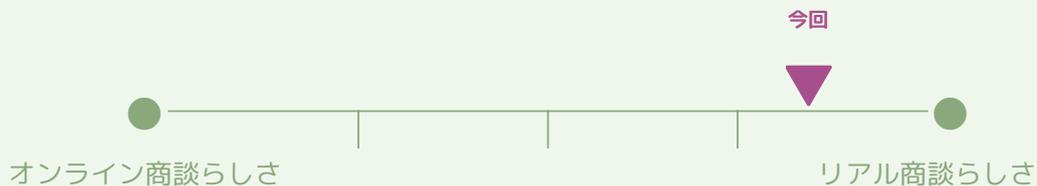


残念な営業を見抜く、AI商談検定

テレ検

解析日： 2021/02/21

解析対象： サンプルレポート出力例



改善可能性一覧

✓ 数値的根拠が
足りない

✓ 同じ話を
深掘りしすぎ

売り手からの
情報量が不十分

✓ 曖昧な言回しが
多い

✓ クロージング
ワードが出せない

✓ 売り手から
質問できていない

商談の重要キーワード・サマリー

独自技術により、商談中の情報構成から逆算して、重要と思われる（聞き手の印象に残る）トピックが表示されています。上から重要性の高い話題となります。サマリーとして活用ください。

- 1 開発費なしですぐに使えるもの
- 2 コンサルよりもまずですね、すぐにフィードバックできる
- 3 指導の属人化を防げます
- 4 まずテレ検で使って
- 5 半年後には、社内平均まで売り上げ
- 6 ワークショップを入れました
- 7 IPOを目指している会社
- 8 我々の技術でサポートさせていただいた例
- 9 どのぐらい根拠を言ったのか、どのぐらい事例を言ったのか
- 10 開発費なしで、まず検証、トライアル検証をする

PART1【ヒアリング・確認量の振り返り】

ここでは商談中に出た質問を 売り手側から・買い手側からに分け、更に5W1HをたずねるようなOPEN質問と、単純な有無を問うCLOSED質問に分けて回数を検出しています。
(※トークの前半・後半は、お預かりしたトークのうち単純に話量が半分になるように分けています)



売り手側からの質問一覧

トーク内で売り手側から出た質問について、OPEN/CLOSED質問別に検出しています。
(※周囲のノイズや滑舌の状態で聞き取りにくい場合は、一般的なレベルで聞こえた通りに書かれているか、「***」で表示されています)
CLOSEDトークが続く場合は、右側に「✓」が入ります。OPEN質問使って、ニーズを引き出しましょう。

話順	質問種	売り手からの質問	
44	CLOSED	まあざっくり、あの、どういうことできるか、というところ、この後、あの、事例がございまして、今までのところで、ちょっと、あの、概念的には大丈夫そうですかね？	→ うん、今のところ大丈夫です。
50	CLOSED	で、先輩、良い先輩ってこんな*じゃないの？	→ 未検出
70	CLOSED	えっと、テレ検とかですか？	→ そうですね、はい。
70	CLOSED	この部分ですよね？	→ 未検出
73	CLOSED	そうですね、2月ぐらいにはもう予算決まるとか、そういう、ああでも、御社ってあれでしたっけ、12月末決算だけ？	→ うん。 ✓
73	OPEN	なるほど、直近っていつぐらいのお話なんですか？	→ 2月ぐらい。
76	OPEN	*基本的に、そうだ2月の、あの、研修というのは、2月ってことは、昨年の新入社員とかそういう感じなんですか、ではなく？	→ うん、そうですね、昨年の実績で、検討して。
76	CLOSED	ボトムアップですかね？	→ *さがないかな、まあそうですね、ボトムアップ、どっちかっていうとボトムアップの方で使おうかなと思ってます。
77	OPEN	なるほどなるほど、そうですね、なんか対象者ってどのぐらいで考えられてます、人数とか？	→ いや、まだこれからですね。
77	CLOSED	なるほど、だとしたらですね、私達まあ、多分、えーと研修ってあれですか、2月から結構、あの時間的には、毎月こう見ていくみたいなそういうところって？	→ そうですね、その中でまあ自分達ワークショップとかもできるかなあと思ってるんです。
80	OPEN	はい、どお、ですかね、ちょっと、外部ツールとしてまあ我々のもの、みたいなものを使うとしたら、どのぐらいの予算感でいうふうにお考えです？	→ んー、ちょっと、3桁は難しいと思いますね。

