

第3章 | 初回ヒアリング（要件定義）

目的

顧客との初回接点で「この会社は戦略視点を持っている」と認識させ、**受注前から信頼関係を構築するためのヒアリング品質**を担保する。単なる「聞き役」ではなく、**仮説と方向性を提示できるパートナー**としての立ち位置を確立する。

運用原則（Core Rules）

原則	内容
戦略起点	顧客の経営・売上構造を理解した上で提案する
情報可視化	ヒアリング内容は即日Notionで構造化し社内共有
仮説提示	「現在の課題仮説」と「改善方向性」までその場で提示を心がける

ヒアリング実施前の準備

- CRMまたはNotionで顧客情報（業種・年商・体制・URL等）を事前調査
- ヒアリングテンプレートを開き、セミオートで記録できる状態を準備

ヒアリング構成

セクション	主な質問項目（例）
① 企業プロフィール	業種／設立年／年商／社員数／支店有無
② 商材構造	主力商品／単価／利益率／商談プロセス
③ 集客・営業状況	Webサイト有無／広告経験／紹介比率／営業体制
④ 組織・IT体制	社内のITツール活用状況／更新・発信の運用フロー
⑤ 経営者の問題意識	「最近うまくいっていないことは？」／「伸び悩んでいる理由は何だと思うか？」
⑥ 課題仮説（提示）	「Web活用が属人的すぎるのでは？」／「CV導線が切れているのでは？」 など

セクション	主な質問項目（例）
⑦ 次アクション	提案書送付／無料診断／2回目MTG日程など

会話録音とデータ管理

- Zoom／Google Meetでのヒアリング時、**録音の同意取得は必須**
- 録音ファイルはGoogle Driveで管理、Notionにリンク添付
- 録音データはChatGPT／Whisper等で要約し、30分以内に「議事録初稿」を作成し社内保存

ヒアリングの評価指標（社内研修・レビュー用）

評価項目	配点	評価基準例
① 情報収集力	30点	商材構造／IT状況／商流を網羅的に収集できたか
② 仮説提示力	30点	その場で仮説と課題整理の方向性を提示できたか
③ 資料化・共有	20点	Notionにまとめ、社内共有ができているか
④ 顧客反応	20点	「鋭い」「参考になる」等のコメントが出たか

よくあるヒアリングミスと対策

誤り	対策
Web制作の話題に終始	「事業課題→Webの役割」に話を引き戻す質問力を持つ
提案を急ぐ	課題ヒアリング前に提案を出さず、相手の声に7割を費やす
情報を記録しない	録音がない場合は即メモ起こし。記録がない＝品質劣化