

成果が出る！ テレアポ成功の全体戦略ガイド

Agenda

1. テレアポでよくある失敗とは
2. テレアポでなぜ失敗するのか
3. ターゲティング
4. 企業リスト
5. スクリプト
6. アポインター
7. 会社紹介
8. お問い合わせ

1. テレアポでよくある失敗とは

テレアポでよくある失敗例

- ✓ 闇雲に荷電をしアポイントが生まれない、
- ✓ アポイントが多少発生していても成約まで至らない

「ただのテレアポ…」と思ってひたすら荷電しても結果は出ません。



では、どうすればテレアポで結果が出るのか？



2. テレアポでなぜ失敗してしまうのか？

実際のフィールドセールスでは
ロープレや商材理解を深めたりと内容に目を向けて試行錯誤するが

テレアポとなると途端に

- ✓ リソースが足りない
- ✓ 所詮テレアポ…

様々な理由でそこが抜けているケースがほとんど



結論、営業戦略がしっかりと構築されていないため。

「結果が出るテレアポを始めたい」「始め方がわからない」
そんな方に向けてすぐに実践できるノウハウを提供します。

3. ターゲティング

自社商材のペルソナが明確になっている必要があります。
このペルソナもこちら目線ではなく、顧客視点でのペルソナ像です。

具体的に、自社商材を必要としている方が

A

どんな悩みを持っていて

B

どういう状態になりたいのか？

を言語化することでまずターゲティングを精査する必要があります。

Aのどんな悩みを持っているか？については、表面的な悩みではなく
深掘りを行い、ペルソナの具体的な悩みを出す必要があります。

深掘りのコツは、Whyを自社商材に対して3回行う事で見えてきます。
このターゲティングの仮説を3つ用意しておきます。

4. 企業リスト

次に、ターゲティングで出てきたペルソナの企業リストを作成する必要があります。

主に、リスト作成方法は、の3つです。



スクレイピングシステムを用いる



リスト作成代行会社への依頼



人力でHPを調べリスト化

ターゲティングがしっかりとできていないと
悪いリストが完成してしまい、**結果としてテレアポで結果が出ません。**

どのターゲティングのリストが一番、効果が出るのかのABテストを行う必要があります。

5. スクリプト

続いてスクリプトです。

スクリプトもターゲティングから導き出されたニーズから「どんなキーワードが刺さるのか」「フックになるキーワード」の仮説を最低でも3つ挙げ、その仮説ワードに沿ったスクリプトを用意しABテストを行う必要があります。

このABテストで見るとべき項目は、



ここで効果が最大化されるスクリプトを絞って行きます。

6. アポインター

最後はアポインターです。

ただ、電話をするだけだったら誰でも実務可能です。ただ、**成果を出すテレアポとなると話しは別です。**



どのキーワードが刺さっているのか



どのキーワードで
離脱が起きているのか



ターゲティングが適切か

など、荷電から得た情報をまとめ改善から成果に繋げるための修正点を言語化する力が求められます。

アポインターに対し、ここの教育がされていないと結果が出ず、アポインターが疲弊していくだけで結果がでないなんて事も多々あります。

7. 理念・会社概要

求められているサービスを適切な人へ

グッドアポでは、
常に顧客のニーズを追求し、
最適なサービスを提供していく顧客第一主義。

企業の成長に不可欠である、
BtoBに特化した成約率の高い
高品質なアポイントをお繋ぎしていきます。

社名

T-Mark株式会社

所在地

〒460-0003

名古屋市中村区名駅南2丁目7-8

代表者

寺林 優哉

事業内容

テレアポ

(アウトバウンドセールス、インサイドセールス)

営業コンサル

7. 会社概要

お客様の課題解決に全力サポートいたします。

まずは貴社の課題をお聞かせください！

\ グッドアポサービス資料はこちら /

テレアポ無料相談

\ 60秒で入力完了 /

資料ダウンロード