# 商談録画からCRM入力までを AIで自動化する方法




Start Challenge
Consulting co., ltd.
挑む力が、世界を照らす

Start Challenge Consulting co., ltd.

音声の文字起こし・要約・項目抽出・承認・CRM連携の実践ガイド ／ 2026年8月 第1版

Strictly Confidential

# はじめに

商談後の記録作業は、担当者の時間を消費するだけでなく、入力粒度のばらつきと情報の未反映を同時に生み、蓄積された商談情報が顧客管理に活用されない状態を招いている。

### 作業時間の消費

商談終了後に録画やメモを見返し、議事録を作成してCRMへ転記する作業が発生する。次の商談準備と競合し、後回しになりやすい。

### 粒度のばらつき

営業担当者によって入力内容や記述の粒度が異なるため、商談を横断して比較・分析することができない。

### 情報の未活用

商談情報がCRMへ反映されず、顧客管理・案件管理に活用できないまま、担当者個人の記憶と手元資料に留まる。

## 本資料で分かること

01
商談録画からCRM登録までを自動化する全体像と、8つの処理ステップ

02
CRM登録項目の抽出方法と、構造化データ（JSON）による連携方式

03
受注確度判定の扱い方と、人による確認・承認工程の組み込み方

04
導入ステップ・事前に定める入力ルール・セキュリティ対応の要点

出典：本資料の構成前提（提供情報）／事実：商談後に記録・転記作業が発生／解釈：時間・粒度・活用の3点で損失／提案：記録から登録までを自動化し、人は確認に専念する。

# 商談後のCRM入力で起きている課題

発生している6つの事象は担当者の努力不足ではなく、「商談情報を人が手で転記する」前提の運用そのものに起因しており、入力の遅延・抜け漏れ・評価のばらつきが同時に発生する。

