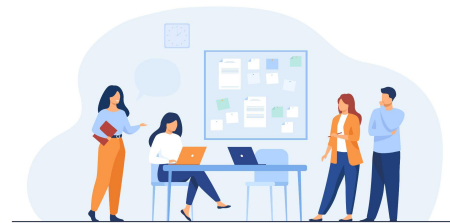


安定的な受注が望める！



アウトバウンドコールで

再現性高く**成果**を出す為の準備について

— アプローチ実行までのプロセスを徹底解説

Agenda

- 01 アウトバウンドコールで成果を出すために
- 02 ターゲットの特定
- 03 アプローチシナリオの作成
- 04 アプローチの実行
- 05 まとめ



セールスリクエスト **ができること**



**見込み商談数
の最大化**



**Salesforce
の設計**



**Account
Engagement
の運用**

01

アウトバウンドコールで
成果を出すために

みなさんは
アウトバウンドコールに
どんな印象を持っていますか？

アウトバウンドコールの印象

アウトバウンドコールへの
期待値が低いと…

インバウンドリードに
適切に対応したい…

ハウスリードから
商談創出をしたい…



アウトバウンドコールへの
期待値が高いと…

アウトバウンドコールで
成果を生みたい！



アウトバウンドコールは、正しく準備すれば再現性高く成果を生み出せる施策です

アウトバウンドコールの期待値が低い理由

アウトバウンドコールへの期待値が低い理由として、
よくある失敗体験が影響しています。



思うような成果が出ず
組織も疲弊してしまった



テレアポ代行会社に依頼
したが案件化に至らない



商材がテレアポと
相性が悪いと思っている



これらは全て、正しい効果検証ができていないことが原因です！

失敗を招くよくあるケース

CASE 1

ターゲットリストを
精査していない



CASE 2

顧客解像度が低い
人材に任せている



CASE 3

メリットを伝える
スクリプトがない



CASE 4

優先順位が
付けられていない



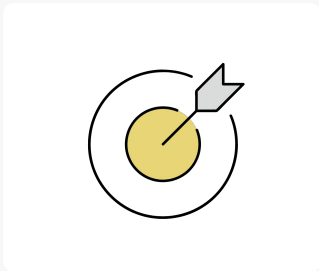
上記のような状態では、アウトバウンドコールの効果が出にくい



アウトバウンドコールの効果高めるには...？

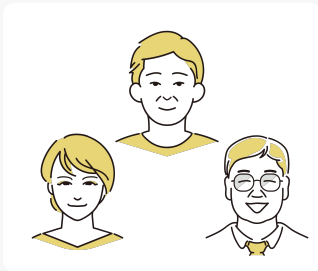
ポイント 1

アプローチすべき顧客を
明確にする



ポイント 2

顧客解像度を
高める



ポイント 3

顧客に
明確なメリットを示す



これらを満たしていない場合、まずこれらを満たす取り組みから始める

02

ターゲットの特定

ターゲットの特定

最も陥りやすい失敗は望みのない相手へのリソース投下
ターゲットを明確にすることで**必要な相手にリソースを集中**する

ターゲットを特定するための5つのステップ

01

受注顧客分析



02

類似サービスの
事例調査



03

類似企業の
特定



04

部署・役職の
特定



05

CRMの突合



01 受注顧客分析

過去の受注リストを作成し、顧客の共通点を分析
