

売れる組織作りに着手したい経営層、役員の方は必見！

在宅チームで、 見込み客のアポイントを 爆発的に取得する方法

「集客を徹底的に出来る組織」の構築が大きな成長につながる！

自己紹介（会社紹介2）

3つの新規顧客開拓サービスを提供しています。

.....

- 1.企業様内に営業チームを立ち上げるサービス**
- 2.支援チームを当社でつくり営業の支援を行うサービス**
- 3.テレアポを簡単に出来るようにするシステムの提供**

1部

アイドマが推奨する 「見込み客の集客方法」とは

- 1章 マーケティングと見込み客について
- 2章 テレマーケティングについて
- 3章 マーケティングチーム構築の流れ

1部

1章

マーケティングと見込み客について

アイドマで考えるマーケティングとは？

営業活動 = サービスをご導入頂く活動と仮定



マーケティングとは、営業活動の一環であり、

見込み客を見つけるための手段である。

それでは見込み客とは？

見込み客とは？

購買心理
7原則

関心
興味
連想
欲望
比較
信念
決意

プロモーション

見込み客

マーケティング

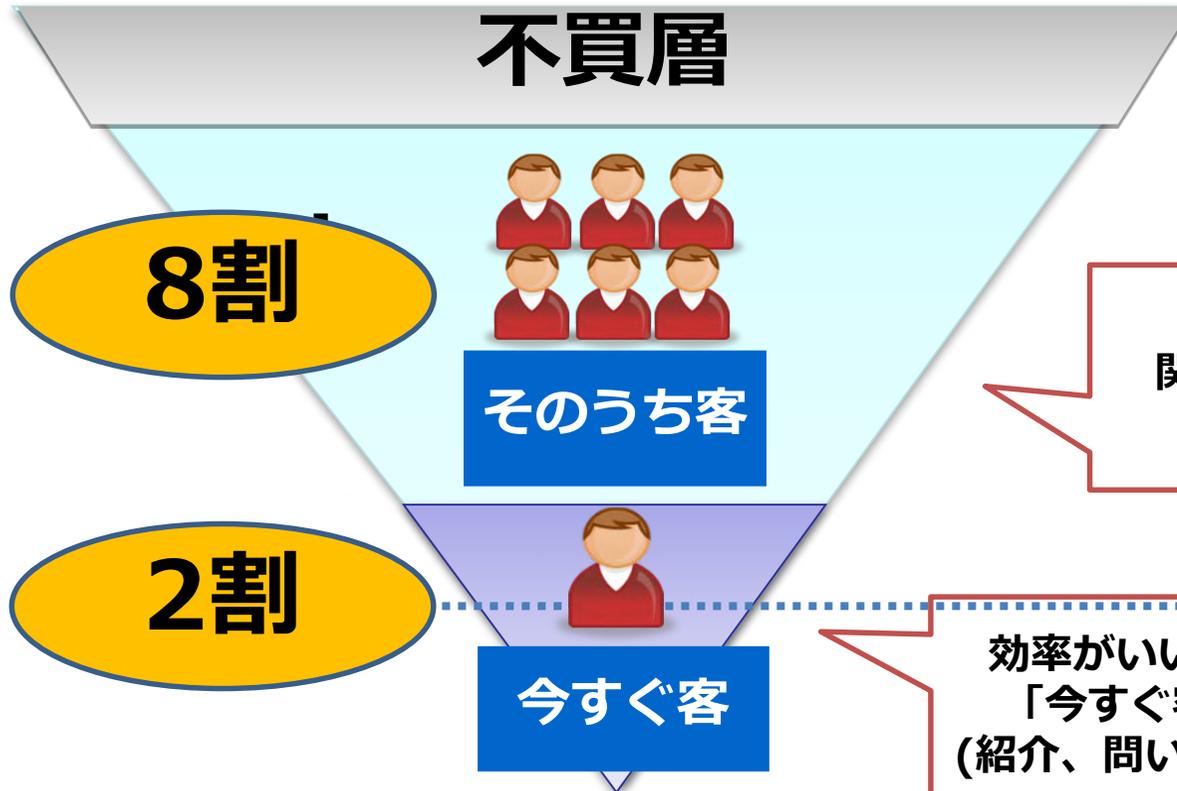
セールス

見込み客とは、自社のサービスや商材の
“出来ること”に関心を持っている層から、
自社のサービスや商材を購入するにあたり、
比較検討をしている層までの幅広い範囲に
わたる対象先を指します。

見込み客とは？～今すぐ客とそのうち客～①

購買心理
7原則

関心
興味
連想
欲望
比較
信念
決意



そのうち必要な層
関心・興味・連想の
レベル

効率がいい為、8割の企業は
「今すぐ客」を狙いがち。
(紹介、問い合わせ、Webなど)