### 01 録画の見返しが発生

商談終了後に録画やメモを見返して内容を思い出す時間が必要になり、商談1件ごとに固定の後処理が積み上がる。

### 02 入力が後回しになる

次の商談や資料作成が優先され、CRMへの入力が後回しになる。時間が経つほど記憶が薄れ、記録の精度が落ちる。

### 03 項目の抜け漏れ

予算・決裁者・導入時期といった入力項目が未記入のまま残り、案件の状態を項目情報から判断できない。

### 04 商談評価のばらつき

担当者の主観によって確度や評価が変わるため、パイプライン全体の見通しが担当者ごとに異なってしまう。

### 05 商談内容が把握できない

マネージャーが商談で何が話されたかを把握できず、支援や軌道修正の判断が報告のタイミングまで遅れる。

### 06 社内共有がされない

顧客の要望や懸念事項が社内に共有されず、提案・開発・サポートの各部門が同じ情報を持てない。

**構造的原因（解釈）：**商談の「記録」と「CRM入力」が担当者個人の追加作業として分離しているため、入力の時期・粒度・共有範囲のすべてが担当者依存となり、組織としてのデータ品質を設計できない。

出典：本資料の課題整理（提供情報）／事実：上記6事象の発生／解釈：原因は運用設計にあり個人のスキル差ではない／提案：転記工程そのものを自動化する。

# AIによる自動化の全体像

商談終了後の8ステップのうち、記録・整理・登録の6工程をAIと連携基盤に任せ、人が担うのは「内容の確認・修正」1工程に集約する構成とする。

既存の商談運用　AI処理　人の確認　システム登録・通知

### 01 商談を録画する

Zoom／Microsoft Teams／Google Meetで商談を録画する。

### 02 音声を取得する

録画データから解析用の音声ファイルを取り出す。

### 03 AIで文字起こし

音声を話者とタイムスタンプ付きのテキストへ変換する。

### 04 商談内容を要約

目的・課題・提案・反応などの観点で内容を整理する。

### 05 CRM登録項目を抽出

予算・決裁者・確度などのCRM項目値を生成する。

### 06 担当者が確認・修正

AIの下書きを人が検証し、誤りを修正して承認する。

### 07 CRMへ登録

Salesforce／HubSpotなどへAPI経由で登録する。

### 08 社内へ通知

Teams／Slackへ商談結果と次回アクションを通知する。

**設計方針（提案）：**AIは「下書きの作成」までを担い、CRMへの確定登録は人の承認を通過した内容のみとする。自動化範囲と人の判断範囲を工程単位で明確に分離する。

出典：本資料の処理フロー定義（提供情報）／提案：人の介在を工程06に限定し、他工程は自動処理とする構成。

# システム構成イメージ

構成は7つの層に分解でき、各層は既存の商用サービスで置き換え可能である。自社の既存環境（Microsoft／Google／Zoom）に合わせて層ごとに選定すればよく、全面刷新は不要となる。

| | |
|---|---|
| ① 商談ツール | Zoom / Microsoft Teams / Google Meet |
| ② 録画保存 | SharePoint / OneDrive / Google Drive |
| ③ 文字起こし | Azure AI Speech / Whisper / Google Speech-to-Text |
| ④ 内容分析 | Azure OpenAI / OpenAI API / Gemini / Claude |
| ⑤ 自動連携 | Power Automate / Make / Zapier / 各サービスAPI |
| ⑥ CRM | Salesforce / HubSpot / Dynamics 365 |
| ⑦ 通知 | Microsoft Teams / Slack |

③④は精度・コスト・データ保存先の要件で選定し、⑤は既存の運用基盤（Microsoft 365／Google Workspace）に合わせて決定する。

出典：本資料の構成要素一覧（提供情報）／解釈：7層構造として整理／提案：層ごとに既存サービスを選定し、段階的に置き換える。

# ステップ1：商談録画データを取得する

自動化の成否は録画の取得段階で決まる。保存ルールと顧客・担当者とのひも付けを標準化しなければ、後続の文字起こし・CRM連携で対象レコードを特定できない。

## 01 保存ルールの統一

録画の保存先・フォルダ構成・ファイル命名規則を全社で統一し、処理対象を機械的に判定できる状態にする。

## 02 顧客情報とのひも付け

会議ID・顧客名・担当者名を録画データと関連付け、CRMのどの取引先・商談レコードに登録するかを一意に決める。

## 03 録画完了をトリガー化

録画ファイルの保存完了イベントを検知し、以降の処理を自動起動する。担当者の操作を起点にしない。

## 04 録画と音声の使い分け

映像を含む録画は保管・振り返り用、音声のみのファイルは解析用として分離し、転送量と処理時間を抑える。

## 05 録画失敗・音質低下への対策

録画漏れや音声品質の低下を検知した場合の再処理・手動入力への切り替え手順を、あらかじめ定義しておく。

## 06 録画・AI利用の同意取得

商談冒頭での口頭確認や事前案内など、顧客から録画とAI処理の同意を得る方法を運用に組み込む。

**実装上の要点（提案）：**録画時点で「顧客・商談・担当者」の識別情報が確定していない場合、後工程はすべて人手による突合が必要になる。会議招集時のルール化を先に済ませることが前提条件となる。

出典：本資料のステップ1要件（提供情報）／提案：会議招集ルールと保存規則の標準化を自動化の前提条件として先行整備する。

# ステップ2：音声を自動で文字起こしする

文字起こしは「テキスト化」ではなく「誰がいつ何を話したか」の構造化が目的である。話者分離・タイムスタンプ・辞書登録の3点が、後続の要約と項目抽出の精度を決定づける。