過去受注企業の共通点を見つけ出すのが最も精度が高い



02 類似サービスの事例調査

過去の受注リストが少ない場合、
類似サービスや競合サービスの事例記事調査が有効です。



競合他社などの
類似サービス

ターゲットにしている情報

導入事例記事

顧客事例などの資料

仮説立案

類似サービスの事例として
どのような属性が多い
かを分析・把握

仮説を立て
ターゲットに活かす

03 類似企業の特定

受注顧客の共通点を発見できたら、その条件に合致する類似企業を特定します。
共通点を条件に絞り込みを行い、ターゲットリストを作成しましょう。



04 部署・役職の特定

次に、コール時にリクエストする**繋ぎ先（部署・役職）**を決定します。

悪い例

実態と異なる部署・役職にアプローチ

経理向けサービスだから
経理部がいいだろう

意思決定者である役員に
連絡をするのがいいだろう



良い例



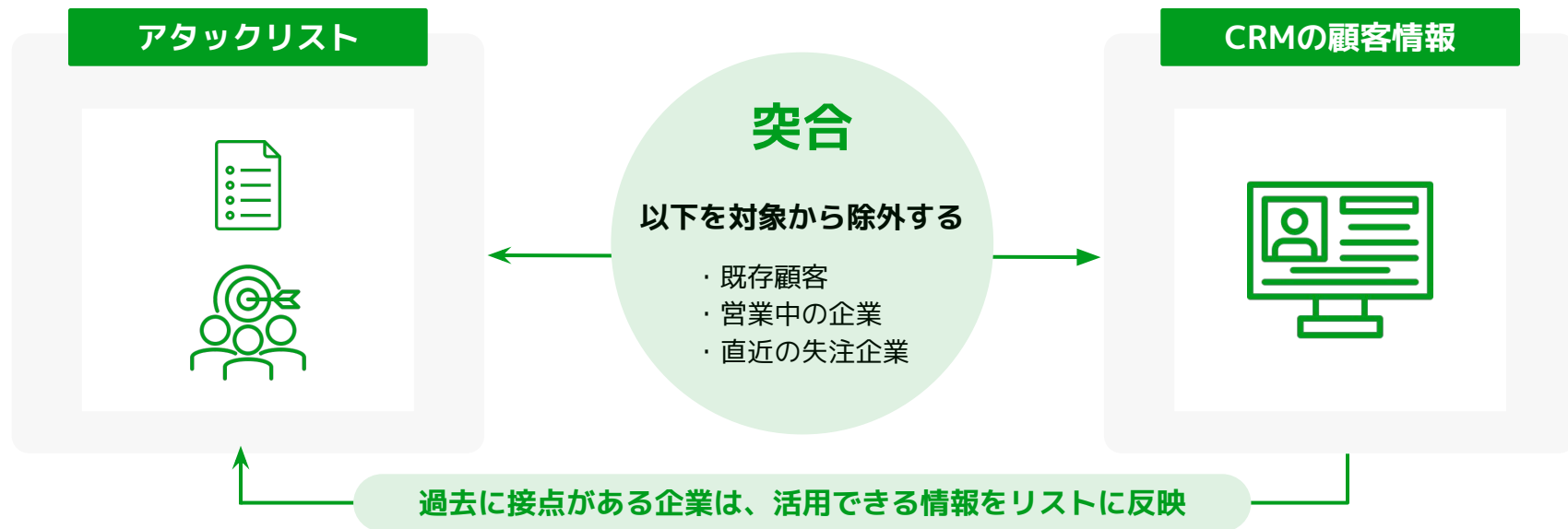
顧客分析や類似サービスの調査に基づいて検討

実はIT部門を切り口にした
受注が多かった…！

実は課長クラスが推進者となって
受注したケースが多かった…！

05 CRMの突合

ターゲットとすべき企業、部署、役職を反映したターゲットリストが作成できたら
CRMの顧客情報との突合を行いましょう。



03

アプローチシナリオの作成

アプローチシナリオの作成

ターゲットが特定できたら次にアプローチシナリオの作成を行います。
成果を出すために**短時間で顧客の関心を獲得する**必要があります。

アプローチシナリオの作成ステップ

01

ペルソナ整理



02

価値提供の
言語化



03

企業調査



04

個人特定リサーチ



ペルソナ整理

ターゲット顧客が**どんな業務**をしており、**何に課題**を感じているのか
想定できる顧客像を作成しましょう。

属性や抱えている課題の組み合わせで
複数のペルソナを想定する



ペルソナA



ペルソナB



ペルソナC

効果的なシナリオはそれぞれ異なる



ペルソナ整理によって
顧客解像度を高める

顧客のメリットを
理解した上で架電できる！



営業担当

提供価値の言語化

整理したペルソナごとに**伝えるべき提供価値を言語化**します。
その上で**トークスクリプトに反映**し設計します。

言語化すべき内容

- 自社商材が解決できる課題
- 課題を解決するための機能や特徴
- 課題解決の実績
- 自社商材を今検討することの価値
- トークスクリプト作成



言語化した
内容を反映

トークスクリプトの基本構成

1. 自己紹介
2. なぜあなたに電話したのか
3. 数分の商材説明を行う許可依頼
4. 商材の概要
5. 商材が解決する課題
6. いま検討すべき理由
7. オファー
8. オファーへの反応に対する対応や質問
9. クロージング