見込み客を大きく2つに
分けると「今すぐ客」と
「そのうち客」に分けられます

受注

見込み客とは？～今すぐ客とそのうち客～②

そのうち客に対するイメージ

見込みがあるか分かりづらい

受注するまでに手間・時間がかかる

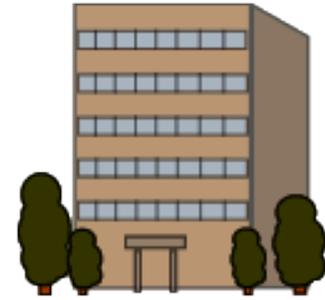
➡ **あまり積極的に営業をしたくない。。**

見込み客とは？～今すぐ客とそのうち客～③

今すぐ客



自分からアクションを起こす

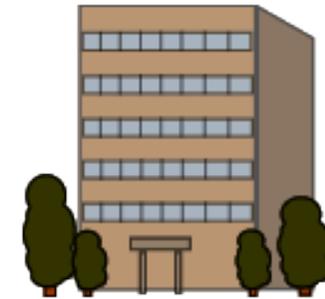
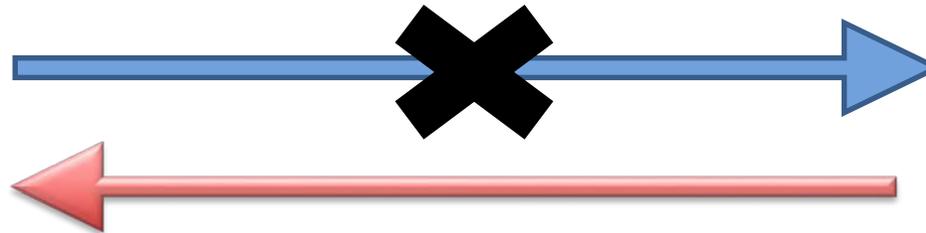


貴社

そのうち客



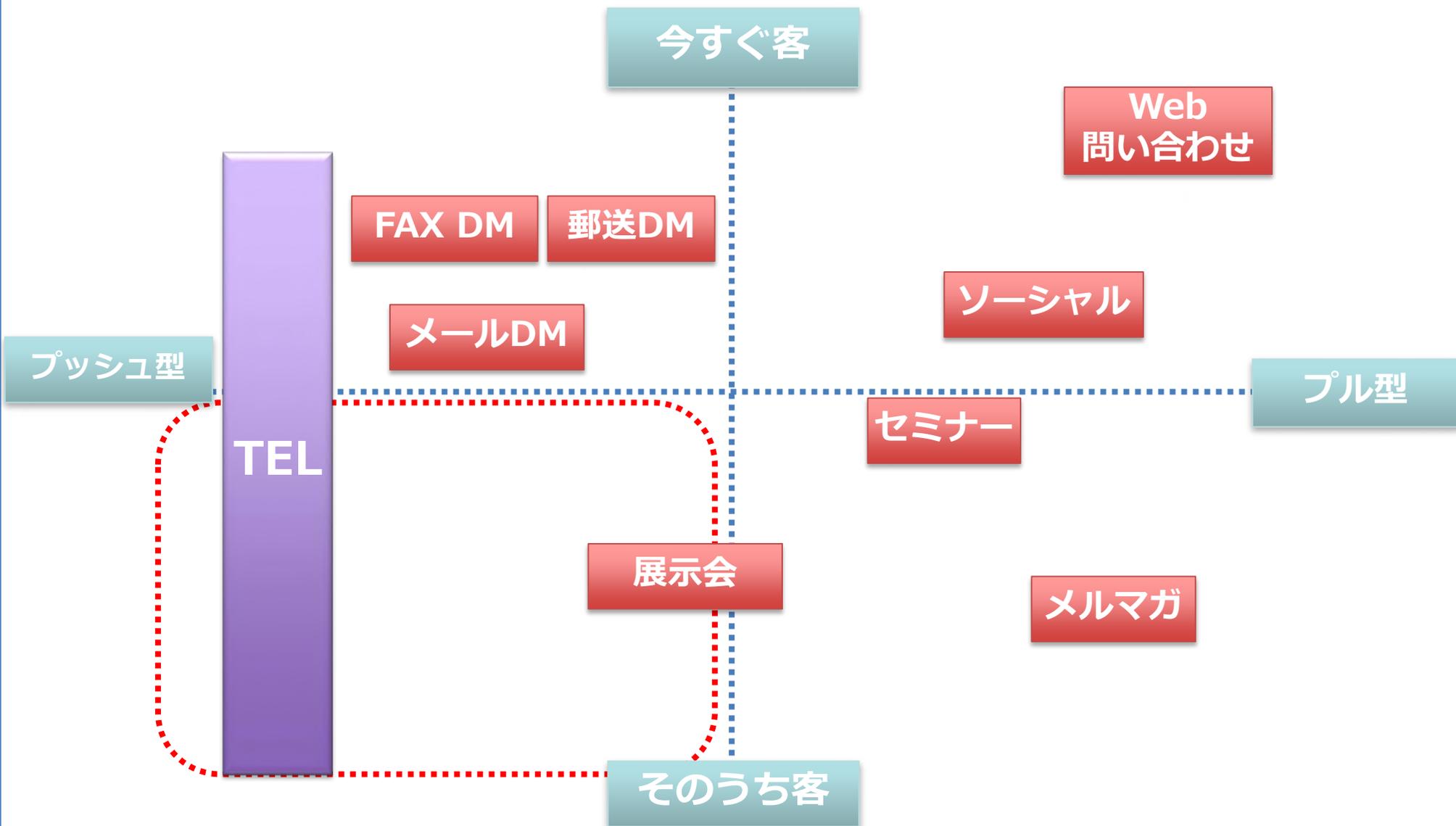
自分からアクションを起こさない為、
こちらからのアクションが必要



貴社

他社があまり営業をしない、そのうち客を
しっかりと集客出来れば、競争優位性が高まる。

マーケティングチャネルの相関図



1部

2章

テレマーケティングについて

テレマーケティングのメリット①

1.こちら側でアプローチ先の選定が可能。

⇒アプローチ先を決めることで事前に準備をすることができる。

2.電話でソリューション(課題解決)が出来る。

⇒そのうち客から商談機会を頂く事ができる。

3.断り時の反応を収集する事ができる。

⇒断り理由への対策や、サービスの改善が行い精度を上げれる。

(他のチャネルだと断り理由が不明確。)