音声ファイル ▸ 文字起こしサービス ▸ 話者分離・時刻付与 ▸ 構造化テキスト

## 01 文字起こしサービスへの送信

保存済みの音声データを自動で送信し、結果テキストを所定の保存先へ格納する。送信・取得・格納までを人手を介さず完結させる。

## 02 話者分離（顧客／営業担当者）

発言者を分離し「顧客の発言」と「営業担当者の発言」を識別する。顧客側の発言を根拠として抽出するために不可欠となる。

## 03 タイムスタンプの付与

発言に時刻を付与し、要約や抽出結果から該当箇所の録画へ遡って検証できる状態にする。確認工程の負荷を大きく下げる。

## 04 専門用語・社名・製品名の辞書登録

自社製品名・業界用語・顧客企業名を辞書に登録し、誤変換を抑制する。競合名の誤りは抽出結果に直結する。

**05 信頼度スコアの付与：**聞き取りにくい箇所に信頼度スコアを付け、低スコア部分を確認画面で強調表示して人の確認対象を絞る。

**06 長時間商談の分割処理：**長時間の商談は一定時間単位に分割して処理し、結果を結合する。処理制限と失敗リスクを回避する。

出典：本資料のステップ2要件（提供情報）／解釈：話者分離・時刻・辞書が後続精度の前提／提案：低信頼度箇所のみ人が確認する運用とする。

# ステップ3：生成AIで商談内容を要約する

要約は自由記述に任せず、10の観点を固定した「型」で出力させる。観点を固定することで、担当者間の粒度差が消え、商談を横断して比較できる記録になる。

## A 顧客の状況を捉える

**01 商談の目的**
何のために設定された商談か

**02 顧客の現状**
現在の体制・業務・利用製品

**03 抱えている課題**
解決したい業務上・経営上の問題

**04 顧客の要望**
実現したい状態・具体的な要求

## B 提案と反応を捉える

**05 提案内容**
自社が提示した内容・条件

**06 顧客の反応**
肯定的・否定的な反応と根拠発言

**07 懸念事項**
価格・体制・移行などの不安要素

**08 競合情報**
比較検討中の企業・サービス

## C 次の行動を確定する

**09 決定事項**
商談内で合意・確定した内容

**10 次回までのアクション**
誰が・何を・いつまでに行うか

出力形式は全商談で共通の項目構成に固定し、該当情報が無い場合は「言及なし」と明示させる。空欄のままにしない。

**要約設計の原則：**推測を書かせず、発言に基づく記述のみを出力させる。判断が必要な内容は「顧客の発言＋AIの解釈」を分けて提示し、人が検証できる形にする。

出典：本資料のステップ3要約観点（提供情報）／提案：10観点を固定テンプレート化し、根拠発言を併記させる。

# ステップ4：CRM登録項目を自動抽出する

要約文をそのまま貼り付けるのではなく、CRMの10項目に対応する値として抽出する。項目単位で抽出することで、案件の検索・集計・分析が初めて可能になる。

| CRM項目 | AIが抽出する内容 |
|---|---|
| 顧客課題 | 現在困っている業務や経営課題 |
| 導入目的 | 商品・サービスを検討する理由 |
| 予算 | 発言された予算や価格感 |
| 決裁者 | 意思決定者・関係者 |
| 導入時期 | 希望時期・期限 |
| 競合 | 比較中の企業・サービス |
| 確度 | 商談内容から判断した受注可能性 |
| ネクストアクション | 次回提案や資料送付 |
| 次回予定日 | 次回会議・連絡予定 |
| 商談メモ | 商談全体の要約 |

### 原則1　発言のみを根拠にする

言及がなかった項目は空欄ではなく「言及なし」として出力し、推測で値を埋めさせない。

### 原則2　根拠発言を併記する

各項目に、抽出根拠となった発言とその発言時刻を紐付け、確認画面で照合できるようにする。

### 原則3　確度は人が確定する

確度はAIの判定を「参考値」として提示し、担当者の確認を経て確定させる（詳細はP.11）。

**抽出対象項目は既存CRMの項目定義に合わせて選定する。**新たな項目を増やすのではなく、現在使われていない既存項目を埋めることから着手する。

出典：本資料のCRM項目定義（提供情報）／提案：確度のみAI判定を参考値扱いとし、他9項目は根拠発言付きで抽出する。

# 構造化データでCRMに連携する

AIの出力を文章のままCRMへ渡すと項目化できない。JSON形式の構造化データとして受け取り、項目マッピング・必須チェック・形式変換・エラー処理の4段を通してから登録する。

