

見込み顧客を簡単にリスト化



KEYMAN  
PRO

詳しくは  
<https://jbls.biz/>



# 法人営業\_電話の掛け方 手順書

14頁から17頁/53頁

— 電話による —

見込客を選び

面会の約束を取りつけるにはどうしたらよいか

VOL. 2 / 5

# 目次

Vol.1	見込客を選び、面会の約束を取りつける				
	第 I 章 電話をかける前の作戦				
	ステップ1. 見込客を選ぶ基準を設ける	フレーム1			
	ステップ2. 見込客の名簿をつくる	フレーム2			
	ステップ3. 切り出し(挨拶)の言葉を準備する	フレーム3	フレーム4		フレーム5
	ステップ4. 実態を確認する質問を準備する	フレーム6	フレーム7		
Vol.2	効果的なセールストークを作るにはどうしたらよいか		フレーム8		
	ステップ5. 売込み文句を準備する	フレーム9			
	ステップ6. 面会を要請する言葉を用意する	フレーム10	フレーム11		フレーム12
Vol.3	準備計画の行動基準(1)				
	第 II 章 電話をかける(1)		フレーム13		
	ステップ4. 実態を確認するための間接的な質問を準備する		フレーム14		
	ステップ5. 売込み文句を述べる		フレーム15		
	ステップ6. 面会の約束を求める	フレーム16	フレーム17		フレーム18
	ステップ7. 反対意見に打ち勝つ				
Vol.4	準備計画の行動基準(2)				
	第 II 章 電話をかける(2)				
	1: 反対意見の真意を確める	フレーム19			
	2: 見込客にあなたの答えを聞く気にさせる	フレーム20			
	3. 反対意見に答える	フレーム21			
	4. 製品またはサービスがもたらす利益を強調する	フレーム21			
	ステップ8 面談の約束を確認する	フレーム22			
	ステップ9 感謝の意を表明する	フレーム22	フレーム23		
Vol.5	見込客を選び面会の約束をするための行動要領				
	付録				
	電話コール(ロールプレイン)				
	専門家の批評				
	作業手順シート(1)				
	作業手順シート(2)				

# 効果的なセールストークを作るにはどうしたらよいか

あなたが実際に電話をかけて、ある見込客を適格であると判断した時あなたは第2の主要目的、即ちアポイントを取ることに進みます。

しかし、約束を取りつけるためには、通常何らかのセールストークが必要です。（見込客が個人的に会ってくれる日取りを喜んで決めるように仕向けるだけで十分ですが・・・）。

ですから、あなたの正しい努力が報われるようにするには、事前準備の次のステップを実行する用意が必要です。

## ステップ5. 売込み文句を準備する

効果のある売込み文句はどれもユニークで、売ろうとする製品やサービスにぴったりするように1つ1つ特別に作られています。

＋成功する売込みの言葉には**共通して2つの要素**が入っています。

1. 機能から得られる利益を強調する。
2. 購売意欲をそそる用語を用いる。

機能と利益利点はどこが違うのでしょうか。

機能は製品またはサービスを説明するもので

一方、利益・利点は顧客がその機能から受ける満足を指します

たとえば「私共の電動式研磨機はベアリングを使っていません。と見込客に説明すれば、機能を指摘していることになります

それに対して「私共の機械には油を差すことが必要がありません。それはベアリングを使っていないからです」と言えば、**利益を説明している**ことになります。これで明らかのように、利益は大きな販売効果をもたらします。そこで、売込の言葉を考える時には、製品やサービスの機能をリストし、その1つ1つを顧客の利益に置き換えることです。利益をもっと魅力的にするには、購売意欲をそそる用語で、それを説明する必要があります。何故でしょう。それら用語の中には販売に大きな影響を与える力を持ったものがあるからです。そう言った用語は電話を通して製品を見込客に「見せる」のに役立ちます。

次の2つの文句を較べてみて下さい。

「沢山の素晴らしい色が。。。。。」

「わくわくするような色がずらり。。。。。」

最初の文句は平坦に過ぎますが、後の方は見込客を刺激します。

ところが両方とも全く同じものについて述べているのです。

あなたは、どのような購売意欲をそそる言葉を用いますか。

次のような語を入れるようにして下さい。

- ・表現力に富み、高い描写力のある言葉
- ・豪華な、簡単明瞭な、絹のような、愉快的な、完全無欠の
- ・力強い言葉：打破する、力、突進
- ・人称を表わす言葉：御社、私を、私は、私共は、私共に、

# フレーム8

## 前ページ質問の解答

### フレーム7の解答

あなたの解答は、完全に見込客を見分けるための事実を与えてくれるような、詳しい返答を相手に促すものになっていたに違いありません。

## フレームの内容

ここでは、特定の製品や顧客に適用する事実を確認する質問について考えてみましょう。もし、あなたが見込客の商売に詳しくないとすれば、事実確認の質問は電話コールの必須材料となります。前以って用意する質問は潜在顧客が確実な見込客であるかどうか、見極めるのに役立つに違いありません

## 質問

あなたの会社では真空掃除器を作っています。各機能を利益に言い換えて下さい。

A) 機能：重量僅か700グラム  
利益：

---

---

B) 機能：キヤスター付  
利益：

---

---

C) 機能：7種類の附属品付  
利益：

---

---

C) 機能：自動粉塵感知器  
利益：

---

---

# フレーム9

## 前ページ質問の解答

### フレーム8の解答

- A) 子供さんでも運べる程軽いものです。
- B) 簡単に部屋から部屋へ移動できて、操作は、いとも簡単です、
- C) 目に見えない粉塵を根こそぎ吸収するので、小さいお子さんに対して安全・安心な環境がつけれます