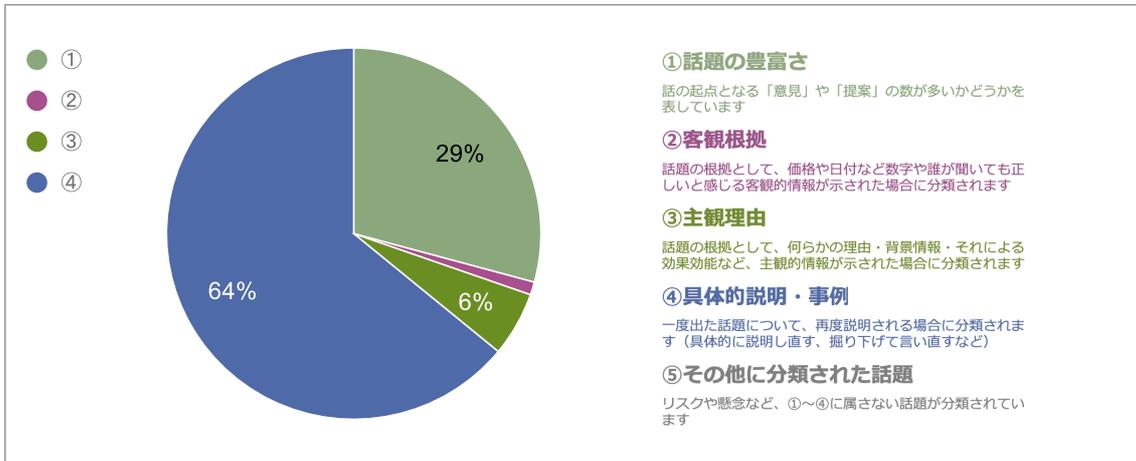
買い手側からの質問一覧

トーク内で買い手側から出た質問について、OPEN/CLOSED質問別にその回答を検出しています。
 (※周囲のノイズや滑舌の状態で聞き取りにくい場合は、一般的なレベルで聞こえた通りに書かれているか、「***」で表示されています)

話順	質問種	買い手からの質問	売り手の回答
44	CLOSED	この後、その、既存のあれですよ？	→ そうですね。
60	CLOSED	よろしいですか、2、3？	→ はい。
60	CLOSED	ええと、パッケージの方で、ええと、いい人とやっぱり悪い人が居ないと、その、過去のデータだけでは、こう、いい悪いは判断できないっていう事でいいですかね？	→ 基本的にその方が精度が良くなる事は間違いないんですけども、やはりイレギュラーなものとか、たとえば*だけはやっぱり違うよね、みたいな事もあったりするんで、そこはちょっと検証させていただいた方が精度は良くなるんですが、基本的に19社もやっておりますので、何が大体どうなのっていう事は分かっているんですね。
62	OPEN	もしもいい人悪い人分けるとしたら、何人ぐらいずつが理想的ですか？	→ 成績のいい方3名と、悪い方3名。
63	CLOSED	5人、5人ぐらい？	→ でも、全然、*、できます。
63	CLOSED	いい人、いい人入れて15人ぐらいを悪い人っていうのもできるってことで？	→ あ、はい、もちろんでございます。
64	OPEN	それ、20名で、このサービスを使うとしたら、大体、幾らぐらいなんですか？	→ えっと、ま、繰り返しやるのかと、ここの部分で何の分析使うのかだけですので、20名でも、今、60万から利用できる形になっております、はい。
64	OPEN	で、えっと、何の分析、あの、真ん中のやつ分析をしたら、どうなるんですかね？	→ えっと、先ほどのネ*、いきますと、勝ちパターン分析というものと、もっとこう、コアな分析があるよ、というお伝え方、させていただいたと思うんですね。
64	CLOSED	3つありましたよね？	→ はい。
65	CLOSED	うーん、それを最後にやるってことなんですかね？	→ そうですね。
66	CLOSED	ちょっと理解が進まなかった、20名いて、20名でやりますよね？	→ はい。
66	CLOSED	で、そこで例えば、何かこう、トークを録音しずつとやっていくんですけど、やっていくっておっしゃられてたんですけど、それは、えっと、20名が各々の好きなタイミングでどんどんアップデートし、アップしていくんですか、データを？	→ はい。
67	CLOSED	それって、その場合は、例えば、え、金額はもうずっと変わらないんですか？	→ 未検出
67	CLOSED	1回につき？	→ そうですね、はい。
67	CLOSED	あ、それがだから、何人いるかで？	→ 未検出
68	CLOSED	60回上げるってことですね？	→ はい、そうですね。
69	CLOSED	月に何回ぐらいが推奨とかあります、1人？	→ ええもう、1人1回のところが多いですね、正直。
69	CLOSED	じゃあ月に1回ぐらいでいけるってことですか？	→ はい、はい。
70	CLOSED	あるいは、他のプランもちょっと見させてもらってもいいですか？	→ はい。
70	CLOSED	*でしたっけ？	→ 未検出
72	OPEN	3カ月で、だと、どれぐらいでさせてもらえるんですか？	→ だいたいもう、人数比例で60万から200万でやらせていただきます。
75	CLOSED	何かその、さっきの、製薬企業のパッケージングじゃないほうがいいってこと？	→ 未検出