## AI出力（JSON形式）の例

```
{
  "customer_issue": "営業活動の進捗が把握できない",
  "budget": "年間300万円程度",
  "decision_maker": "営業本部長",
  "implementation_timing": "2027年1月",
  "competitor": "A社",
  "probability": 60,
  "next_action": "導入事例と見積書を送付",
  "next_meeting_date": "2026-09-10"
}
```

※ 上記は形式を示すためのサンプル値（仮定値）。実際のキー名はCRMの項目APIに合わせて定義する。

### 01 CRM項目とのマッピング

JSONのキーとCRMの項目APIを1対1で対応付け、対応表を設計文書として管理する。

### 02 必須項目のチェック

必須項目が欠けている場合は登録を止め、確認画面で担当者に補完を求める。

### 03 日付・金額・選択肢の形式変換

「来年1月」→日付型、「300万円程度」→数値、確度→選択リスト値へ変換する。

### 04 登録できない値のエラー処理

CRM側で受け付けられない値は登録を保留し、原因と対象項目を担当者へ通知する。

**設計上の要点：**AIに「自由な文章」ではなく「決められたキーと値の型」を出力させることが、CRM連携を安定稼働させる条件となる。キー構成を変更する場合は、マッピング表とエラー処理を同時に更新する。

出典：本資料のJSON連携仕様（提供情報）／事実：例示JSONの構造／仮説：値はサンプル（仮定値）／提案：マッピング表を設計文書として維持する。

# AIによる商談評価と受注確度の判定

確度は7つの観点を同じ基準で評価することで担当者間の主観差を排除できる。ただしAIの判定だけで確度を確定させず、判定根拠となった発言を必ず併記して人が検証できる形にする。

## 確度判定の7観点

- 01 顧客課題の明確さ — 課題が具体的に語られているか
- 02 予算の有無 — 金額または価格感の言及があるか
- 03 決裁者の参加状況 — 意思決定者が商談に同席しているか
- 04 導入時期の具体性 — 時期・期限が特定されているか
- 05 競合比較の状況 — 他社と比較検討中か、自社単独か
- 06 肯定的・否定的な発言 — 顧客の反応の方向と強さ
- 07 次回アクションへの合意 — 次の予定が顧客と合意されているか

## 判定結果の提示ルール

**確度：60%（AI判定・参考値）**

判定根拠となった発言

- 「予算は年間300万円程度で考えています」（00:14:22／顧客）
- 「導入は来年1月を目標にしたい」（00:31:05／顧客）
- 「A社とも比較しています」（00:38:41／顧客）

確度の値は担当者の承認を経て確定させる。AI判定と担当者判定が乖離した場合は、その差分を蓄積し判定基準の見直しに用いる。

※ 上記の確度・発言内容は提示形式を示すためのサンプル（仮定値）。

**原則：**AIの判定は「担当者の主観を置き換えるもの」ではなく「同じ基準で見る補助線」として扱い、最終判断は人が行う。

出典：本資料の確度判定観点（提供情報）／仮説：右側の表示例は仮定値／提案：判定根拠の発言と時刻を必ず併記し、確定は人が行う。

# 人による確認・承認を組み込む

完全自動登録は誤情報がそのままCRMへ蓄積されるリスクを生む。承認工程を1つ挟むことで、AIの誤りをCRMへ持ち込まず、修正内容を精度改善の学習材料として回収できる。

