

ハイパフォーマーが実践する テレアポの成功率を上げる ポイント

リスト/スクリプト作成術、話し方のポイントを徹底解説



目次

01. テレアポの成功を握る鍵
02. リスト&トークスクリプト作成のポイント
03. 押さえるべきトークのポイント
04. テレアポでよくあるお悩み Q&A集

01.

テレアポの成功を握る鍵

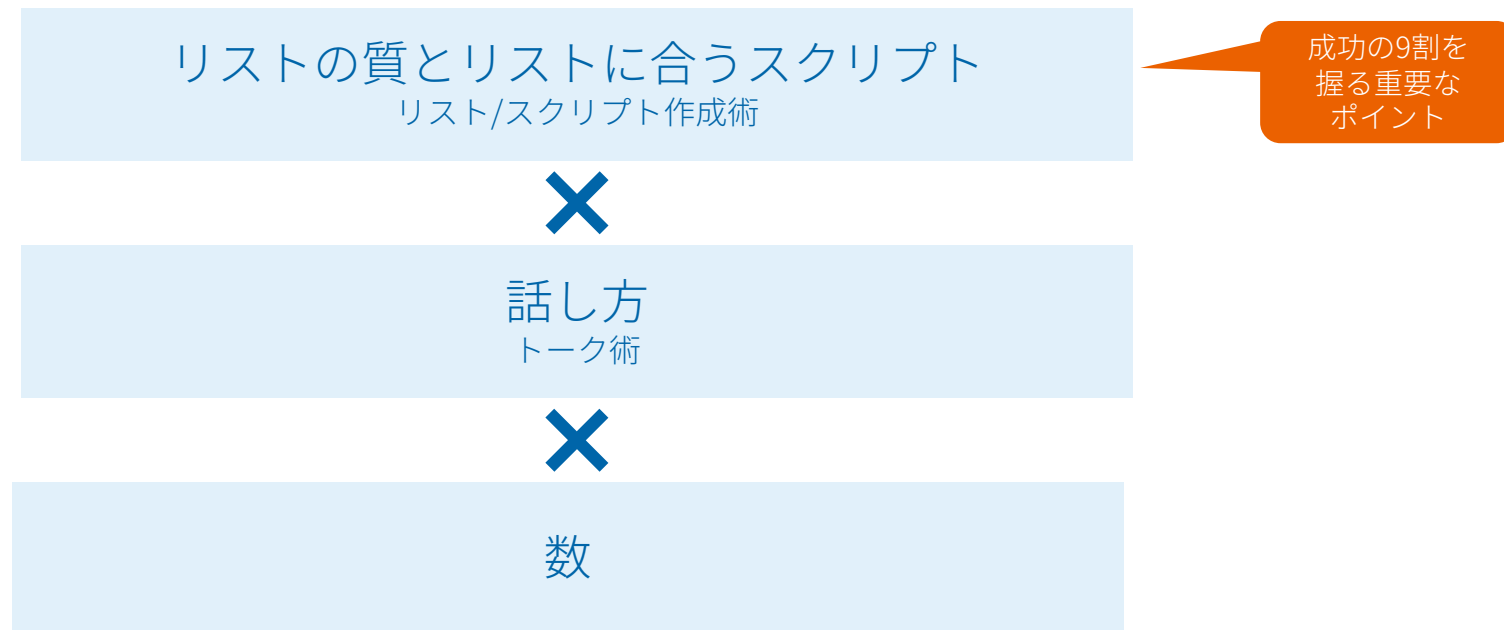


テレアポの成功を握る鍵

テレアポの成功は「リスト×トーク×数」の3要素から成り立つ

まずテレアポで成果を上げるためには「リスト×トーク×数」の3つの要素が重要となります。そのため「正しいリストの作り方」「正しいトーク展開」さえできれば、あとは場数を踏むだけです。

本Ebookでは、テレアポの準備に当たる「正しいリストの作り方」と「リストに合わせたトークスクリプト」の作成方法について解説いたします。特に**リスト&スクリプト作成はテレアポ成功の9割を握る**と言われているほど重要な要素となっておりますので、是非チェックしてみてください。



02.

