

テレアポ

私、デザインで集客支援を行っている PRETTZ の森と申します。
ちょっとおうかがいしますが、御社では、イベントや、店舗において
集客のツールを作成する、外部制作スタッフのニーズはございますでしょうか？

Yes

No

ご案内の FAX を送りたいのですが、担当の方のお名前と部署名を
教えていただけますでしょうか。

FAX 番号を教えてください。

ありがとうございます。
早速送らせていただきます。

今後ご予定はありませんで
しょうか？

15
分
後

PRETTZ の森と申します。
〇〇さんをお願いいたします。

先ほど〇〇さんに FAX を送らせていただきました PRETTZ の森と申しますが
ご覧頂けましたでしょうか。

Yes

No

ご覧のような仕事をしている者
ですが、御社ではこのような外部
制作スタッフのニーズはござい
ますでしょうか？

天神の方でデザイン制作をして
いるプリッツの森と申します。
御社ではデザインの新しい外部
スタッフのニーズはございます
でしょうか？

Yes

No

一度サンプルを持って伺いし
たいのですが、よろしいでしょ
うか？

今後そういったご予定はあり
ませんか？

訪問

訪問目的を伝える
商品概要を伝える
会社概要を伝える

今回の目的はこの商品のご案内だけです。
気に入っていただければ買っていただきたいと思いますが、不要でしたら帰ります。

本日は 30 分くらいで帰りますのでよろしく願いいたします。
話が盛り上がり来たらもう少しお時間大丈夫ですかと確認

訪問目的を伝える
商品概要を伝える
会社概要を伝える

デザインの商品のご案内です。

訪問目的を伝える
商品概要を伝える
会社概要を伝える

毎年伸びている売上高のグラフ
優良企業が並んだ実績一覧
全国展開している支店一覧

パンフレットは閉じて、最後にお渡し。

ヒアリング

現状確認 どうやって集客を
課題発見 されてこられましたか？
意思確認 ○○を使っていました。

現状確認 ○○はどうでしたか？
課題発見 なかなかできていない。
意思確認

現状確認 営業：それでもまわっているの
課題発見 ですから素晴らしいですよ
意思確認 相手：よくないですよ。

営業：そうなんですね。ちなみに、どんなやり方があればいいですかそういうやり方は現状では難しいですか？

- A. 商品についてほとんど知らない
- B. 商品について少し知っている
- C. 商品についてかなり知っている

商品説明

商品についてほとんど知らない
商品について少し知っている
商品についてかなり知っている

そもそも、この商品とは

商品についてほとんど知らない
商品について少し知っている
商品についてかなり知っている

同業他社との違い
悪く言わない

商品についてほとんど知らない
商品について少し知っている
商品についてかなり知っている

自社商品の特徴
自社みの情報

お客様の知識のレベル

A	自社商品の特徴を説明		
B	同業他社との違いを説明		
C	概略を説明		
	1	2	3

お客様のニーズのレベル

買わない理由を想定する
欠点を売れる理由に変える
お客様が食いつく事例を用意する

それを解決する手段を想定する
現物を用意する。

買わない理由を想定する
欠点を売れる理由に変える
お客様が食いつく事例を用意する

買わない理由に同意する。
意見に反論するのではなく視点を変える
(本質を伝える)
本質を裏付けする(資料を使う)
さらに事例を見せる(成功イメージを与える)
最後はお客様に決定権を委ねる。

買わない理由を想定する
欠点を売れる理由に変える
お客様が食いつく事例を用意する

営業ツールは個別に作成する。
成功している事例で
売れるシナリオを作る
生の声やお客様インタビュー

マイナストークを使う
決め言葉を使う

自分が持っている商品の欠点を敢えて公言する。
作成に時間がかかる
費用がかかる

マイナストークを使う
決め言葉を使う

迷っている決裁権を持つ人物に
最後だけ、【やりましょう!】と後押しする力強さも必要。

成約

それでもダメなら帰る