AIが下書き作成 ▸ 確認画面に表示 ▸ 担当者が修正 ▸ 承認 ▸ CRMへ登録 ▸ 修正履歴を蓄積

## 01 確認画面への表示

AIが作成した要約とCRM項目値を一画面に表示し、根拠発言と併せて確認できるようにする。

## 02 担当者による修正

誤った情報を担当者がその場で修正する。ゼロから入力するのではなく、下書きを直す作業に変わる。

## 03 未確認項目のアラート

未確認・未入力の項目を明示的に警告表示し、確認されないまま承認されることを防ぐ。

## 04 承認後にCRMへ登録

承認を経た内容のみをCRMへ登録する。承認前のデータはCRMに反映させない。

## 05 条件付きの自動登録

信頼度が高い・低額案件など一定条件を満たす商談のみ、承認を省略して自動登録する運用も選択できる。

## 06 修正履歴の活用

どの項目がどう修正されたかを蓄積し、プロンプトや辞書、抽出ルールの改善に用いる。

**運用方針:** 初期は全件承認を必須とし、修正率が下がった項目から段階的に自動登録の対象へ移す。

出典:本資料の承認工程要件(提供情報)／提案:修正率を指標に自動登録範囲を段階的に拡大する。

# CRM登録後の社内通知を自動化する

CRMへの登録を終点とせず、通知とタスク化まで自動化する。全件通知ではなく「高確度」「クレーム・解約懸念」など条件を満たす商談だけを届けることで、通知の埋没を防ぐ。

## 通知・タスク化の6パターン

**01 商談要約の通知：**Teams／Slackの案件チャネルへ、商談要約と決定事項を登録直後に投稿する。

**02 高確度商談の通知：**一定以上の確度と判定された商談を営業マネージャーへ個別に通知する。

**03 クレーム・解約懸念の警告：**否定的な発言や解約に関する言及を検知した場合、警告として即時通知する。

**04 次回アクションのタスク登録：**抽出した次回アクションを期限付きタスクとして自動登録する。

**05 資料作成の依頼：**提案書・見積書の作成が必要な場合、担当部門へ依頼を自動起票する。

**06 期限超過のリマインド：**次回アクションが期限を超過した場合、担当者と上長へ再通知する。

## 通知メッセージの構成例

**【商談完了】〇〇株式会社／初回提案**

顧客課題：営業活動の進捗が把握できない
予算：年間300万円程度 ／ 決裁者：営業本部長
導入時期：2027年1月 ／ 競合：A社
確度：60%（担当者承認済）
次回アクション：導入事例と見積書を送付（～9/10）

CRM登録済／要約全文・録画は案件レコードから参照

※ 上記の企業名・数値は表示形式を示すためのサンプル（仮定値）。

## 通知設計で避けるべきこと

・全商談を全員に通知し、重要な警告が埋没する
・要約全文を貼り付け、読まれない長文になる
・通知先チャネルと責任者を定めずに運用を開始する

出典：本資料の通知要件（提供情報）／仮説：右側の通知例は仮定値／提案：通知条件と宛先を事前に定義し、要点のみを配信する。

# 具体的な自動化フロー例：Microsoft環境

Microsoft 365を利用している場合、8工程すべてを既存サービスの組み合わせで構成できる。新規の独自開発は不要で、Power Automateが処理全体の起動と連携を担う。

01 Teamsで商談を録画

02 SharePointへ録画を保存

03 Power Automateが録画完了を検知

04 Azure AI Speechで文字起こし

05 Azure OpenAIで要約・CRM項目抽出

06 担当者が内容を確認・承認（Teams／アプリ）

07 Dynamics 365／Salesforceへ登録

08 Teamsへ完了通知

## この構成の利点

・既存のMicrosoft 365ライセンス内で大部分を構成できる
・データが自社テナント内に留まり、権限管理を既存の仕組みで統一できる
・独自開発が最小で、運用引継ぎが容易

## 他環境での置き換え

Teams → Zoom／Google Meet
SharePoint → Google Drive
Power Automate → Make／Zapier
Azure AI Speech → Whisper／Google STT
Azure OpenAI → OpenAI API／Gemini／Claude
Dynamics 365 → Salesforce／HubSpot
Teams通知 → Slack