テレマーケティングのメリット①

アプローチする側で
コントロール出来る幅が広い！！

そのうち客の開拓が可能！！

テレマーケティングのメリット②

● 商談1件にかかる費用

Web…約27,000円(Google広告)

ソーシャルメディア…約32,000円

DM…約54,000円(90円×600件発送)

FAX…約22,000円(8円×2,750件配信)

電話…約4,200円(3.5時間×1,200円)

・アポイント代行会社…15,000円～

テレマーケティングのメリット②

見込み客を見つける費用が
圧倒的に安い！！

テレマーケティングを行う際の障壁

- 会社のブランドイメージの低下が不安
- 社員が嫌がる
- どんな話をしていいか分からない。
- 電話が出来る人材がいない。
- ターゲットリストがない。
- そもそも電話をかけるノウハウがない。
- 効果的なデータが取れない。
- 外注した方が、費用対効果が良いと思っている。
- マネジメントの方法が分からない

思っているより、参入障壁は高い。
こうした障壁を超える為には・・・

1部

3章

テレマーケティングチーム 構築の流れ

テレマーケティング部隊を構築する人材

	給与	変動費	専門性
 正社員	月給30万 ※時給換算2,200円	×	○
 派遣社員	時給 2,000円	×	○
 アルバイト (在宅含む)	時給 1,000円	○	○

アルバイトを活用したテレマーケティング

アルバイトによる
テレマーケティングチーム



33件のコールで1アポイント



10件の荷電/時間



時給1,200円



3時間で1件のアポイント

約3,600円で見込み客1件の
商談機会を創出出来ます！

テレマーケティングチーム構築の必勝ポイント

- ① 100件のコールで3件のアポイントを取得する！
- ② アルバイト初日の人でもアポイントが取れる体制をつくる！

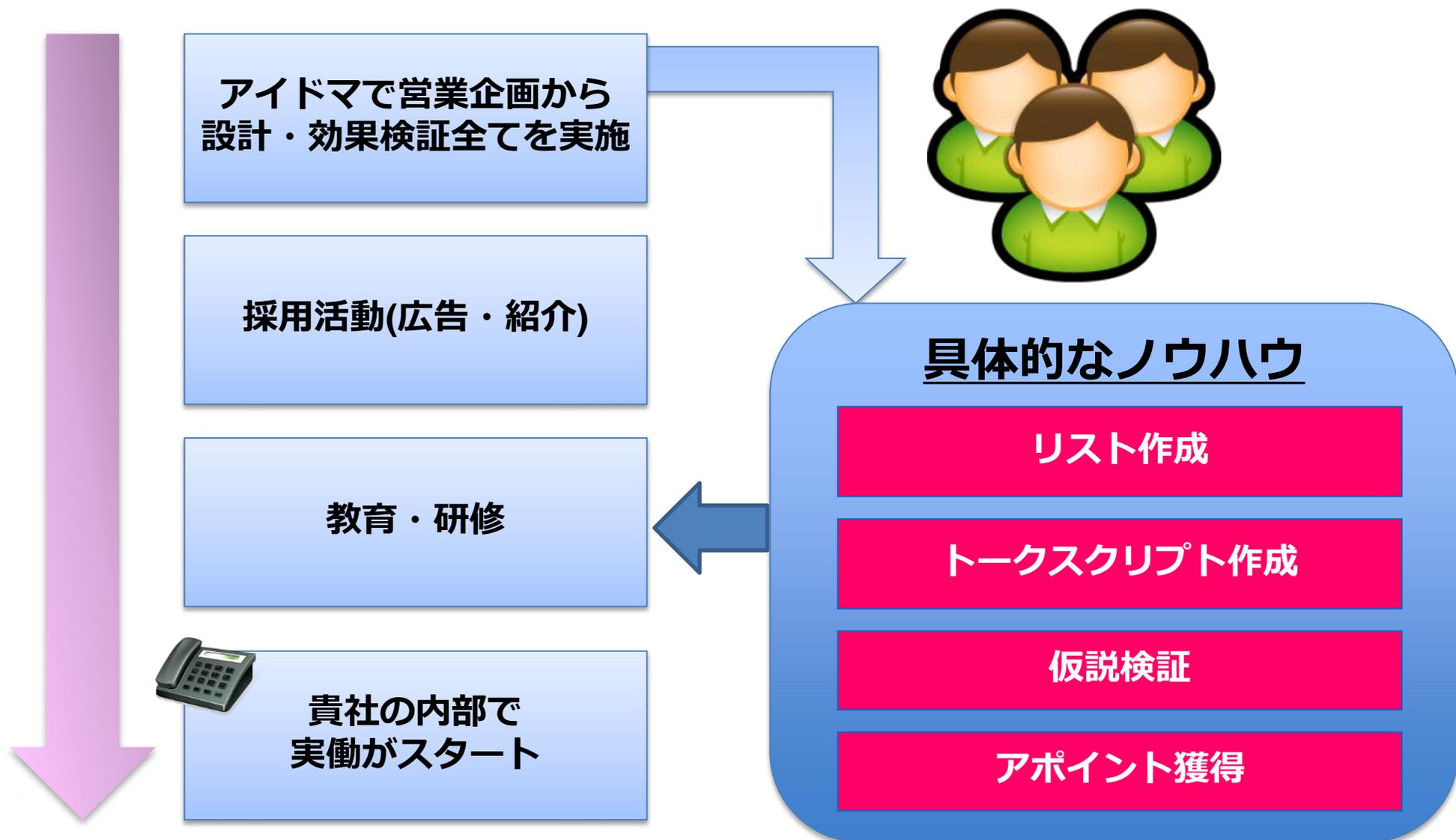
テレマーケティングで効果を出すために必要な事

営業企画設計
(興味を持ってもらう切り口をつくる)

アプローチ準備
(トーク・リストなど質の向上)

効果検証
(どんな結果がでるか?)

