

AI実務実践講座2

営業×AI 実践セミナー

～時間を生み出す・成果を上げる・差をつける～



データ分析で
精度の高い提案

商談準備を
効率化

顧客理解の深化

AI

タスク自動化で
時間を創出

10/23
2026
10:30-16:30

※お申込期限:2026/9/17

場所

高松商工会議所402会議室

受講料

※1社2名まで受講可

1社33,000円(消費税込)

懇親会

※希望者のみ

5,500円(消費税込)

定員 **12** 名

※最少開催人数4名

講座概要

ChatGPT等AIを活用した営業業務の改革・深化を実践するための講座です。見込み開拓から契約締結・顧客管理まで、営業の各プロセスをフレームワーク×AIで効率化・強化する実践的なノウハウを演習付きでお伝えします。

※ノートパソコンの持参をお願いします。

実際に各社のAI・ツールを使い実習していただきます。

対象者、対象範囲

・対象者:営業マネージャー、営業担当者など

・対象範囲:主に「BtoC」ビジネス

※演習の題材で「BtoC営業」を扱っているだけですので
ノウハウ自体はBtoC以外、営業以外も応用可能です。

講師 北濱 慶



中小企業診断士、システム監査技術者、認定支援機関。
KIT未来経営代表。高松工業高専卒業後、(株)STNetを経て独立。IT・AI導入支援、業務改善、および講師業を通して「社員が笑顔になる活力ある企業づくり」のためのお手伝いをしています。

お申し込みはこちら

一般社団法人 香川県中小企業診断士協会

〒760-8515 香川県高松市番町2-2-2 高松商工会議所会館5階

TEL: 087-884-1104 MAIL: mail8@shindan-kagawa.org

お申込み
フォーム



講義で学ぶフレームワークの一例

カスタマージャーニー

ターゲット： 30代 男性 営業職
スタート： 軽くて蒸れない紳士靴が欲しい
ゴール： 公式ECサイトにて初回購入

	認知	情報収集	比較検討	お試し	リピート
行動	SNS・Web広告を見る 他人の足元が気になる	Google検索・AI検索 公式サイトで参照	YouTubeで動画を検索 他社製品と比べる	サイズ診断を試す 公式ECで初回購入	2足目・色違いを購入 同僚や取引先に勧める SNSで発信する
接点	SNS広告 Web広告 雑誌広告 著名人のSNS投稿	Webサイト AI回答 カタログ 自社HP記事	価格com YouTube クチコミ・比較記事 SNSの実使用投稿	ECページ QAページ サイズ診断ツール チャットサポート	実商品 同梱資料 フォローメール 会員マイページ
感情	靴はもうたくさんある 紳士靴はどれも同じ 夏場の蒸れだけは不快	他社製品の方が安い 知らないメーカーだな 本当に蒸れないのか？	ちょっと高いかな 性能や耐久性が怪しい 粗悪品だと嫌だ	サイズが合わないと困る 返品の手続きが面倒そう 初購入のメーカーで不安	本当に軽くて蒸れない このブランドなら大丈夫 知人にも教えたい
与えたい 提供体験	「軽くて蒸れない紳士靴 があるのか」と気づく。 快適な履き心地を想像する。	「軽い」「蒸れない」を 数字で確認。これは大丈夫 と安心する。	価格差の理由と品質の確 かさを確認。お得意様の プレゼンに履いていきたく なる。	損はないと確信できる。 迷わず初回購入できる。	雨の日も快適に使える満 足感。知人に自信を持っ てお勧めできる。
自社対応	著名人のSNS投稿、営業 属性へのターゲティング 広告、「軽さ・蒸れな い」を一言で伝えるキャ チフレーズ作成	Web検索・AI回答対策 (SEO・LLMO)、重量・ 通気性の実測値を製品 HPに明示、第三者機関 の試験結果と素材・製法 の解説記事公開	他社比較表と耐久・通気 の試験データ公開、生産 工場・職人と品質管理体 制の開示、営業職ユー ザーの着用レビュー動画 と保証内容の明示	サイズ診断ツールと実寸 ガイド、30日間無料返 品・サイズ交換、購入者 レビュー掲載とチャット ／QAの即時回答	フォローメールとお手入 れガイド同梱、友達紹介 プログラムと会員限定の 先行販売、ソール交換等 のアフターサービスとレ ビュー投稿企画

カスタマージャーニーを使って広告戦略を立てるメリット

「とりあえず広告を出す」前にカスタマージャーニーを整理しておくことで、広告投資の効果・効率を上げることができます。

- ① 広告の”無駄打ち”が減る
各段階ごとの「注力ポイント」が明確になり、無駄な施策・無駄な出費を避けられる
- ② 予算配分に根拠ができる
見込み客がどこで脱落しているか分析することで、根拠ある予算配分が可能になる
- ③ 営業部内で ”認知～リピート” の「段階ごとの戦略」が共有できる
各段階に応じたプロセスを共有でき、営業部全体としての認識も一致しやすくなる
- ④ 効果検証・改善がしやすくなる
接点それぞれに評価目標を置くことで、どの施策が成果を上げているか可視化できる

当講義では、こうした解説の後に「AIを活用してフレームワーク作成する演習」を行うことで、営業・マーケティングの武器を増やしていきます。