出典：本資料のフロー定義（提供情報）／提案：既存基盤に合わせて各層を置き換え、独自開発を最小化する。

# 導入前に決めるべき入力ルール

入力ルールが標準化されていない状態でAIを導入しても、ばらつきの原因は解消しない。AI導入の前に「何を・どう・いつ入力するか」を8項目で確定させることが前提条件となる。

| 決定事項 | 決めるべき内容 |
|---|---|
| 01 登録する項目 | CRMへ登録する項目の範囲を確定する |
| 02 項目ごとの定義 | 各項目に何を書くかを文章で定義する |
| 03 必須／任意の区分 | 登録に必須の項目と任意の項目を区別する |
| 04 AIで抽出する項目 | 発言から機械的に抽出できる項目を指定する |
| 05 人が判断する項目 | 確度や評価など人の判断を要する項目を残す |
| 06 登録タイミング | 商談後どの時点でCRMへ反映するかを決める |
| 07 録画の保存期間 | 録画・音声・テキストの保存期間を定める |
| 08 エラー時の責任者 | 処理失敗時の対応担当と手順を明確にする |

### AIに任せる項目（例）

・顧客課題／導入目的
・予算・導入時期の発言内容
・決裁者・関係者の名前と役職
・競合企業名
・ネクストアクション・次回予定日
・商談メモ（要約）

### 人が判断する項目（例）

・受注確度の確定
・商談ステージの変更
・失注判断とその理由
・社内エスカレーションの必要性

切り分けは固定せず、修正率の推移を見てAI側へ段階的に移す。

### AIを導入する前に、CRM入力ルールを標準化する。

ルールが定まっていない項目はAIも正しく抽出できない。項目定義の整備は自動化の副産物ではなく、着手前に完了させる作業である。

出典：本資料の入力ルール要件（提供情報）／解釈：ルール未整備のままではAI導入効果が限定される／提案：8項目を着手前に確定させる。

# セキュリティ・個人情報への対応

商談録画は顧客の発言と個人情報を含む。同意取得・権限制御・マスキング・学習利用の無効化・保存管理・履歴保存・利用規程の7点を整備してから運用を開始する。

### 01 顧客からの同意取得

商談相手から録画とAI処理の同意を得る。商談冒頭での口頭確認、会議招集時の事前案内など、取得方法と記録方法を定める。同意が得られない場合の運用（録画停止・手動記録）も併せて決めておく。

### 02 アクセス権限の制御

録画データ・文字起こしテキストの閲覧範囲を、担当者・上長・関係部門の単位で制限する。保存先の共有設定を既定で限定し、リンク共有は原則禁止とする。

### 03 個人情報のマスキング

氏名・連絡先・その他の機密情報を、AIへ送信する前または保存時にマスキングする。対象範囲と置換方法をルール化する。

### 04 AIサービスによる学習利用の無効化

利用するAIサービスの契約条件を確認し、入力データがモデル学習に利用されない設定・契約形態を選択する。設定内容は導入時に記録として残す。

### 05 保存場所・保存期間の明確化

録画・音声・文字起こし結果それぞれの保存先（リージョンを含む）と保存期間を定め、期間経過後は自動削除する仕組みを設ける。

### 06 CRM登録・修正履歴の保存

誰がいつ何を登録・修正したかを履歴として保存する。監査対応と、AI出力の精度検証の双方に用いる。

### 07 利用可能なAIサービスの規程化

業務で利用してよいAIサービスを社内規程で明示し、個人契約サービスへの商談情報の入力を禁止する。

上記7点は、システム構築と並行ではなく、構築前に法務・情報システム部門と合意しておく事項である。

出典：本資料のセキュリティ要件（提供情報）／提案：法務・情報システム部門との合意を構築着手の前提とする。個別要件は自社規程・契約条件に基づき確認が必要。

# 導入ステップと現実的な進め方

全項目・全機能を一度に構築せず、4フェーズに分割する。MVPでは「文字起こし・要約・主要5〜10項目の抽出・人による確認後の登録」に限定し、精度が安定してから対象を広げる。