PART2【商談の説明・構成要素を振り返る】

ここでは商談の内容構成として、どのような情報を用いて話し合われているかを表現しています。
 検出されたそれぞれの話題に対して、説明が多すぎる・足りないトピックは何かを確認しましょう。
 オンライン商談では②客観根拠が求められます。リアル商談では③主観理由で感動させることが求められます。
 (※周囲のノイズや滑舌の状態で聞き取りにくい場合は、一般的なレベルで聞こえた通りに書かれていますか、「***」で表示されています)



① 話題の豊富さ

話の起点となる「意見」や「提案」の数が多いかどうかを表しています

② 客観根拠

話題の根拠として、価格や日付など数字や誰が聞いても正しいと感じる客観的情報が示された場合に分類されます

③ 主観理由

話題の根拠として、何らかの理由・背景情報・それによる効果効能など、主観的情報が示された場合に分類されます

④ 具体的説明・事例

一度出た話題について、再度説明される場合に分類されます (具体的に説明し直す、掘り下げて言い直すなど)

⑤ その他に分類された話題

リスクや懸念など、①~④に属さない話題が分類されています

トピック	構成種類	伝えた情報	実際のトーク
IPOを目指している会社	④ 具体的説明・事例	ほとんどがですね、ま、パートタイムとか、業務委託	で、従業員数多く、こう、感じられると思うんですが、実はこのほとんどがですね、ま、パートタイムというか、業務委託というか、皆さん、あの、ここにも書いてあります、女性8割で、主婦がメインとなっております、介護、子育てというところで、フルタイムでは仕事ができないという方々に関わってもらっている会社でございます。で、まあ、見ての通り私達ですね、今、地方を中心に、ま、人を採用するところ刀入れてまして、特にあの、徳島はですね、やっぱり地元のご縁もありまして、結構、あの、メディアだとか、自治体が協力して頂けたので、今もう一大拠点となっております、で、サテライトオフィスも持っているという状態になっております。
	④ 具体的説明・事例	報道とかも取り上げられて	で、ま、いろいろとちょっと報道とかも取り上げられて、取り上げて頂いた、みたいなのところの経緯もあってですね、私達ちょっと今、テーマとしましてはですね、えー、残念な営業、AIが見抜く、というテーマでやらせて頂いております、製薬企業さんだけでなく、さまざまな分野です。え、さまざまな業界に対しても、今までブラックボックスやったような、えー、営業のトークというところを、もっとこう、見える化し、そして効率的にしていこうということで、えー、ご支援させて頂いております。

開発費なしですぐに使えるもの	④ 具体的説明・事例	商談本番を磨き上げていくためのテレ検	そして、しばらく経ちますと、もう次は商談本番が来ると、特にオンライン商談も混じってきて、ちょっと分らなくなってきたみたいな会社様に向けてですね、商談本番を磨き上げていくためのテレ検という商品も、あの、リリースしました。いずれもですね、あの、開発費なしですぐにお客様が使えるというもので、しかも月5000円以上でお使い頂けるという、かなりリーズナブルなものとして出させてもらったものでございます。
	④ 具体的説明・事例	アプリを使って、録音してアップロード	で、えと、いずれの商品もなんですけども、とにかくですね、私達アプリを用意しております。ですので、こちらのアプリを使って、録音してアップロード頂ければ、2から5営業日でフィードバックが返ってくるというものでございます。もちろんですね、あの、今回の、えー、ま、コロナの中で、ZoomだとかTeamsだとか、色々皆さん使われていて、すでに録音機能があると、その中でディテリングしていく会社さんも多いので、もうこの録音の内容をアップロードできるようなサイトも持っております。ですので、これでフィードバックを一緒に出ししますという方がたちゃっております。

どのぐらい根拠を言ったのか、どのぐらい事例を言ったのか	④ 具体的説明・事例	見ただけで、どんな話題をしゃべったのかなというのが分かる	で、この全体で私達、えーと、やっておりますが、中のフィードバックどんなことができるかというところで、もう、あの、デフォルトのものも開発費なしでどんなことができるかなんですけども、例えば、先ほどの、あの、商談を分析するものというところで、我々、過去のデータベースから、オンラインばいしゃべりとリアルっぽいしゃべりって、やっぱり違いあるよね、ということのデータ持っております、そこから逆算したかたちで、例えば、商談1本上げて頂いても、ちょっとオンラインばいしゃべりになってるよみたいなところを、計算できるようなゲーじだとか、あとは全体の商談の中で、相手の記憶に残っていそうなところというものも逆算で、私達、アルゴリズム持っております、ま、トピックをランキングで出しております。ですので、これを見ただけで、どんな話題をしゃべったのかなというのが分かるサマリーとして、使って頂きたいな箇所。あとではですね、え、全体のバランスです。
-----------------------------	------------	------------------------------	---

