いているコーディネーターは、就業条件の中でもスタッフが重視している条件を正しく把握し、「深掘りして説明」していたり、前職と類似しているなどといった「提案の理由」を多く説明していることがわかりました。分析により、コーディネーターがどのような情報を、どれくらい伝えているのか、傾向を定量的に把握することができ、モデルトークのマニュアル・スクリプトを作成することができました。



Q.「UpSighter」を今後どのように活用していく予定ですか？

「定量的な指導」と「定性的な指導」の組み合わせでスタッフを支援

今後はモデルトークと自身の会話を比較したレポートを、コーディネーターに対して定期的に還元していく予定です。管理者がコーディネーターと面談する際には、会話の中で過剰または不足している情報はないか、といったレポートを使った「定量的な指導」と、実際の録音データを聞きながら管理者の経験を元に話法をアドバイスする「定性的な指導」を組み合わせ、ひとりでも多くのスタッフの就業を支援し、企業のニーズに応えるとともに、パーソルグループが掲げる「はたらいて、笑おう。」の実現を目指したいと考えています。

株式会社伊予銀行様 導入事例

導入部署名：コンサルティング営業部

営業
教育

コール
センター

採用

OEM

本部臨店班の指導を均一化 経験値に頼らない育成をしたい



Q.「UpSighter」を導入いただいた背景を教えてください

本部臨店班による指導水準を均一化したい

当行は、デジタルと人が融合してお客さまへ付加価値の高いサービスを提供するDHD（デジタル・ヒューマン・デジタル）バンクの実現に取り組んでいます。地銀最多の13都道府県に店舗を有し、指導経験や支店の場所に左右されない研修体制の整備が課題でしたが、新型コロナウイルスの影響でさらに必要性が高まりました。「UpSighter」は、遠方の支店に対しても分析やフィードバックができる点に加え、定量化が難しかったお客さまとのコミュニケーションをAIが分析し、傾向や改善点が分かる点で有効と考え、導入を決めました。

Q.「UpSighter」をを活用してどのような効果がありましたか？

模範社員・若手社員どちらも客観根拠を伝えられていなかった

販売額の実績が高く、お客さまへ日頃から丁寧にアプローチしている模範社員6名と、模範社員と同じ支店の若手社員6名のロールプレイを比較して傾向分析。結果、成績上位者はお客様の話量がやや多い傾向があり、“聞く姿勢”になっていることや、模範社員は主観的根拠が少なく、若手社員は多いことが判明しました。客観的根拠については模範社員も若手社員も少ないことがわかり、模範社員も含め当行全体の課題ということに気がつくしました。

Q.「UpSighter」をどのように活用していますか？

今後さらに活躍が期待される入行3年目の時期、今までの営業話法の振り返りに

次のステップに進んでさらにお客さまへの価値提供力のレベルアップが必要である入行3年目の行員、50店舗弱の支店の約80名全員の指導に「UpSighter」を活用しています。具体的には臨店班がお客さま役となってロールプレイを実施した音声を録音し、レポートを活用してフィードバックを実施。窓口に来店された個人のお客さまに対する初回面談を想定して、ヒアリングを実施し、次回のアポイント獲得を行うまでのロールプレイを実施しています。

Q.レポートを使った指導はいかがですか？

数値やグラフの見える化で、指導側も指導を受ける側も満足

指導側からは「繰り返し説明が多い」「指示語が多い」など、模範社員と比べたレポートで網羅的に確認することで、従来比較できなかった客観情報も確認でき、差異が見える化され気づかされた点がありました。指導を受ける側からも、トークバランスやロジック回数が数値化されて表現されている点が説得力があるなど好評でした。近いうちに2回目のトーク解析を実施し、1回目に比べてどこがどのように改善したかを確認する予定です。

株式会社みずほ銀行様 導入事例

導入部署名：グローバルキャリア戦略部

営業
教育

コール
センター

採用

OEM

偏りがない指導で 営業スキルを向上させたい



Q.「UpSighter」を導入いただいた背景を教えてください

人が教えると、教える側の営業スタイルや得意分野に偏った指導になってしまう

新入社員の指導において、「ロールプレイ」などのアウトプットが特に重要と考えており、集合研修会内や支店OJTでも積極的に実施をしています。その中で、新入社員からは「より多くのフィードバックを受けたい」という声があり、また支店の指導担当者からは「自身の指導方法が正しいのか不安」といった声がそれぞれ多く挙がっていました。これらの声に応えるため、ロールプレイ等の内容を分析し、客観的データをフィードバックレポートとして還元できる「UpSighter」の導入を決めました。

Q.「UpSighter」をどのようにご活用いただいていますか

研修会で新入社員のロールプレイと模範行員の営業トークを比較

当行では、研修会で新入社員のロールプレイと模範社員（優績者）の提案内容を比較しています。まず、個人のお客さま向けの資産運用提案を担当している模範社員（優績者）12名の提案内容を「UpSighter」で分析しました。実際のお客さまへの提案により近づけるため、一般の方からお客さま役を募集してロールプレイを実施。1回のお客さまとの面談の中で、「根拠」や「事例」をどれくらい話しているか、質問を何回しているか等の傾向が把握できました。

次に、新入社員研修で約100名のロールプレイ内容を分析しました。結果はフィードバックレポートとして新入社員に還元し、振り返り研修を実施しました。振り返り研修では、模範社員や他の新入社員のレポートと比べながら、自分の提案の良かった点、改善すべき点を洗い出してもらいました。また、支店の指導担当者にも活用方法を共有し、指導する際の補助役な情報として活用してもらいました。