リスト&トークスクリプト作成 のポイント



リスト & トークスクリプト作成のポイント

作成手順

トークスクリプトはリストに合うものである必要があるため、**リストとトークスクリプトの作成はまとめて行った方が効率的です。**
作成の流れとしては以下の4ステップの順に行います。

1. どのような顧客に何を売りたいのかを決める
2. リストの作成方法を決める
3. リストアップする
4. トークを一緒に作る

リスト & トークスクリプト作成のポイント

STEP 1. どのような顧客に何を売りたいのかを決める

いくらトークを磨いてもニーズがない顧客に売込みをしては意味がないため、一番初めに「**どのような顧客に何を売りたいのか**」をイメージし、ターゲットを決める事が大切です。

その際に、「**どのような状況におかれている顧客がターゲットとなりえるか**」を言語化する事で、アプローチリストの質を担保する事につながります。

- 参考例 -

オンライン営業システムの場合

営業のリソースが足りていないと感じている。リモートワークで働ける企業、営業が●名以上いる企業 など・・・

経費精算サービスの場合

バックオフィスのリソースが足りていない。従業員数が増えてきている企業 など・・・

リスト & トークスクリプト作成のポイント

STEP2. リストの作成方法を決める-1

ターゲットとなる顧客が持つ要素を明確にできたら、集めるべき情報に合わせて、どのような方法で営業先をピックアップしていくか決めましょう。今回はリスト作成において代表的な営業先のピックアップ方法を紹介します。

検索エンジンから

営業先の企業を検索エンジンでピックアップする際、おすすめ方法としては、業種、企業規模や取り扱いサービスなど、STEP 1 で決めた**ターゲットや自社サービスに合わせた軸でピックアップする事**です。

また、キーワードで調べる以外にも下記のような観点でみる事もおすすめです。

- ・リスティング広告の出稿有無から予算規模を推測する
- ・従業員数から自社サービスのターゲットとなる職種の人数を予想する

ポータルサイトから

「**ターゲットとなる顧客の共通項**」からリストを作りたい場合はポータルサイトを見ながら作成する事もおすすめです。

例えば「働きがいのある会社」というまとめ方で取り上げられている企業の場合、福利厚生に力を入れているのではないかと読み取ることができます。

次ページへ続く 

リスト & トークスクリプト作成のポイント

STEP2. リストの作成方法を決める-2

求人サイトから

求人サイトを利用するメリットとしては「**企業のリソースが足りていない部分分かる**」という点です。

(例1) バックオフィス系支援サービスの場合

バックオフィス系求人の有無で、リソースが足りているかどうか分かる

(例2) 営業支援系サービスの場合

営業職を募集している場合職務内容を確認する事でその企業の営業の動向をおおよそ判断することができます。

(新規顧客向け営業をしているのか、在宅で営業を行なっているかなど)