④ 具体的な説明
・事例 **ちゃんとヒアリング
できてるのか**

またですね、えー、ま、重要になりますのは、医師からのやはり、あの、質問に答えられてるのかとか、医師に対してちゃんとヒアリングできてるのか、そういったところをまず質問の回数として、オープンクエスション、クローズドクエスションで、なおかつ、商談の前半にしゃべられたのか、後半にしゃべられたのかといったところを数値化。さらに言うと、自分がどんな質問をして、ヒアリングをかけているのか、そして、相手からの医師からの質問に自分がどう答えたのか。何か持ち帰りにしてないかみたいなところも確認ができます。で、最後に、商談の書き起こしが全て入っておりますので、ここで【*】。話者A：*全体の振り返りをいただいて、なおかつですね、ここ、ちょっとチェックが入るところが見えるかと思うんですが、これが実は私たちの特許技術でございます。話の前後の流れから、同じことばかりしゃべってるぞ、というようなところだとか、この話題は、後にも先にも全く説明してないぞ、みたいなところを検出して、チェックマークを入れることで、話の全体から、次回はもうちょっとここを補足しようとか、そういったところに気づいていただくための、ツールとなっております。

コグストラクチャーというものに変換

④ 具体的な説明
・事例 **特許化しており、
え、海外に関しては
審査中**

このこと、比較することによって、各社だけの違いだとか、この人だけちょっと外れたトークしてるぞ、みたいなところを検出いたします。この検出の部分が、先ほどのチェックが入ったりするところ。ここでパテントを持っている、というところでございます。すでに、日本ではもう特許化しており、え、海外に関しては審査中という状態です。

半年後には、社内平均まで売り上げ

④ 具体的な説明
・事例 **データベースと比較
しましたら、自動で
レポートが出力**

で、えー、ま、その後ですね、えー、この、データベースと比較しましたら、自動でレポートが出力されると、そういったフローでやっておりますのが、我々の、あの、技術的なところでございます。で、これまでですね、導入実績としては、実は、あの、200社、昨年末時点で、200社これまで導入してきたという状態になっております。で、その中でもですね、多いのは、実は製薬企業さんと不動産ということで、製薬企業さん、もう、19社に入れているという状態になっております。

④ 具体的な説明
・事例 **不動産の方って、
すぐに成果がやっぱ
り見やすい**

で、なかなかですね、製薬企業さんって、急にこう、あの、成績に、あの、変わったりしなくて、予算達成できるかできないかみたいなところがあるので、長期路線で見ないといけないとこなんです。不動産の方って、すぐに成果がやっぱ見やすいので。あの、成績を返したくまきま。それがですね、この会社さんは、ま、とにかく売れなかった人ですね。あの、全然売れなかった人で、この80名、半年も、1年前もほぼおなじ人が来てますよ、みたいな研修のところから、まずでこ入れさせていただきまして。で、もう、とにかく自然な状態の接客を収録し、それを社内のいい人と比較して、どんなに違うかといったところを比較したレポートをお出しすることで、ま、研修に使っていただく、と。しかも研修の後も定点観測的に見ることによって、変化を見ていく、みたいな使い方をされました。

④ 具体的な説明
・事例 **若者が納得が高く
て、すぐに改善**

で、特にですね、あの、どの会社さんにも言われるのは、若者が納得が高くて、すぐに改善していくというところをおっしゃられます。これ、やはりですね、今までの、営業ってどちらかと言うとほんとに、経験とそれと練習と、OJTみたいな、そういうところが、あの、全てだったと思うんですが。我々のものはやはり、どこが違うのか、とか、自分のしゃべったものに対して、数字で出せますので、この点で若い方がですね、めげずに工夫してどんどん改善していく、というところ、どうやら効果が出てるといふふうにお伺いしております。

アウトソースして、何か分析、方向性とか分析

説明無し

我々の技術でサポートさせていただいた例

④ 具体的な説明
・事例 **継続的にこう毎月
毎月使う**

話者A：で、さらにやはり、毎月毎月やっておりますので、この定点観測として、全体がどう変わったのか、みたいな【*】。話者A：ところを毎回同じ費用で変化をたどるといこともさせていただきました。もう全体で毎月100万円ぐらいつつ使っていたと、そういったことをしていただいていた。まあもともとですね、本当にすごい時間をかけていたのがとにかくしゃべってみたいところ。もうチーム内で終わりますし本部としては全体のこの変化も冷静に見えるというところで非常にあの反応がよくて、まあ継続的にこう毎月毎月使ってもらいたい、そういったことが起こってありました。