アイドマのサービスでチームをつくる場合



2部

「テレマーケティングで効果を出す」 具体的なノウハウとは？

- 1章 自社の強みを知り、他社との差別化を図る
- 2章 アポイントの取れる企画を立案
- 3章 仮説に対しての検証の実施

2部

1章

**自社の強みを知り、
他社との差別化を図る**

自社の強み、他社との差別化

出来ること

これから
やりたい事

戦略

貴社

インタビューを通して、
貴社の棚卸を行う。

強みを出すためのヒアリング

事業内容やサービス内容だけでなく、

「創業経緯」 や **「社長のビジョン」** などを

掘り下げてインタビューを行う。

自分たちでは当たり前だと思っている所から、

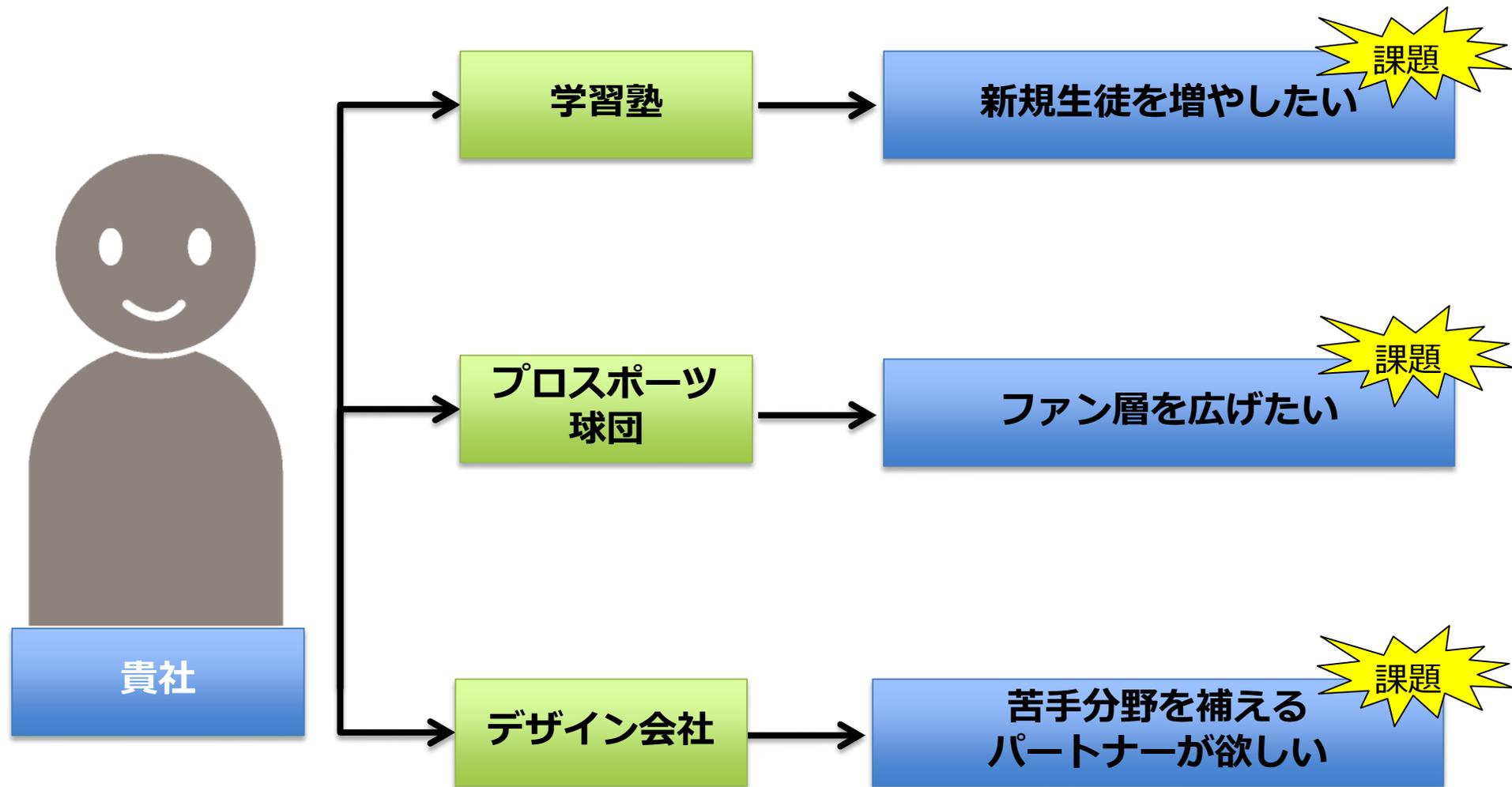
強みや他社との差別化が生まれやすい。

2部

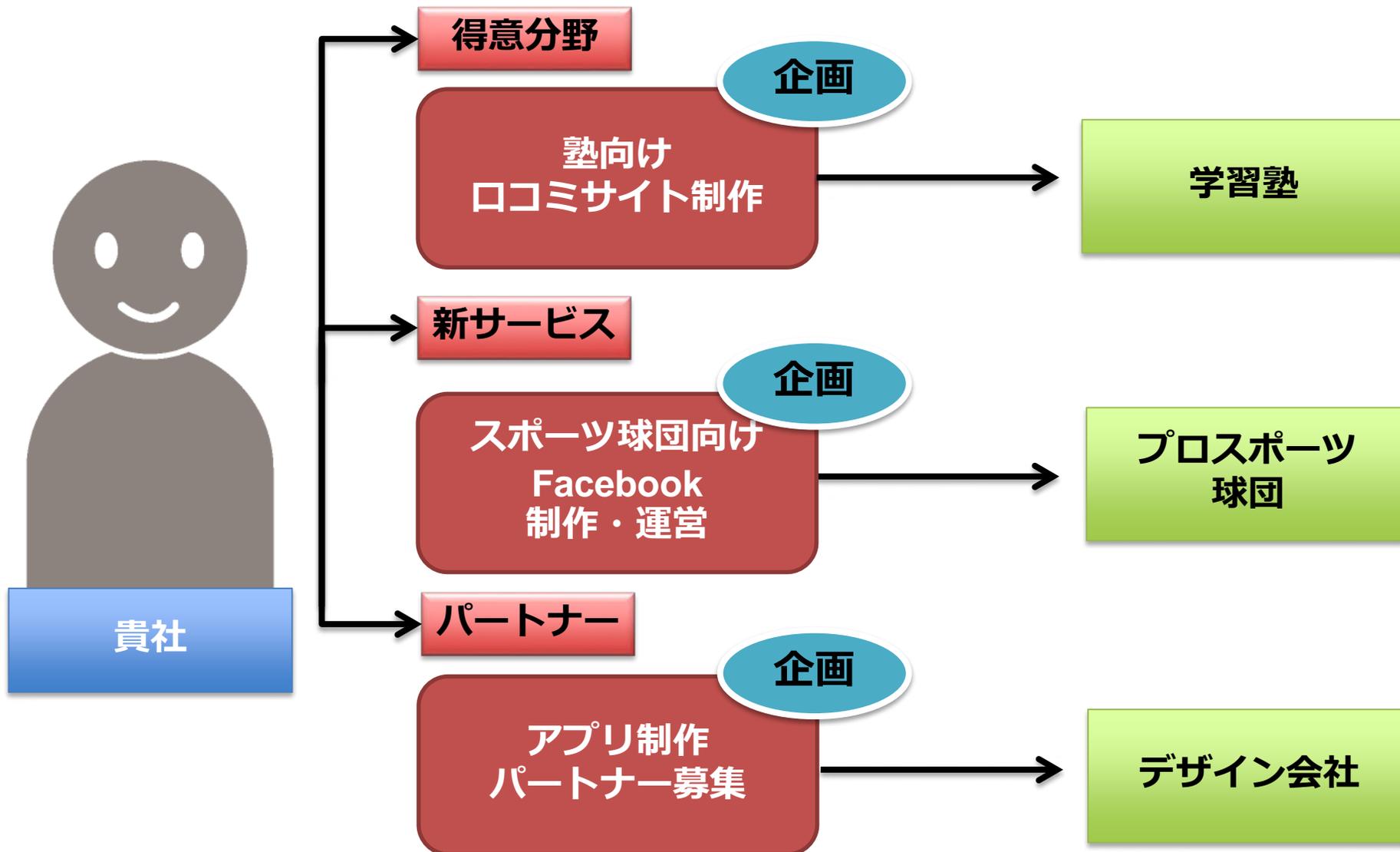
2章

アポイントの取れる
企画を立案

ターゲットの課題・悩みを分析して仮説を立てる



強みを活かした企画をつくる



アポイントが取れる企画の作り方

- ①. 「無料」「トライアル」「インタビュー」といったキーワードを絡めた企画だとアポイントが取れやすい。
- ②. 「期間限定」「〇〇業種特化」などの特別感を与えるキーワードも効果的。
- ③ 飲食店などの店舗へのアプローチの際には10,000円以下のプランを出来れば一つは用意する。