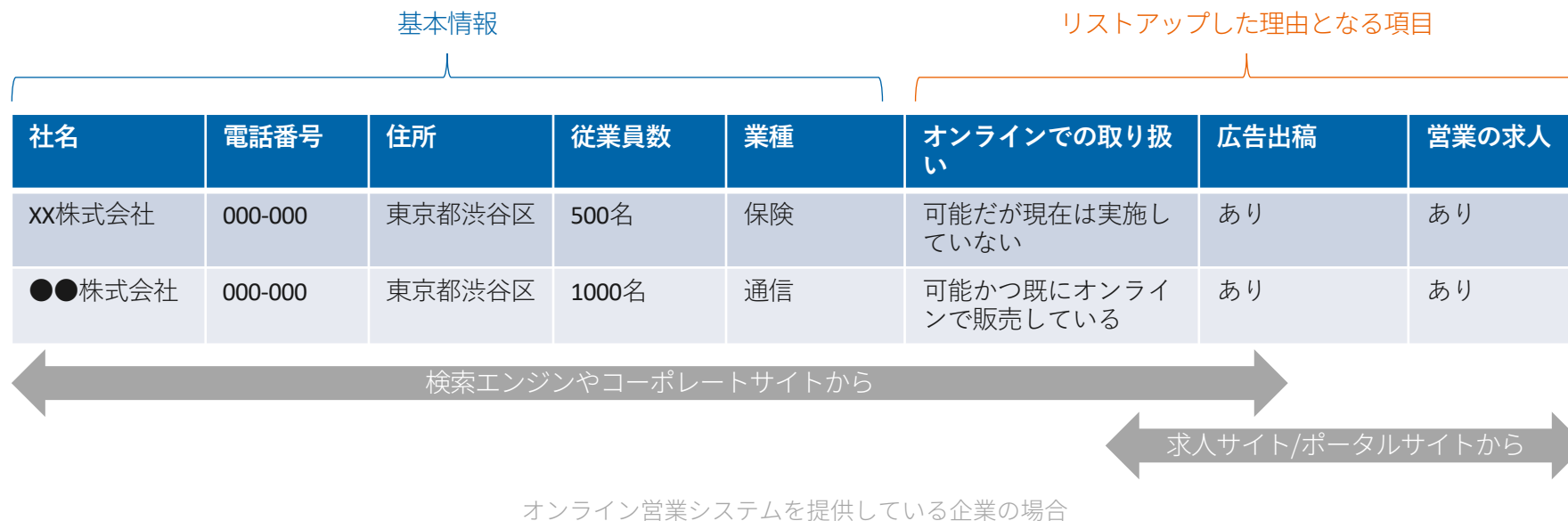
リスト & トークスクリプト作成のポイント

STEP3. リストアップする

方法を決めたら、実際に顧客をピックアップしてリストを作っていきます。

リストアップする際に重要なことは、従業員数や所在地のような基本情報の他に「**どういったポイントを見て選定したのか**」「**なぜリスト先の企業に営業したいのか**」という内容を合わせて確認しておくことです。この「リストアップした理由となる項目」を設け、各媒体をうまく使い分けながら調べるのがおすすめです。

例えば、オンライン営業システムを提供している企業の場合、「取り扱っている商材がオンラインでも売ることができるか」「リモートワークを積極的に実施しているか」などがターゲットにしたい企業の要素となります。その条件に合うかリスト作成時に確認することで、スクリプトを作成する際「**その顧客に営業したい理由**」を言語化しやすくなります。



リスト & トークスクリプト作成のポイント

STEP4. トークを一緒に作る

リスト作成時に集めた情報を元にトークスクリプトを作成します。

この時必要なことは「相手の状況にあった提案をする事で、信頼してもらい、話す時間をいただく」という事です。

- 電話をかけた理由
- 話を聞くべきだと思ってもらう理由

を相手にわかりやすく伝えることで、「自分に合った提案内容」だと思ってもらいやすくなり、話を聞いてもらえる確率が上がります。

- 参考トークスクリプト例 -

お世話になります。ベルフェイス株式会社の●●と申します。

この度は[リモートワークを推進されている企業様※1]に、[営業DXにおいて役立つ情報※2]をご案内させて頂きたくお電話致しました。

2分ほどご紹介のお時間頂きたいのですが、ご担当者の方をお願いします。

※1：電話をかけた理由を伝える

※2：相手が話を聞くべき理由を伝える

リスト & トークスクリプト作成のポイント

トークスクリプト参考例

アウトバウンド営業の場合

お世話になります。株式会社●●の●●と申します。

この度は**〇〇（電話した理由を盛り込む）**のような企業様に、**〇〇のようなご提案の機会（顧客が聞くべき理由を簡単に一言で）**をご案内させて頂きたくお電話致しました。

2分ほどご紹介のお時間頂きたいのですが、ご担当者の方をお願いします。

アウトバウンド営業の場合

お世話になります。株式会社●●の●●と申します。

この度は**弊社ホームページ（経由媒体名）よりお問い合わせ頂きました件にてご連絡致しました。（電話した理由を伝える）**

お問い合わせ頂きました内容について、一度ご説明させて頂きたく思います。

一度、20～30分ほどアポイントのお時間いただけませんか？

03.

押さえるべきトークのポイント



テレアポにおけるトークのポイント

リストやスクリプトの作成に費やした労力を無駄にしないためにも、テレアポにおけるトークのポイントを抑えておくことは重要です。

今回は、リストの準備やスクリプト作成といった事前準備を行った上で、**お客様との会話において「どのように話すのが効果的か」**という以下3つのポイントについて解説します。

1. 相手のために電話をしたことを最初に伝える
2. 自分の言葉で話す
3. あえて鈍感になる

押さえるべきトークのポイント

POINT1.相手のために電話をしたことを最初に伝える

話を聞いてもらうために必要なことは「**相手のために電話した**」という事を伝えることです。リスト作成時に調べた情報を元に「**なぜ、今この話を聞くべきなのか**」と言う事を会話の序盤で伝えます。