④ 具体的な説明
・事例 **群分け分析をさせて
いただきました**

で、もう1つの例としてはまあ国内企業さんなんですけれども、この会社さんは中堅どころでしてまあ自社の中にそんなに成績いい人いるとは思ってないんですけども、この会社さんは中堅どころでして、とにかくあの、もう何ていうんですかね、いい人が、を参考にするんじゃなくて中で何が起きているのかを見たいということで、とにかく全員のデータをいただいて誰と誰が共通してるとか、誰と誰は全然違う群だみたいなところの群分け分析をさせていただきまして。そこからですね、やはり何が共通点となる人たちには何かみそがあるよねみたいなところを見出して、指導の方向性のために使っていたらいいという事例がございます。で、ここはですね、あのこの会社さんこそまあトップ営業がないんだよという前提でやられてましたが、他にも新業の対応とかそういったときに使っていたらいいという状態です。

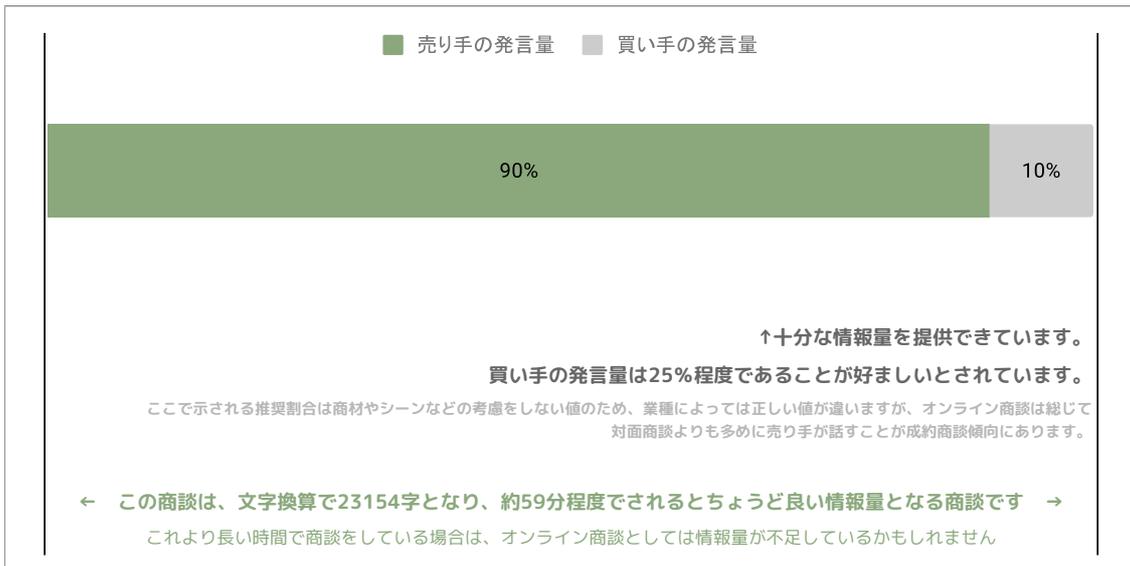
A社さんの導入事例というところで

PART3【情報量を振り返る】

ここでは商談の情報量としての過不足や、表現力・主導権について見ていきます。

他のメンバーと比較して、話量の違いを確認しましょう。

(※周囲のノイズや滑舌の状態で聞き取りにくい場合は、一般的なレベルで聞こえた通りに書かれているか、「***」で表示されています)