2部

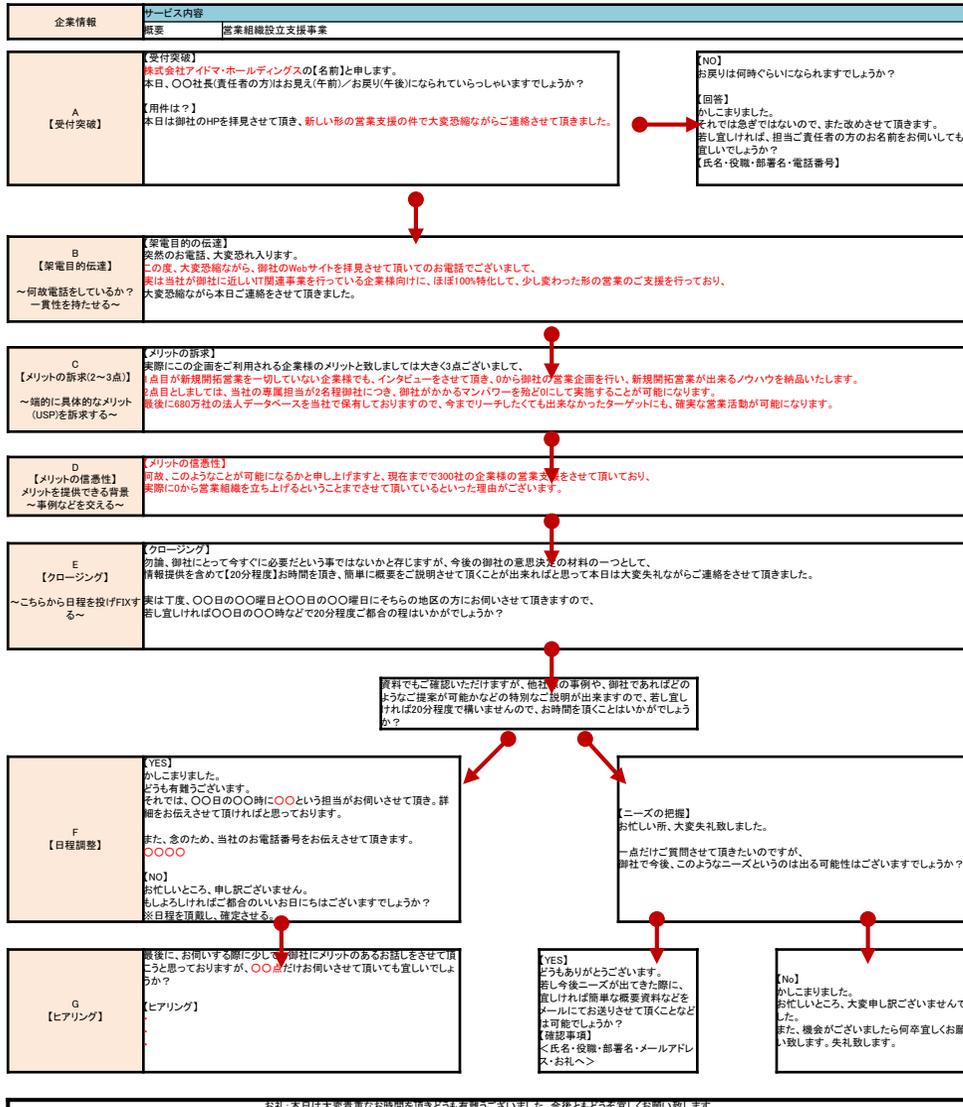
3章

仮説に対しての検証の実施

～実際にテレマーケティングを行い、
改善を繰り返して、質を向上させる～

トークスクリプトの作成

【トークスクリプト】作成用ガイドブック 御中



トークスクリプト 作成マニュアル

- 受付突破方法
- 一貫性
～何故電話をしているのか？～
- メリットは2～3点
- メリットの信憑性
- クロージングのコツ
- アポイント、資料送付、アンケート等、様々な用途で活用可能。

キラートーク例① 受付突破

①午前の場合

⇒〇〇様はお見えになられていますでしょうか？

②午後の場合

⇒〇〇様はお戻りになりましたでしょうか？

★POINT★

受付に知り合い、もしくは過去にやり取りがあったと
思われることで、担当に繋がりがやすくなる。

営業だと思われる話し方はNG。

キラートーク例② クロージング

NG:もしご興味がございましたら、少々お時間頂ければと思うのですが…

⇒もしご興味がございましたら、20分程度お時間頂けますでしょうか？

★POINT★

「20分ならいいかな。」と思ってもらおう。(30分だと長く感じてしまう。)

NG:何日でしたらご都合はよろしいでしょうか？

⇒たとえば、○日と○日でしたら、どちらがご都合よろしいでしょうか？

(午前と午後でしたら、どちらが比較的空いていらっしゃいますか？)