企業調査

短い通話の中で顧客の関心を引くには、
「なぜあなたに電話したのか」を具体化することが重要です。

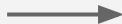
無作為にアプローチ



なぜ自分に
かけてきたんだろう…



営業担当



顧客

特定の企業・人に限定したアプローチ

事前に企業調査

- ・ 事業内容
- ・ IR情報
- ・ 中期経営計画
- ・ サイトやメディア



営業をしてきた背景や
理由が納得できる…！



営業担当



顧客

個人特定リサーチ

CRMの情報でターゲットの個人特定ができなかった企業に対しては、**SNSでの個人特定リサーチとメディアインタビューの検索**が有効です。

SNSリサーチを行うメリット

01

電話受付で個人名を出して
打診できる

02

経歴や発信情報から
人物像を事前にイメージできる

03

直接メッセージを送って
商談に繋がられる可能性もある

リサーチを行うべきSNS対象



X (Twitter)



LinkedIn



facebook



Eight

04

アプローチの実行

ここまできて
アプローチの実行です！

ここで重要になるのは
「手段と優先順位」 です

アプローチ手段

アウトバウンドコールは名前のとおり電話を基本とするアプローチですが、
その**前後でアクションを組み合わせる**ことで効果を高められます。



アプローチ手段の検証

検証は個人の判断に委ねず、必ず**組織**として**ルール**を作って取り組みます。
同じ条件下のデータが揃わなければ、検証が不十分になってしまいます。



個人の判断で検証する

- 各々が独自条件で行い、データが揃わない。
- 結果的に検証ができず、効果的なアプローチがわからない。



組織としてルールのもと行う

- 全員が同じ条件でアクションを行うことで、**検証データが揃う**。
- 結果的に、**効果的なアプローチの判断を行うことができる**。

リストの優先順位付け

優先順位を付けずに上から架電したのでは非効率です。

リストを分類し、**商談化可能性が高い順からアプローチ**してください。

優先順位の付け方

01

個人特定あり
接点あり



02

個人特定あり
接点なし



03

個人特定なし
接点なし



05

まとめ

まとめ

今回は、アウトバウンドコールで成果を生み出すための
ポイントを解説しました。

アウトバウンドコールで成果を出すためには？

01

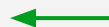
アプローチすべき顧客を
明確にする

02

顧客解像度を高める

03

顧客に明確なメリットを示す



ターゲットの
特定

アプローチ
シナリオの
作成

さいごに

アウトバウンドコールは
地道な準備や検証を行えば、安定的に受注を生み出せる手段です。

やみくもに行うのではなく
成果を出せるアウトバウンドコールを目指しましょう。



アウトバウンド施策のメリットについては、セレブリックス社の今井さんが非常にわかりやすい記事を書かれていますので、ご一読をおすすめします。



PUSHの新規開拓営業なんてツラくて嫌!! そんな貴方に伝えたい。
それでも私たちがアウトバウンドをやる理由

<https://note.com/nikofu/n/n32e9717e88b2>

会社紹介

会社名	株式会社セールスリクエスト
代表	代表取締役 原 秀一/Hara Shuichi
設立	2019年4月
所在地	東京都世田谷区駒沢公園 1-1 Tote 駒沢公園 307
事業内容	インサイドセールス代行 Salesforce/HubSpotコンサルティング
顧問弁護士	法律事務所LEACT 弁護士 酒井 貴徳 / 荒木 峻
ISMS認証取得	当社は、「営業及びセールスフォース構築、コンサルティング業務」の範囲で、ISMSの国際規格「ISO/IEC27001:2022」の認証を取得しています。 

お気軽にお問い合わせください

セールスリクエスト



株式会社セールスリクエスト

<https://www.sales-request.com>