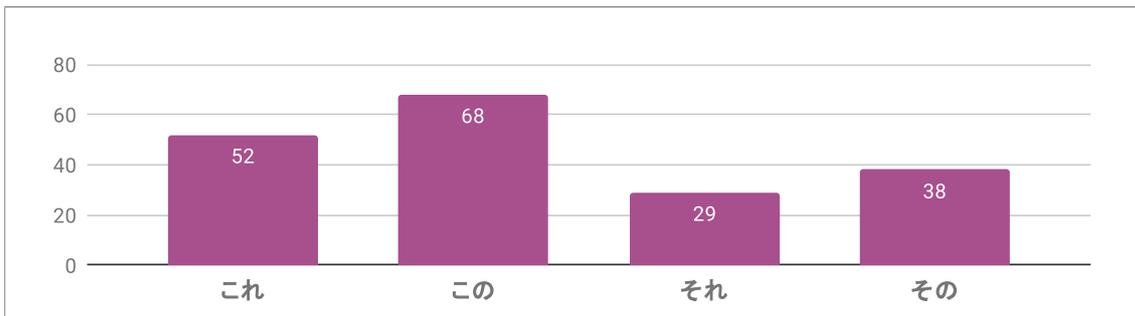
あいまいさを残す指示語の出現回数

商談内で使われた「指示語」について、その検出された数を検出しています。

リアル商談と違いオンライン会議では、あいまいな指示語で表現してしまい相手が理解しないうまく進んでしまうことが多くあります。

リアル商談では、曖昧な指示語を多用することでフレンドリーさを醸し出す良さが出る場合もあります。

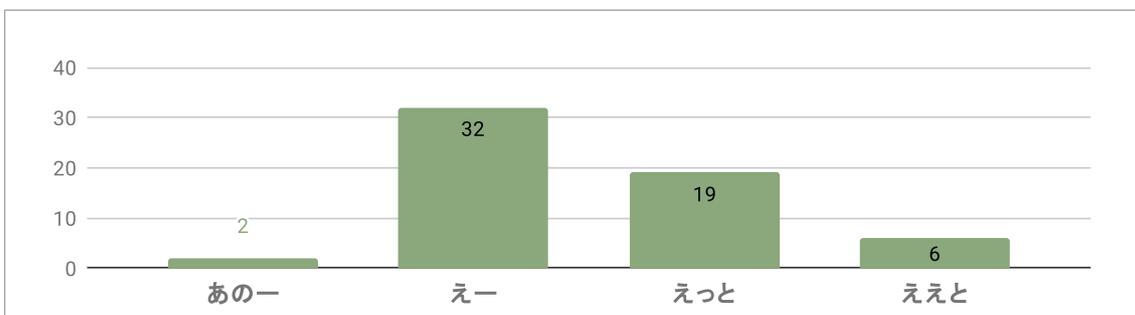
表情で読み取れない分、普段から明確な言葉で表現できるよう、下方の指示語一覧を見直し、具体的な表現に置き換える練習をしましょう。



不快にさせるフィラー語の出現回数

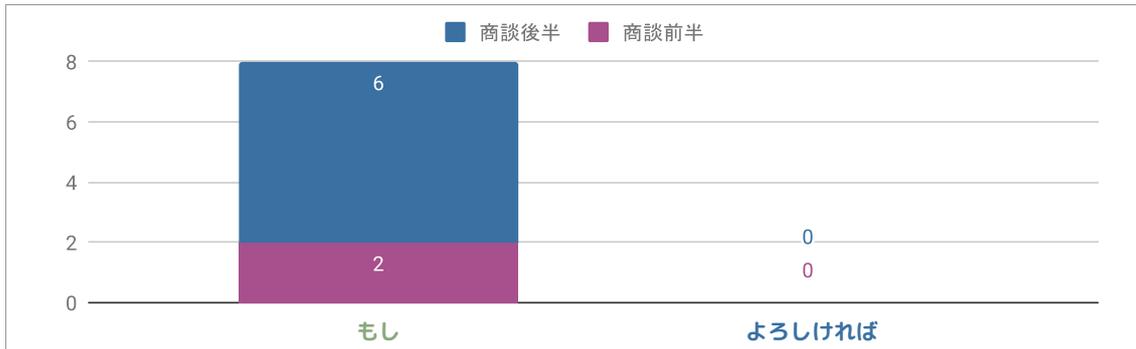
商談内で使われた「えー」「あー」などのフィラーについて、その検出された数を検出しています。

リアル商談と違いオンライン会議では、フィラーが気になり集中して聞いてもらえないことが多くあります。



明確に主導権を握るためのクロージング語の出現回数

特に商談後半で使われがちな「いつ」「もし」という語をその検出された数とその前後の会話を検出しています。
 明確な言葉で決断を促せるよう、下記の一覧を見直し、他の商談と比較してみましょう。
 (前半・後半の判断は単純に会話量の半分となる箇所で分けて分析しています)



～しゃべってる中で、ま、あいまいな指示語を何回も言っちゃってるよだとか、次回いつだったとか、
もし こうだったらみたいな、クロージングワードをどのぐらいしゃべってるかみたいなのところも数字で見～

～されて、で、フィードバック返ってきてますけれども、毎月1回ぐらいで、こう、ワークショップ、
もし くはグループワークの時間をとりませんかというところを、推奨しているというところです。もし～

～もしくはグループワークの時間をとりませんかというところを、推奨しているというところです。
もし ですね、支店とかでグループワークしにくいということであれば、1on1で、同僚や先輩とやると～

～、あんまり気にせずに行えるかと思います。 話者B：ああ、分かりました。 はい。話者B：
もし もいい人悪い人分けるとしたら、何人ぐらいずつが理想的ですか？ はい。 えっと、私たちやる～

～、とりあえず対応させていただく、という形になりますので。例えば、20、20回になるまで、
もし くは、1人ずつを絶対1回どこかでやってね、っていう形にするか、20回になるまで受け付けると～