★POINT★

「考えさせる」質問ではなく、会う事を前提に「選んでもらう」質問をする。

トークスクリプト作成にあたってのポイント

- ① アルバイト初日でも、アポイントが取れるようなスクリプトを目指す。
- ② 100件電話をすれば、3件のアポイントが取れるスクリプトを目指す。

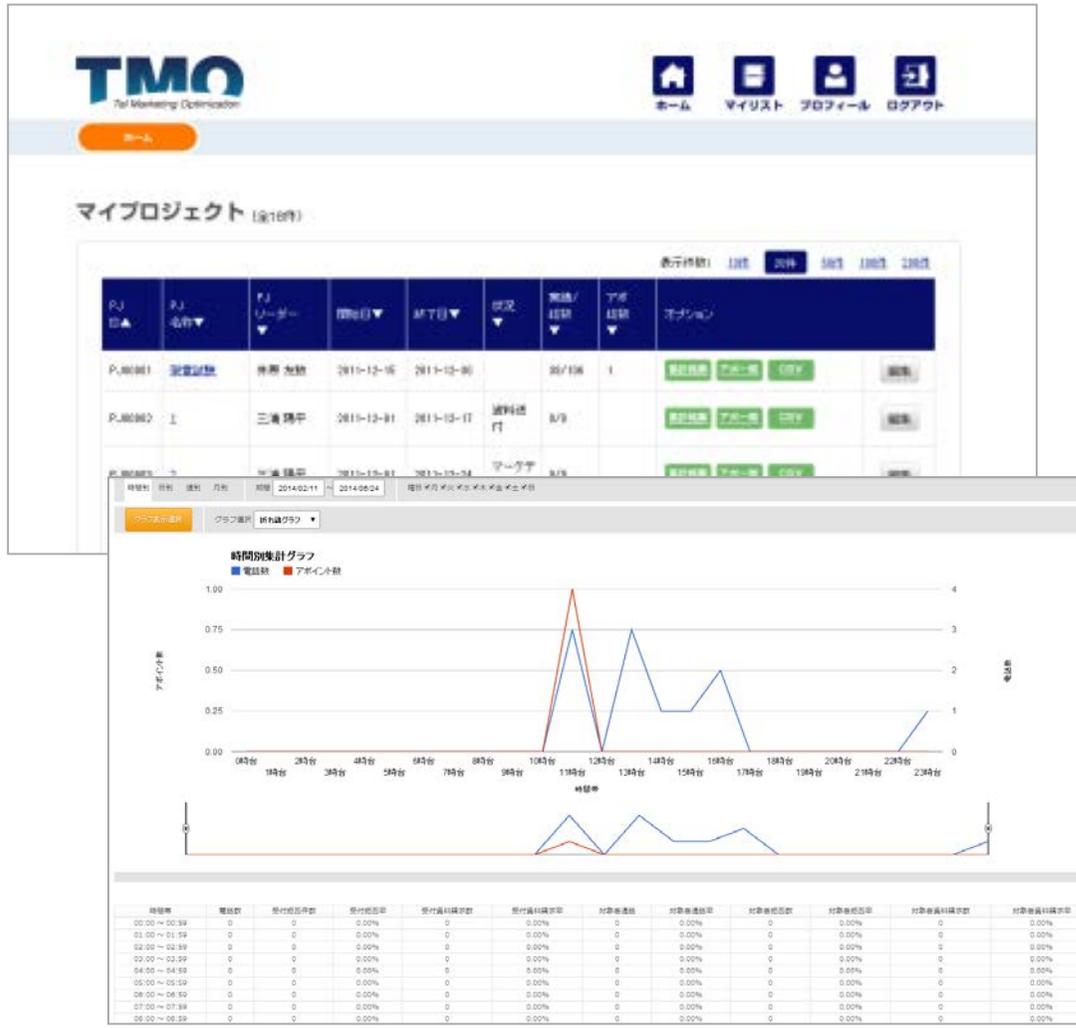
ターゲットリストの抽出

The screenshot displays the 'List Market' web application. At the top, it says 'List Market. リストマーケット' and 'AidMA'. Below the header, there's a navigation bar with '取得' and '設定' buttons. The main content area is titled 'サイト選択' (Site Selection) and shows a list of 'サイトリスト' (Site List). The list is organized into categories with icons: '電話帳サイト' (Phone Book Site), '求人情報サイト' (Job Information Site), 'ショッピングサイト' (Shopping Site), and '飲食店情報サイト' (Restaurant Information Site). Each category contains several items with their respective counts. For example, under '電話帳サイト', there are 'タウンページ(5385310件)', 'マビオン電話帳(3971667件)', and '楽天市場ショッピング(36106件)'. Under '求人情報サイト', there are 'リクナビ2011(8555件)', 'マイナビ2011(7738件)', and '[en]学生の就職情報2011(1100件)'. The interface also includes a sidebar on the left with 'システムの稼働状況' (System Operation Status) and 'お知らせ' (Notice) sections.

680万社のデータベース 「リストマーケット」

- 全国680万社の法人情報の取得が可能。
- ID・PASSだけで5,000件/月取得が可能。
- 複数の情報をマージさせ精度向上。
- 取得にかかる時間は1分弱。

テレマーケティング専用システム



クラウド型 マーケティングシステム 「TMO」

- インターネット回線から電話が可能。
- 架電結果の日別・時間別での自動集計。
- 企画毎にリアルタイムに検証結果を把握。
- 自動音声録音で状況把握が可能。
- 架電情報の資産化が可能。

