

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

25頁から34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. 3 / 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)				

# 準備計画の行動基準

あなたはこれで、見込客を選び分け、面談の約束を取りつける手順書の半ばに到達したことになります。先を続ける前に、準備計画の極めて重要な6つのステップに来ております、正しい順序でそれを実行できるようにすることが必要です。

## 1. 見込客を選ぶ基準を設ける

- ・ 企業の種類
- ・ 規模
- ・ 財政状態
- ・ 設備

## 2. 見込客の名簿をつくる

- ・ 電話帳
- ・ 同業者組合
- ・ 特別な情報源

## 3. 切り出し（挨拶）の言葉を準備する

- ・ あなたの名前と会社名を明らかにする
- ・ 親密な関係を作り出す
- ・ 関心を引くa薬を述べる

## 4. 実態を確認する質問を準備する

- ・ 間接的質問をする

## 5. 売り込み文句を準備する

- ・ 機能から得られる利益・利点を強調する
- ・ 購買意欲をそそる用語を用いる

## 6. 面会を要請する言葉を用意する

- ・ 顧客の利益を強調する
- ・ 選択の強制を強いる質問をする

## 第Ⅱ章 電話をかける

あなたは準備計画を徹底的に注意深く学んできましたので、これから実際の電話に自信を以つて取りかかることができます。しかしあなたが、如何に上手に電話を掛ける準備をしたとしても計画を実行に移すには同じような熟練が最低限必要です。

電話を通して、見込客を見分け、面談の約束を取りつけるには9つの基本的なステップがあります。

1. あなたの名前と会社名を明らかにする
2. 見込客との間に親近感を醸し出す
3. 関心を引き起こす言葉を述べる
4. 実態を確認するため間接的な質問をする
5. 売込み文句を述べる
6. 面会の約束を求める
7. 反対意見に打ち勝つ
8. 約束を確認する
9. 感謝の意を表明する

正しい順序で行われる各ステップは、適切な電話コールを成功させるのに重要なものです。第Ⅰ章でこのうちの6ステップまでは既に習得した。

これから電話コールを行うにあたっては、あと3ステップを自分のものとすればよいだけです。

けれども、これらのステップは、どれも「最前線」つまり将来顧客となるかも知れない人との電話で生じることですから、取りわけ重要なものです。それに、万全の対策を講じても、特に面談の約束を取ろうとするとき、なかなか相手が承知しないような場合は、臨機応変に対処することが大切です。

# フレーム13

## 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較べて、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

今、あなたは準備計画を実行に移す用意ができています。見込客が電話に出たならば、かねて用意した3つのステップの言葉を述べなさい。即ち、自分の名前と会社名を名乗り、親しく挨拶を交し、関心を引き起す話を切り出すことです。話すことは、紙に書いて、あなたの目の前に置いて結構、—そこが電話の便利な点なのですが、但し、自然に聞こえ「紋切型」にならないように注意して下さい。

シートに見込み客を打診する電話の最初の3ステップを記入して下さい

## 質問

スポーツウエアのセールスマンの切り出しの挨拶ですが、順不同になっています。それぞれがどの部分に当たるか判別して下さい。

A) 「先週開かれた御社の特別企画のファクションショーについて、毎朝新紙が大きく取り上げているのを拝見しました。素晴らしいですね。

B) 「今日は山田部長、私はスポーツ商事の鈴木と申します。」

C) 「或いは御存知かと思いますが、気象庁の長期予報では、今年の冬は記録的な大雪だそうです。これは御社でも私共の最新流行のスキーウエアが沢山売れるに違いないと存じますが」

# フレーム14

## 前ページ質問の解答

### フレーム13の解答

- A) 見込客との間に親近感を醸し出す。
- B) 名前と会社名を名乗る。
- C) 関心を引き起す話題を投げかける。

## フレームの内容

さて、準備計画はいよいよ一完全に見込客を見分けるために一電話をかける段階に近づいてきました。そこで

### 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

あらかじめ用意した間接的質問に従って、潜在顧客を測定する基準に照らし合わせて、見込客の解答を検討します

シートにステップ4を記録して下さい。

## 質問

ここに1つの例があります。あなたは金物販売店に頑丈な梯子を売り込んでいます。あなたは見込客としての適格性は、その店の取引の少なくとも25%は塗装及び建築の請負業者相手であることと考えています。見込客への電話は第4ステップにきているところです。