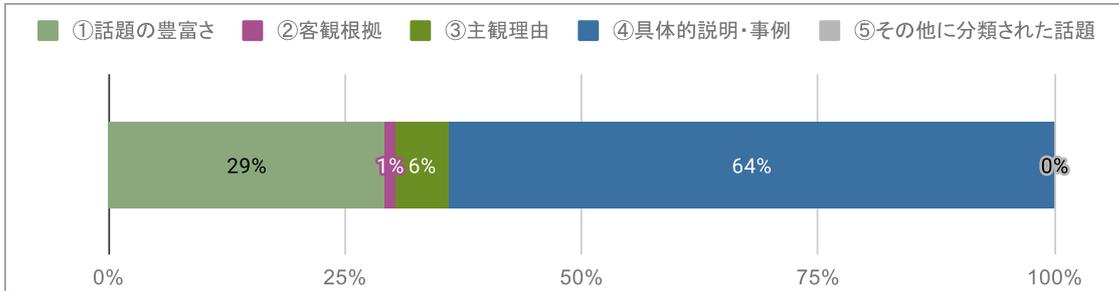
～できればもう自立で回していただけるかなと思うんです。なので、あのさせていただくんであれば
もし かするともう既存のしゃ、商品と、あとは勝ちパターンのところ、ちょっと方向性見出すみたい～

～ちょっと方向性見出すみたいなのところ、定点カンサク*的に、サポートをさせていただく*と十分
もし かするとお使いいただけるかな、いう気はしております。 話者B：なるほど。すので、ま例えば～

PART4【トークの振り返り】

商談で話された順に書き起こされています。

チェックポイントでは「更に数値的根拠を伝えるべき話題」「深掘りして説明しすぎた部分」「指示語」にアラートが出ています。
 (※周囲のノイズや滑舌の状態で、聞き取りにくい場合は、一般的なレベルで「聞こえた通り」に書かれているか、「***」で表示されています)



話順	サマリー	実際に話された内容	分類タイプ	チェックポイント
1	IPOを目指している会社	話者B：はい、届いております。話者A：はい、ではこれでちょっとさせていただきます。えーとまずですね、私共の会社なんですけれども、ま、会社としましては2013年に立ち上げた会社ですので、8期が終わるところ、というところになります。で、資本金がですね、ちょっと大きくてですね、5億円超えている状態なんです、まあいくつかのベンチャーキャピタルさんから出資を頂いて、IPOを目指している会社という形になります。	①話題の豊富さ	
2	ほとんどがですね、ま、パートタイムというか、業務委託	で、従業員数多く、こう、感じられると思うんですが、実はこのほとんどがですね、ま、パートタイムというか、業務委託というか、皆さん、あの、ここにも書いてあります、女性8割で、主婦がメインとなっております、介護、子育てというところで、フルタイムでは仕事ができないという方々に関わってもらっている会社でございます。で、まあ、見ている通り私達ですね、今、地方を中心に、ま、人を採用するということろ力入れてまして、特にあの、徳島はですね、やっぱり地元のご縁もありまして、結構、あの、メディアだとか、自治体が協力して頂いたので、今もう一大拠点となっております、で、サテライトオフィスも持っているという状態となっております。	「IPOを目指している会社」についての④具体的説明・事例	同じ話題を繰り返すすぎると不成就になりやすいため、他の話題を出しましょう。
3	報道とかも取り上げられて	で、ま、いろいろとちょっと報道とかも取り上げられてい、取り上げて頂いた、みたいなところの経緯もあってですね、私達ちょっと今、テーマとしましてはですね、えー、残念な営業、AIが見抜く、というテーマでやらせて頂いております、製薬企業さんだけでなく、さまざまな分野でですね、さまざまな業界に対しても、今までブラックボックスだったような、えー、営業のトークというところを、もっとう、見える化し、そして効率的にしていこうということで、えー、ご支援させて頂いております。	「IPOを目指している会社」についての④具体的説明・事例	同じ話題を繰り返すすぎると不成就になりやすいため、他の話題を出しましょう。
4	フジテレビの番組に取り上げて頂いた	で、ですね、えーと実はですね、私たちいろいろと報道された中で、一度フジテレビの番組に取り上げて頂いたことがあって、これが3分ぐらいで結構よくまとまっている動画ですので、ちょっと一緒にご覧頂きたいなと思います。これから流させていただきます。話者B：はい。話者C：【動画再生】営業で頑張る皆さん。あなたの悩みをAIが解決します。話者C：どのぐらいの期間で増やしていきたいなっていうのは、こう、ありますか？話者C：そうね、5年から10年ぐらいは使う予定がないので、全然良いかなと思ってます。	「報道とかも取り上げられて」についての④具体的説明・事例	同じ話題を繰り返すすぎると不成就になりやすいため、他の話題を出しましょう。