Q.「UpSighter」を導入するとどのような効果が期待されますか

数値で客観的に指導でき、自分自身で営業トークの改善方法を考える力がつく

新入社員側は、自分自身で提案内容の改善方法を考える力が養われ、また指導担当者側については、自身の経験や考え方に加え、客観的データに基づく指導が可能となり、指導力が高まると考えています。

例えば、お客さまのニーズに合った提案をするために、具体的にどれくらい話せば良いのかを指導することはできていませんでした。しかし、「UpSighter」のフィードバックレポートがあれば、模範社員は1つの提案に対してどれくらい理由を話しているのか、自分は模範社員と比べてどれくらい理由が足りないのか、数値等で客観的データを用いて指導ができるので、新入社員は自分自身の課題をより認識しやすくなると思います。

Q.実際に1年間「UpSighter」を導入してみた感想はいかがですか？

教える側・教えられる側、双方に改善ポイントがつかめた

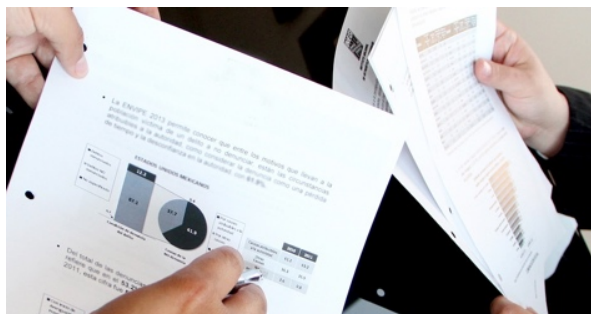


新入社員側からは「自身の発言内容が可視化されたり、カテゴリ分類されることで模範行員との差がどこにあるのか、自身の課題が何かが明確になった」「改善策を立てやすくなった」という声があがりました。

指導担当者側からは「自分の指導内容だけで足りない部分を補ってもらえた」「レポートがあることで、それを見ながら会話ができるので指導しやすくなった」との声があがりました。新入社員側の提案力強化、指導担当者側の指導力強化という当初の目的に加えて、ロールプレイを通じた質の高いコミュニケーションが生まれたのは非常に良かったと感じています。

Q.「UpSighter」を今後どのように活用していく予定ですか

コロナの影響に左右されず、質が高く継続的な指導を行っていきたい



コロナウィルス感染拡大防止のため、集合研修ができずWEB研修会が中心となりました。これまで以上に支店が新人教育に割く時間が増える中で、質の高いコミュニケーションツールとしても活用できると思い、継続して利用することに決めました。

各支店で新入社員と指導担当者でロールプレイを実施してもらい、指導担当者はレポートを使って新入社員へフィードバックすることで、今年度もロールプレイの高度化を図っていく予定です。

今後も支店内で新人教育をして頂く時間が増え、支店の教育負担も増えていくことが予想されます。その中で、これまで本部がやっていた事をただ支店にやってもらう、任せるということではなく、支店内で新入社員と指導担当者がより質の高いコミュニケーションを取れるようにサポートしていきたいと考えております。

株式会社スマートウィル様 導入事例

導入部署名：コンサルティング事業部

営業
教育

コール
センター

採用

OEM

大切な「お客様の声」を 価値あるデータにする 次世代CRMを目指す



Q.「UpSighter」を導入いただいた背景を教えてください

既存クライアント向けの新たなサービスとして活用できる可能性

弊社は、顧客データベース分析、見込み顧客獲得施策の開発などのCRM戦略を基軸としたコンサルティングサービスを行っております。2010年の創業以来、企業が保有している膨大なデータを価値ある情報に変える「ビッグデータ活用コンサルティング」サービスに取り組んでおり、お付き合い頂いている企業も化粧品メーカーやアパレル、出版社と多岐に渡ります。今回、UpSighterの詳細説明を聞いたところ、弊社クライアント向けの新たなサービスとして活用できる可能性を感じ、コグニティと共同開発を行うことにしました。



AIスマートトークでは、企業内のハイパフォーマーとローパフォーマーの比較分析による、スタッフひとりひとりに対しての改善点を指摘する接客改善サービスを展開中

Q.「UpSighter」をどのようにご活用いただいていますか

ブランドごとのハイパフォーマーモデルの抽出と、 比較分析に基づく接客スタッフへの個別改善提案

2019年7月、アパレル業界の企業様向けに、店頭販売スタッフのトークをAIで可視化し、接客スキル向上を支援する「AIスマートトーク」をリリースしました。開発にあたり、外資系大手ラグジュアリーブランドと国内紳士服ブランドとの比較実証実験を実施し、同じアパレル業界であってもブランドによってハイパフォーマーのモデルが異なることを見出しました。この点を踏まえ、接客スタッフの個別解析や接客トークの改善提案を行っています。また、アパレル以外にも化粧品、ジュエリー、ブライダル、百貨店や住宅設備メーカーなど接客が重要な業界にも展開していければと考えています。

ニーズに合わせたトーク解析サービス群

COG-HOME

不動産企業向け
成績0から3ヶ月で改善、
半年で社内平均へ

COG-DTL

製薬企業向け
ディテリングを見る化し、
強いMRチームを作る

テレ検

業界問わず使える
商談の見える化

アップ・サイター
UpSighter
by COGNITEE
カスタマイズ開発向け

①
実面談・ロープレを
録音、Upload



②
1～5営業日で
分析フィードバック



③
グループワーク・1on1で
「共有知識」を作る



コグニティのサービスは、営業活動の一環として 学習する組織化を促進します

「営業活動の一環」 として取り入れる

例：月次成績の確認時に利用

グループワーク・1on1でひと月に1回、振り返り。
話し合って学び取るスタイルで
各社が効果を上げています。

詳しい事例・導入方法もご紹介可能です。
up@cognitee.com

良い商談の
共通点はどこ？

質問が、前半
CLOSEDばかり！