サービス詳細URL

<http://cloud-tel-marketing.com/>

仮説検証

企画

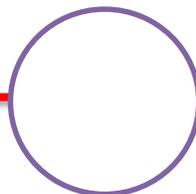
塾向け
口コミサイト制作



学習塾

企画

スポーツ球団向け
Facebook制作・運営



プロスポーツ
球団

企画

アプリ制作
パートナー募集



デザイン会社

アポイント精度の向上

企画

スポーツ球団向け
Facebook制作・運営

プロスポーツ
球団



質問



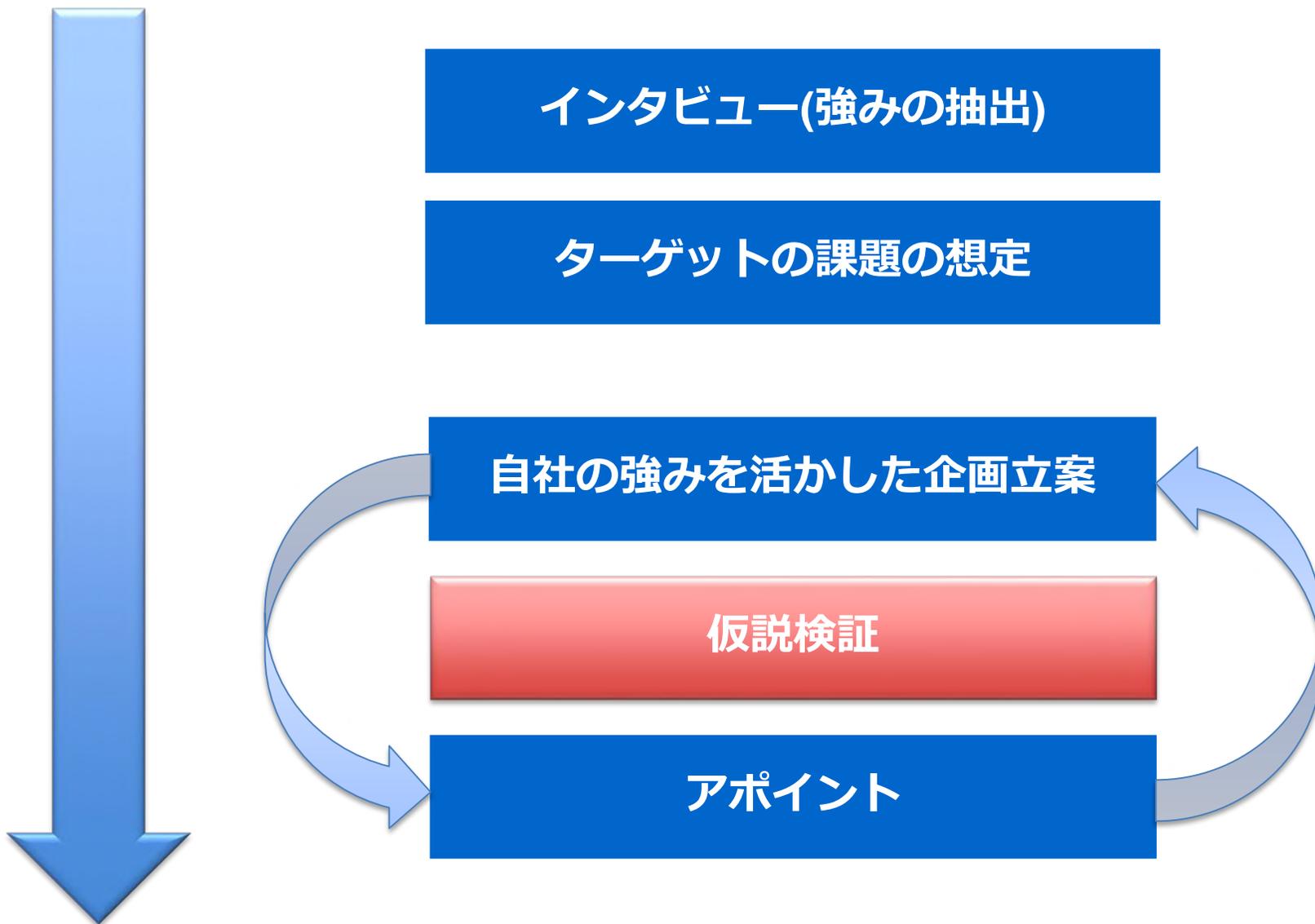
断り



要望

切り返しトーク

まとめ



まとめ

**仮説検証をすることによって、
効果の高い企画(ターゲットやスクリプト)を見つけます。**

**一度効果の高い企画を見つけることができれば、
人材を増やしたり、安価なコールセンターに委託したり、
在宅ワーカーを活用したりなど、
稼働する数を増やすことによって、アポイントを爆発的に
取得する事が可能になります。**

**ここまでの一連のプロセスを
アイドマ・ホールディングスで全て請け負い、
効果の高いの企画を納品する事が可能になります。**

2部

「事例紹介」

テレマーケティングチームが
もたらす効果とは？

事例紹介

「テレマーケティングチーム」構築における

事例紹介

①株式会社H社(Web制作、ECサイト制作)

②株式会社N社(インフラ系クラウドサービス)

事例紹介①

株式会社H社

- ・ 従業員数19名

社長を除く全ての社員は制作をメインとする人員。

受注の殆どは代理店経由、リスティング広告から。

要望：Web制作に興味のある新規顧客をどのようにして集めるか？という事が取り組みの最大のテーマ。

事例紹介①

“見込み客”を集める企画について

企画A:Web顧問契約⇒ターゲット【従業員15～50名】

⇒中小企業向けにWeb全般の顧問契約を行いますという企画

企画B:ECサイト運営代行⇒ターゲット【楽天市場掲載企業】

⇒ローコストで月額費用をもらいECサイトの運営代行を行う企画

事例紹介①

株式会社Hの企画

■ 企画A : Web顧問契約の成果



300件の架電⇒3件のアポイント取得

1%のCV(コンバージョン)

■ 企画B:ECサイト運営代行の成果



300件の架電⇒7件のアポイント取得

2.3%のCV(コンバージョン)

事例紹介①

企画の成果

ECサイト運営代行企画でアルバイトスタッフが
アポイントを取得し、現在では7社訪問すると1社の
受注が出来ている。

■ 300件架電をすると1社の受注が可能！

事例紹介②

株式会社N社

- ・ 従業員数260名

営業組織は約40名。今まではセミナーからの受注や親会社からの受託がメイン。売上が3期連続低下。

要望：「見込み客」の開拓からの受注までを出来るだけ短期間で行なう事が最大のテーマ。

事例紹介②

“見込み客”を集める企画について

企画A:ネットワーククラウド支援【従業員100～250名】

⇒複数拠点がある会社向けにネットワークやファイルなどをクラウド化して業務効率を上げるという企画。

企画B:通信費削減支援【営業系企業】

⇒アナログ回線からIP電話に切り替え、通信費を削減するといった企画。そこからネットワークの提案へ

事例紹介②

株式会社Nの企画

■ 企画A：ネットワーククラウド支援の成果

300件の架電⇒1件のアポイント取得



0.3%のCV(コンバージョン)

■ 企画B:通信費削減支援の成果

300件の架電⇒5件のアポイント取得



1.7%のCV(コンバージョン)

事例紹介②

企画の成果

通信費削減支援の企画でアルバイトスタッフが
アポイントを取得し、現在では6社訪問すると1社の
受注が出来ている。

■ 360件架電をすると1社の受注が可能！