## フレームの内容

売込みの言葉が、製品に備わった機能の羅列に終わってしまうことが非常によくあるケースです。しかし機能そのものは効力を持っていません。誰かがそれぞれの機能に価値や利益を与える表現をしなければなりません。顧客が本当に購入するものは利益であり、利益が購入する理由になるのですから、売り込みの言葉は機能よりも利益に重点を置くべきです。

利益が色彩的で美しい購売意欲をそそる言葉で表わされていれば、更に重要さが加わり、顧客の関心はなおさらに刺激を受けることとなります。

シートにステップ5と売込み文句に含まれる2大要素を記入して下さい。

## 質問

あなたが扱っている製品、又はサービスのうちから1つを選んで、その機能を挙げなさい。次に購買意欲をそそる言葉を使つて、それぞれの機能から引き出される利益を書いて下さい。

機能：

---

---

---

---

---

利益：

---

---

---

---

---

# フレーム10

## 前ページ質問の解答

### フレーム9の解答

各製品の機能が顧客に要望されるものに変換できていれば、結構です。解決の鍵は、購買意欲をそそる用語を用いて、機能がどれだけの利益を顧客にもたらすかを説明することです。

## フレームの内容

売込みの言葉の目的は見込客の興味を刺激させることに尽きるのを忘れないで下さい。あなたは電話で実際のセールスをしようとしているではありません。あなたの目的は面談の約束を取りつけることです。相手の関心に火がついたと思ったらすかさず、面談の約束を求めなさい。確実に約束を決めて貰いたいならば、あなたの準備計画は次の事柄で終りなさい

### ステップ6. 面会を要請する言葉を用意する

効果的な頼み方は「導入部」と「要望」の2つの部分で成立っています。まず、最初に、あなたと会うことが見込客の利益になることを強調します。見込客がこの面談の受益者であるように見えなくてはなりません。このように、本来の頼みごとを導き出す言葉は見込客の得になることに絞る必要があります。

ステップ6をシートに記入して下さい

## 質問

下に掲げた面会を要請する言葉の導入部のうち、どちらが説得力があると思いますか。

- A) 「私はあなたの近くまで伺う予定がありますので、ついでにお邪魔して新製品をお見せできると私にとりまして大変都合がよろしいのですが」
- B) 「是非ともお、目にかかった上で新製品がお宅の売上をどれだけ伸ばすことができるか、詳しくお見せしたいと思いますが」

# フレーム11

## 前ページ質問の解答

### フレーム10の解答

説得力があるのはB)の言葉です。  
B)は見込客の利益に触れているのにA)はセールスマンの利益を考えています。

## フレームの内容

面会の約束を求める場合は、見込客のただ1つの利益にのみ固執して、それだけに期待してはいけません。少くとももう1つ、望むべくは2つ、3つの利益を準備するようにすべきです。別の反対意見も打破するために予備に取っておきます。

## 質問

見込客があなたと会う約束に同意してくれるに違いない説得力のある理由を2通り用意して下さい。

A)

---

---

---

B)

---

---

---

# フレーム12

## 前ページ質問の解答

### フレーム11の解答

あなたが挙げた理由が見込客の利益を強調しているかチェックして下さい。解答は次のようなものになるはずです。

- ・先方が現在扱っている商品と比べて、その製品の秀れた品質を述べる。
- ・販売を促進するような陳列方法を助言する。（取引を増進させるものとして製品を利用している）
- ・必要なあらゆるタイプのものをそろえ、従って供給源を1社に絞れる便利さを例証するために、あなたの会社の完全な製品群を図解して見せることを相手に申出る。

## フレームの内容

あなたの依頼の第2の部分は面談の約束を求める実際の質問をすることです。見込客に選択のチャンスを与えなさい。もし、ある時間、ある日は都合が悪くても、代りの方は、きっと大丈夫でしょう。約束を選ぶように仕向け、「約束なんてできません」と答えさせないようにすることです。まず、自分の予定を調べ、利用できそうな時間を2通り選んでおきます。そうしておけば、約束を求める時に選択の強制を強いることができます。たとえば、「水曜日の朝10時か、金曜の午後3時とどちらの方が御都合よろしいでしょうか」と聞きます。この聞き方は、相手がもしどちらも都合が悪ければ、別な日を言い出さなければ悪いような気持ちにさせるでしょう

ステップ6をの2つの役割をシートに記入して下さい

## 質問

面談の約束を求める際の選択の強制を強いる質問を2例書いて下さい

A)

---

---

---

---

B)

---

---

---

---

# フレーム12

## 前ページ質問の解答

### フレーム12の解答

考えられる選択強制型の質問は次の通りです。

- ・「火曜の朝9時30分か水曜日の午後2時45分でしたら、どちらが御都合よろしいですか」
- ・「金曜日午前10時がよろしいですか。それとも月曜の11時5分に致しましょうか」

あなたのスケジュールに適合した2通の時間から選ばせるような質問になっていれば、解答例と全く同じでなくてもかまいません。

## フレームの内容

## 質問

# 法人営業\_電話の掛け方 手順書シリーズ

法人営業\_電話の掛け方手順書 Vol.1/6

法人営業\_電話の掛け方手順書 Vol.2/6

法人営業\_電話の掛け方手順書 Vol.3/6

法人営業\_電話の掛け方手順書 Vol.4/6

法人営業\_電話の掛け方手順書 Vol.5/6