

簡易調査報告書

2023年最も気になっているワード

本レポートの前提

■ レポートに使用したアンケートについて

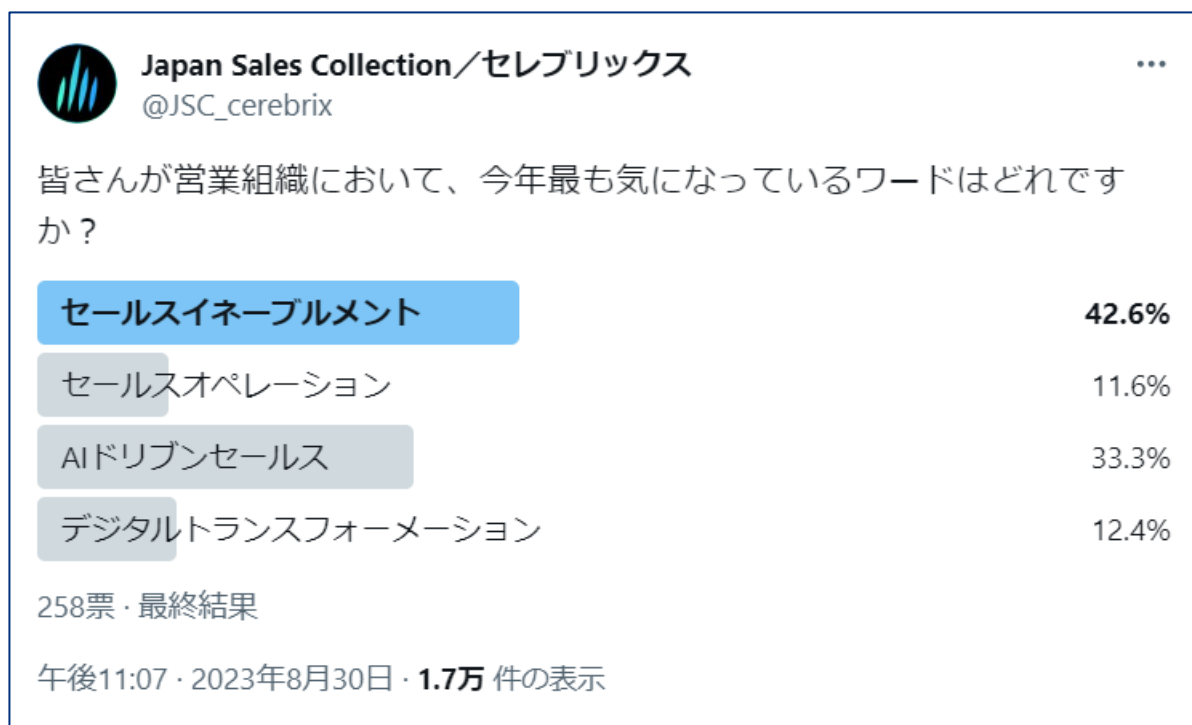
【調査方法】 SNS調査（X上のアンケートフォームを使用）

【調査対象】 「Xを使用している」人物

【調査時期】 2023/8/22～2023/8/23

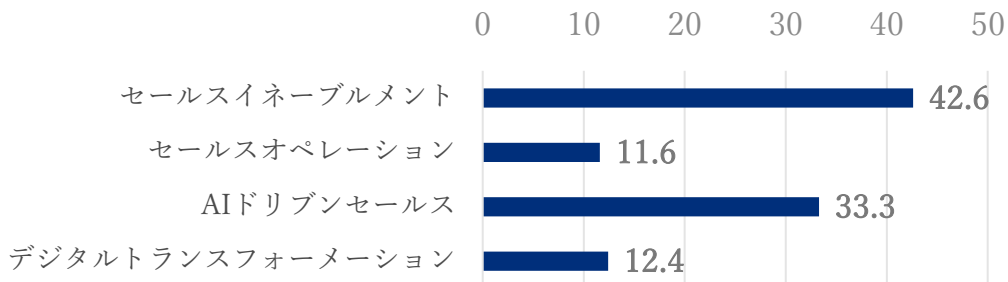
【調査項目】 2023年最も気になっているワード

【回答数】 258件



2023年最も気になっているワード

皆さんが営業組織において、
今年(2023年)最も気になっているワードはどれですか？



2023年8月、X（旧Twitter）にて、「営業組織において、今年最も気になっていること」についてアンケートを実施した。

選択肢は4つの中から選ぶという簡易的なスタイルではあったものの、企業の関心毎が示されているといえる。

最も高いスコアを示したのが、「セールスイネーブルメント」で42.6%であった。

「セールスイネーブルメント」の奥は深い。

セレブリックスではセールスイネーブルメントを広義で見た際に、「売れるメカニズムをつくること」と定義している。

売れるメカニズムをさらに噛み砕いて表現するならば、データベースに蓄積された営業活動データを解析して、誰でも成果を出しやすいような、営業ツールやコンテンツの開発を行い、それを実行するプロセス設計や教育に落とし込んでいくこととすることができる。そしてそれらを一過性の研修で終わらせるのではなく、継続的に改善活動を循環させる仕組みを指している。

「セールスイネーブルメント」のキーワードに教育という言葉が度々登場するため、教育や研修がセールスイネーブルメントだと誤解されやすいが、ある意味「セールスイネーブルメント」という言葉が話題となり、言葉が一人歩きしてきた裏付けともとれる。

労働生産人口が減る中で、1人ひとりのパフォーマンス向上が求められる中で、引き続き注目を集めることだろう。

次に高いスコアを示したのが、「AIドリブンセールス」である。

生成AIの活用は、2023年3月にChatGPT-4が発表されて依頼、多くの企業や営業が関心を持っている。実際に全社的に生成AIを導入している企業の割合は11.0%※とまだまだ少ないのが実態だが、今後は成功事例や活用事例含めて関心が高まっているといえるだろう。

（※営総研にて外部調査会社を使用し調査を実施。詳細は今後発表予定の調査レポートにて掲載予定。）