そうすることで、お客様に自分宛にかかってきた電話であると認識させ、話す時間をもらいやすくなります。

OK例



●●様、今回お電話したのは理由がありまして、丁度先日アンケートにご回答いただいた要望に合う物件があり、人気のある物件があったのでご紹介だけでもしておきたくお電話いたしました。

NG例



●●様、現在良い不動産投資の話がありましてお電話いたしました。

POINT2.自分の言葉で話す

トークスクリプトをそのまま読むと営業している雰囲気が出てしまい、相手に警戒されることはありませんか？

そこで大事なのは「自分の言葉で伝える」ということです。

自分の言葉で伝えるには相手の反応に応じて反応や相槌を変え「**会話している雰囲気**」を作ることが重要です。

また、その場でのアレンジが難しいという場合以下2点を抑えながら、スクリプトをアレンジするのがおすすめです。

- スクリプト自体を会話調・口語調にする
- 間、強弱を入れる

あえて間を取ったり、砕けた口語表現を適宜使うことで自然な言葉になります。

定形的な雰囲気をなくす事で「**自分の言葉で話している**」ということが相手にも伝わり、「**信頼感**」を醸成しやすくなります。

OK例



当社はベルフェイスと言いまして、**(少しの間)**簡単に言うと、オンライン商談システムなのですが・・・

NG例



当社のベルフェイスというオンライン商談システムについてお話を聞いていただけませんか。

押さえるべきトークのポイント

POINT3.あえて鈍感になる

ここで言う「鈍感」とは**予算、決裁権、競合他社の検討状況、商談のポイント**など「アポ獲得後の提案時に重要なヒアリング事項となるが、相手には直接聞きづらいこと」をスムーズに聞ける力のことです。

提案時に重要となる要素をアポ獲得時ヒアリングできるかどうかで、その後の提案の質や受注率が大きく変わります。

ヒアリングをする際は、以下の点に気をつけて聞くことをおすすめします。

- **枕詞を使う**

「もしご検討いただける場合は～」 「差し支えなければ～」などの言葉を使って質問を和らげる

- **堂々と話す**

ヒアリングをする際、申し訳なさそうな雰囲気を出さず、堂々と聞くようにする。

- **トーン分け**

枕詞と聞きたいことを話す際のトーンを分ける

※ヒアリングできないケースもありますが、その場合は無理に聞こうとせず「商談の際に教えてください」など、質問を流す様にしましょう。

- 参考例 -

もし良いと思った場合は、 そのままご導入いただくことは可能でしょうか

軽いトーン/枕詞

真剣なトーン

最後に教えて頂きたいのですが、 ご検討において一番重要なポイントを教えてください

軽いトーン/枕詞

真剣なトーン

04.

テレアポでよくあるお悩み

Q&A集



テレアポを行う際によくご相談いただくお悩みと解決策

Q.受付の方にお断りされることが多く、なかなか担当者に繋がりません

A. 事前のリサーチを行い、担当者が分かる場合は直接連絡してみましょう。

しかし、担当者が分からない場合は「●●様にお繋ぎいただけませんか？」ではなく「●●様にご確認させていただきませんか？」など**言い回しを工夫したり、電話した理由をお伝えし「繋いだ方が良さそう」と思っていたくようにしてみましょう。**

Q.話は聞いてくれるけどアポイントが取れない場合はどうするべき？

A. この場合、お客様にマッチしたトークが出来ていない可能性があります。

電話の途中で逆質問をするなど、相手のニーズを探りながら会話をするのがおすすめです。

Q.ヒアリングのコツを教えてください。

A. この場合、お客様にマッチしたトークが出来ていない可能性があります。

電話の途中で逆質問をするなど、相手のニーズを探りながら会話をするのがおすすめです。

Q.部下のモチベーションをどう保てば良いですか？

A. テレアポ担当者の目標は行動量を追う場合も多いので、行動量の多さにモチベーションが下がらないよう、**行動数を日単位や時間単位などの小さい単位で割り、出来るだけ行動量を少なく感じてもらうようにするのがおすすめです。**

また、**アポを取るのではなくリストの精査をしているという意識付け**をする事で、質の高いリストやスクリプト作成にもつながりやすくなります。

最後までご覧いただき誠にありがとうございます。
お困りのことがございましたら
お気軽にご相談ください。

cs@bell-face.com