<p>82</p> <p>デフォルトにないものをどんどん新しくやらせていただいた</p>	<p>話者A：あと何かお気になることとか、こういうことできないのかみたいなこ、てございますか？ 話者B：いや、あとは、大塚製薬ってどのあたりをどんなふうに使ってるんですか？ 話者A：実はですね、初期のアイダ*でずっとやっていただいたので、もうこ、もう商品名の全然ない頃、もう、まさにあの、この、カスタマイズでずっとや*ですね。話者B：あー、はいはいはい。話者A：で、えーと、リテリングもやりましたし、プレゼンテーション、だけっていうところも強化、しましたし、あとはですね、実は日報の分析みたいなことも、させていただいたりしました。話者B：あー。話者A：ので、結構デフォルトにないものをどんどんどんどん新しくやらせていただいたみたいところですね。話者B：あー、そうなんだ。話者A：はい。話者B：あー。</p> <p>あ今はあまり、そんなに？ 話者A：そうですね、今はちょっとやっておらず、というところで、ま私達も結構外資系からの引き合いが去年一昨年すごい増えてしまって、そこをちょっと、ま、そちらは結構紋切り型でもいいみたいのところあってそちら側を、先にやらせていただいた状態です。話者B：なるほど。話者A：*かという、大塚製薬さん、すごいリクエストがお、多くて。話者B：あー、カスタマイズが、多かっただけのこと*。話者A：そうなんです、そうなんです、はい。それを今できるかなって言いながらちょっと抑えて、いただいていた*。話者B：あー、なるほどなるほど。話者A：はい。話者B：うんうんうんうん。分かりました。</p>	<p>①話題の豊富さ</p> <p>✓</p> <p>この話題について、もう少し数値的な根拠を伝えるほうが成約に至りやすくなるかもしれません。</p>
<p>83</p> <p>大塚製薬さん、すごいリクエストがお、多くて</p>	<p>話者B：なるほど。話者A：*かという、大塚製薬さん、すごいリクエストがお、多くて。話者B：あー、カスタマイズが、多かっただけのこと*。話者A：そうなんです、そうなんです、はい。それを今できるかなって言いながらちょっと抑えて、いただいていた*。話者B：あー、なるほどなるほど。話者A：はい。話者B：うんうんうんうん。分かりました。</p>	<p>「デフォルトにないものをどんどんどんどん新しくやらせていただいた」についての④具体的説明・事例</p> <p>✓</p> <p>同じ話題を繰り返しすぎると不成約になりやすいため、他の話題を出しましょう。</p>
<p>84</p> <p>大体、えー、予想はついた</p>	<p>ちょっとじゃあご提案を。話者A：はい。話者B：1度また、していただいて、僕の頭の中では大体、えー、予想はついたので。話者A：ありがとうございます。話者B：なんか、いいですか、また、ちょっと。話者A：はい。</p>	<p>「今週後半とか週明けとかでもよい、いいかな」についての④具体的説明・事例</p> <p>✓</p> <p>同じ話題を繰り返しすぎると不成約になりやすいため、他の話題を出しましょう。</p>
<p>85</p> <p>今週後半とか週明けとかでもよい、いいかな</p>	<p>じゃあちょっと、おまとめしますので、それで、あの、ご連絡させていただきます。話者B：はい。日程ってどうしましょうか、もう、*さんの日程も、お忙しいでしょうから、決め、ておいた方がいいんでしょう？ 話者A：あ、そうですね、そうしましょうか、どう、えーとそうですね、と、あの御社【*】。話者A：*、どうしても、その、なんか決めるデッドラインみたいなものってどうですかね？ 話者B：うーん。話者A：なんか、こんぐらいには欲しいなみたいなございますか？ 話者B：いや、なので、もう、一月中には、ある程度決めておきたいというのが、僕の信条ですね、ははは。話者A：なるほど、なるほど、かしこまりました。じゃあ、どうしようかな、そんな、時間かかるものではないので、それこそ今週後半とか週明けとかでもよい、いいかなとは思いますが*。話者B：あ、全然、大丈夫ですか、そんなスパンで。</p>	<p>「木曜日の4時半5時半とかはいいかな」についての③主観的背景理由</p> <p>◎</p> <p>このようなOPEN質問をしてももらえることは良い傾向です。</p>
<p>86</p> <p>遠隔なので、どちらでもいける</p>	<p>話者A：はい、ええと、そうですね、今週だと、私、実は明日の夜から徳島入りなんです。話者B：ああ、そうですか。話者A：あはははは。話者B：実家徳島じゃなかったでしたっけ？ 話者A：あ、実家もそうですし。話者B：そうですね。話者A：やっぱりお取引とかも多かったり。話者B：ああ、そうですね。話者A：*もあるんで、結構いってますね。話者B：うん。話者A：はい、そうなんです。ま、でも遠隔なので、どちらでもいけるんで。話者B：そうですね。</p>	<p>「今週後半とか週明けとかでもよい、いいかな」についての④具体的説明・事例</p> <p>✓</p> <p>同じ話題を繰り返しすぎると不成約になりやすいため、他の話題を出しましょう。</p>