あなた：「塗装店や建築業者とのお取引はどの位お有りなんでしょうか？」

見込客：「殆んどないですわ。私共のお得意さんは大体一般家庭の人達です。」

あなたは次にどうしたらよいか

---

---

---

---

# フレーム15

## 前ページ質問の解答

### フレーム14の解答

見込客が基準に合致しない以上、愛想よく礼を述べて電話を切るべきでしょう。けれども見込客が、あなたの設けた基準の全てには一致しなくとも、面談の約束をするだけの価値がある場合もあることを忘れないようにして下さい。

## フレームの内容

見込客があなたの選定基準にぴったりだとわかったら、第2の目的、即ち面会を要請する段階にきました。しかし、約束を取り付けるには、あなたの製品又はサービスに対する見込客の関心を刺激する必要があります。そこで次のステップになります。

### ステップ5. 売込み文句を述べる

売込み文句に大事な2つの要素が入っていれば、面会の約束はうまくもらえるはずです。

- ・それぞれの機能に対応する利益を強調する
- ・購買意欲をそそる用語を使う

シートにステップ5とその2大要素を記入して下さい。

## 質問

ここに売込みの言葉の抜萃が2つあります。これらの上手な売込み文句に入っている重要な要素を指摘して下さい。

A) 「このカメラの素晴らしいレンズなら、お客さんの誰もが、たとえかすかな光しかささない被写体でさえも見事に写実的なカラー撮影をものにすることができます。」

B) 「特別に考案されたから専用の携帯かばんは、強力な売り込み機能の1つになっています。お客様がカメラを安全に且つ便利に持ち運びができるからです。」

# フレーム16

## 前ページ質問の解答

### フレーム15の解答

- A) 「購買意欲をそそる用語」を用いています。」
- B) 「機能に対応した利益」を強調しています。

## フレームの内容

あなたの目標は面談の約束を取ることであつて、物を売ることではないことを忘れないようにして下さい。関心を引き起こすのに必要なだけの売り込みをすればよいのです。  
そこで次のステップに進みます。

### ステップ6. 面会の約束を求める

あなたはここまで到達するために全力をあげたのですから、ここでお流れになることがあつてはなりません。もしあなたがそうしかなかったら、電話の準備計画で面談の約束を要請するには2つの重要な部分を予め考えておくことです。

シートにステップ6を記録して下さい。

## 質問

実際の面談の依頼は通常、次の言葉が先にきます。

見込客に\_\_\_\_\_をもたらず約束をするだけの納得のいく\_\_\_\_\_。

# フレーム17

## 前ページ質問の解答

### フレーム16の解答

見込客に利益をもたらす約束をするだけの納得のいく理由。

## フレームの内容

ステップ6の最初の部分では、見込客に実際の質問を用意します。電話準備計画の章では、この質問は見込客に指定時間の二者択一を求めるべきだと強調していました。

見込客は一方を受け入れるか、それとも全く違つた日を申し出ないわけにはいかなくなります。

## 質問

次の質問のうち、どちらが約束が取りやすいでしょうか。

A) 「水曜日の午前10時半と月曜日の午後3時では、どちらか一番御都合がよろしいでしょうか？」

B) 「水曜日の午前10時半ではあなたの御都合はよろしいでしょうか？」

# フレーム18

## 前ページ質問の解答

### フレーム17の解答

A ) は2通りの時間のいずれかを選ぶよう選択の強制をしているので、良い返事がもらえるに違いありません。

質問B ) は見込客が「駄目です」と答えることもできるので、効果的とは言えません。

## 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.1/5

法人営業\_電話の掛け方手順書 Vol.2/5

法人営業\_電話の掛け方手順書 Vol.3/5

法人営業\_電話の掛け方手順書 Vol.4/5

法人営業\_電話の掛け方手順書 Vol.5/5