

株式会社インバウンドホールディングス

AIで顧客の特性に合わせた商談フィードバックを構築 引き継ぎ工数も10分の1に



株式会社インバウンドホールディングス

<https://inbound-hd.jp/>

業種 サービス業

従業員数 101名～500名

活用用途 営業

対象 toC

大阪府大阪市に本社を構え、ホテル業および民泊運営業を展開する株式会社インバウンドホールディングスは、営業活動をより戦略的なものにするために、オンライン営業向けAIツール「MiiTel」を導入しました。

同社は、物件オーナーが保有する物件をホテルや民泊、グランピング施設として活用する際に、施設の立ち上げから運営までを一括して支援しています。その中で営業組織が担うのは、新規オーナーを開拓し、運営受託の契約につなげることであり、客室数と売上の拡大をミッションとしています。

しかし、従来は商談内容や営業ノウハウの属人化が進み、成果の再現性や新人育成に課題を抱えていました。そこで導入したのが、会話データを蓄積・分析できるMiiTelです。単なる商談の文字起こしや議事録作成にとどまらず、AIを活用した商談分析や顧客の性格分析、次回商談へのフィードバック、営業教育など幅広い用途で活用しています。その結果、あるメンバーの受注率が7%から37%へ向上したほか、引き継ぎコストの大幅な削減や解約率の改善といった成果にもつながりました。

課題

事務作業の膨大化でリソースを圧迫

営業の成功例が属人化

同社はMiiTelの導入前から、商談の文字起こしや議事録作成に取り組んでいました。しかし、単に商談を記録するだけでなく、営業コミュニケーションそのものを変革し、成果を再現できる仕組みが必要だと感じていたといいます。

当時は、商談の内容や顧客の反応が営業担当者の頭の中にとどまり、優秀な営業担当者がどのような会話で顧客のニーズを引き出し、受注につなげているのかを十分に言語化・共有できていませんでした。例えば、顧客から「予算がない」と断られた際、本当の理由が提案内容やニーズの掴み損ねにあっても、

表面的な理由だけが上司に共有されれば「予算不足への切り返し」の指導にとどまり、営業活動の本質的な改善にはつながりません。

このような状況が続いており、商談品質や受注率は個人の力量に依存し、新人育成も上司の商談同席やロープレ、口頭でのフィードバックが中心でした。上司が同席できる商談数には限界があり、振り返りも記憶に基づくため、成果につながった商談を客観的に分析できなかったのです。

さらに、議事録作成や案件管理の手入力に多くの時間が取られ、本来注力すべき顧客対応や提案準備に充てる時間が圧迫されていました。事業が急拡大する中で、営業の再現性向上と人材育成のスピードアップが大きな課題となっていました。

ソリューション

営業活動の多角的な可視化を実現

AIによる商談フィードバックを徹底

同社の営業部では、MiiTelを単なる業務効率化ツールにとどめず、商談の振り返りから営業教育、次回提案の準備までを支援する営業の基盤としてフル活用しています。

特徴的なのが、独自に設計したプロンプトを用いた商談フィードバックです。商談後には、顧客の考え方の変化や性格分析、次回商談に向けたアドバイスが即座にチャットツールに届く仕組みを構築しています。性格分析には心理学の考え方も取り入れ、会話内容から「論理的思考を重視する」「信念が強い」「せっかちな傾向がある」といった特徴を抽出。役職や肩書だけでは捉えきれない相手の特性に合わせて、次回のアプローチを自動で出し分けています。また、AIによるセルフコーチングでは、複数のAIにフィードバック内容を相互評価させることで、分析精度を向上しました。

営業教育においても、MiiTelによって振り返りが感覚から事実に基づくものへと変化しました。「予算がない」と断られた商談でも、実際の会話を確認することで、「価格ではなく興味喚起の不足が原因ではないか」といった踏み込んだ指導が可能になったの

です。新人も自身の商談を客観視できるため、具体的な改善点を把握しながら早く成長できるようになりました。

ほかにも、AIに文字起こしを読み込ませて、次の商談での具体的なアクションを整理したり、断り文句や顧客の特性、商談評価による過去商談の横断検索、共通課題や有効な提案パターンの発見などに活用しています。あわせて、キーワード検索、話速や発話のかぶりをチェックできる会話分析、ダッシュボード、CRM連携なども駆使し、営業活動全体を多角的に可視化しています。こうした取り組みについて、営業組織を統括する取締役の山崎様は「当初は営業教育のためにMiiTelを導入しましたが、蓄積された商談データには顧客の生の声や潜在ニーズが豊富に含まれていると気づきました」と語ります。

現在では、頻出する質問や成果につながった提案内容を、商品開発やマーケティング施策、FAQ整備にも還元するなど、営業の枠を越えた顧客インサイトの活用へと広がっているとのことです。



効果

引き継ぎ工数は10分の1へ

受注率が7%から37%に向上した例も

MiiTelの活用によって、営業成果と業務効率の両面で大きな変化が生まれています。営業成果でいうと、あるメンバーは、AIによるフィードバックを活用して自身の商談を客観的に振り返り、改善を重ねた結果、7%だった受注率を37%まで上昇させました。業務効率化の面では、商談内容を可視化したことで、これまで口頭で細かな経緯を確認する必要がありましたが、過去の商談内容をMiiTelで直接確認できるようになったことで、引き継ぎにかかるコストが従来の約10分の1になりました。

さらに、カスタマーサクセスや解約防止にも効果が表れています。顧客から寄せられるクレームは、必ずしも過去の経緯が正確に整理されているとは限りません。MiiTelで実際のやり取りを振り返ることで、双方の発言や提案内容を事実に基づいて整理し、的確な対応ができるようになりました。録音・録画が残っていること自体が、冷静な話し合いにつながるケースもあるといいます。こうした取り組みもあり、解約率は1%から0.3%へ改善しました。山崎様は、「ビジネス経験が豊富な人材ほど、AIを効果的に活用できる」といいます。これまでの経験で直面してきた壁や課題を明確に認識しているからこそ、AIを具体的な課題解決に結び付けられると実感しているのです。

展望

顧客データを起点としたサービス開発も計画

再現性の高い営業組織を目指す

今後は、MiiTelに蓄積された商談データとAI解析をさらに活用し、組織を拡大しても営業品質が低下しない、再現性の高い営業組織を目指しています。同時に、SFAへの入力をはじめとする営業担当者の事務作業を可能な限り削減し、営業活動に

集中できる環境を整えていく方針です。

さらに将来的には、商談から得られた顧客の声や潜在ニーズを営業活動だけにとどめず、商品開発やインバウンド領域の新規事業にも還元したいとのこと。顧客データを起点にサービスや営業活動を改善し、そこから得た新たなデータが次の成長を生む、持続的な事業成長のサイクルを確立していきたいと考えています。

導入製品

受けた人も、しあわせに
 **MiiTel Phone**
<https://miitel.com/jp/service/phone/>



リモートに、確かなつながりを
 **MiiTel Meetings**
<https://miitel.com/jp/service/meetings/>



 **MiiTel Synapse**
<https://miitel.com/jp/about/synapse/>