### フェーズ1　要件整理

- CRM項目と商談フローを整理する
- 項目定義／必須・任意区分を確定する
- 録画・文字起こし環境を確認する
- 同意取得・保存ルールを決定する
- AI抽出項目と人の判断項目を切り分ける

成果物：項目定義書／連携要件／運用ルール

▶

### フェーズ2　MVP構築

- 文字起こしを自動化する
- 商談内容を要約する
- 主要5〜10項目を抽出する
- 人による確認後にCRMへ登録する

対象：一部チームの商談に限定して検証

▶

### フェーズ3　対象拡大

- 受注確度の判定を追加する
- 通知とタスク登録を自動化する
- 提案書やフォローメールの作成を支援する
- 対象チーム・商談種別を広げる

条件：MVPの修正率が許容水準に収まった後

▶

### フェーズ4　精度改善

- AIの出力と担当者の修正内容を比較する
- プロンプトを改善する
- 辞書を追加・更新する
- 入力ルールを見直す

継続的に実施（運用フェーズと並行）

**先に決める**
入力ルール・同意取得・保存方針はフェーズ1で確定させる。

**狭く始める**
項目数と対象チームを絞り、修正率で効果と精度を測る。

**広げるのは後**
確度判定・通知・文書生成は精度が安定してから追加する。

出典：本資料の導入フェーズ定義（提供情報）／提案：フェーズ2は主要5〜10項目に限定し、修正率を移行判断の基準とする。期間は自社体制に応じて設定。

# 導入チェックリスト・まとめ

着手可否は9項目の準備状況で判断できる。未整備の項目があるまま構築を進めると、精度・運用・コンプライアンスのいずれかで手戻りが発生する。

## 導入チェックリスト（9項目）

- ☐ 商談録画の同意ルールがある
- ☐ 録画データの保存場所が決まっている
- ☐ CRMの入力項目が標準化されている
- ☐ AIに任せる範囲が明確になっている
- ☐ 人による確認・承認工程がある
- ☐ CRM APIの接続権限がある
- ☐ 個人情報・機密情報の管理方針がある
- ☐ エラー時の対応方法が決まっている
- ☐ 導入効果を測るKPIが設定されている

## 測定するKPI例

**効率**

CRM入力時間／商談1件あたり

**網羅性**

商談後の登録完了率／件数比

**品質**

必須項目の入力率

**AI精度**

入力内容の修正率／項目別

**行動**

次回アクション実行率

**成果**

商談から受注までの期間

**マネジメント**

営業マネージャーの確認時間／商談内容の把握に要する時間

目標値は導入前の実測値を基準に設定する。導入前の計測を行わないと効果を評価できない。

**まずは「AIが下書きを作成し、人が承認してCRMへ登録する」仕組みから始める。**

最初から完全自動化を目指さず、修正率の低下に応じて自動化範囲を広げていく。

出典：本資料のチェックリスト・KPI一覧（提供情報）／提案：導入前の実測値を基準にKPI目標を設定し、下書き＋承認型から着手する。

# お問い合わせ

本資料の内容に関するご質問、および自社環境への適用可否・導入範囲のご相談を承っております。現在ご利用中の商談ツールとCRMをお知らせいただければ、構成案の形でご提示します。

Start Challenge
Consulting co., ltd.
挑む力が、世界を照らす

商談プロセスの標準化と
業務自動化の設計・実装支援

## お問い合わせ先


| | |
|---|---|
| 会社名 | Start Challenge Consulting co., ltd. |
| メール | info@startchg.com |
| 担当 | 平出 |


お問い合わせの際は、ご利用中の商談ツール・CRM・想定商談件数をあわせてご記載ください。

**次のステップ：**まずはCRM入力項目の棚卸しと、1チーム・少数商談を対象としたMVP検証からご相談を承ります。

本資料は情報提供を目的とするものであり、個別の導入可否・法令適合性については別途ご確認をお願いいたします。