

# 3分で読める！インサイドセールス紙面講座

## インサイドセールスの コール価値を高める2つの対策

## インサイドセールスのコールの価値を高めるには

インサイドセールスにおいて質が高いコールをするには、良いトークスクリプトを作ることももちろんですが、

- ・ スクリプトをどう活用するか
- ・ スクリプトに含まれない部分をどう補い充実させるか

この2点の方が重要です。

つまり、スクリプトはある程度の品質を維持するためのものであり、スクリプトを踏まえて、アレンジできることが、コールの価値を高めることにつながるのです。



スクリプトも確かに大切！

でももっと大切なことがあります！

なるほど、今は◎◎で詰まってるようなご状況ですね！それは大変ですね・・・

Aさんは◎◎と言ってるけど、もしかしたら△△の方が原因かも？



インサイドセールスでは、広く浅くですが様々な商材を取扱い、まだ状況がつかめていない顧客へ接することが多いものです。よって、提供したいサービスを決めてコールを行うというよりは、顧客のニーズは何か、どのサービスがふさわしいかを判断するため、顧客へのヒアリングを行うことがコール業務でも比重が高く、役割としても求められることであります。

インサイドセールスでは、顧客がどのような役割をし、どのような課題に直面しているのか、どのような環境におかれているのかをイメージできることが非常に重要であり、それができれば、顧客のニーズが拾えるからです。

そして、その情報をきっかけに、営業パーソンがアプローチすることができ、具体的な提案・商談につながります。



## 1. 顧客の声を集め、全体へ共有する

第一に、顧客の声でわからなかったキーワードや寄せられた質問について報告してもらい、それに対するフィードバックをこまめに行うということです。

またこれらノウハウを1人のスタッフの経験に留めるのではなく、共有し、全体へ還元していくことで底上げにつながります。それを集めてFAQ（想定問答集）や用語集を作成し、新しいスタッフへの教育資料や各自の見直しのツールとして活用します。

第二に、新聞記事や雑誌の記事に触れ、常に顧客に関連した情報や自社のサービス、世の中の動きなどにアンテナをはれるよう訓練することです。

最初はスーパーバイザーなどの管理者が記事を用意したり、解説をしたりしますが、徐々にオペレーションを行うスタッフにシフトします。こうして情報量を増やししながら、多角的なものの見方を身につけていくようにします。

## 2. アンテナを張る



インサイドセールスにおけるコール業務（電話業務）の重要性については、いわずもがなというところだと思います。

非対面であるインサイドセールスにおいて、メールやweb、DMなどの手段とは違い、電話だけが唯一顧客に対し双方向かつリアルタイムで可変性の高い対応ができるからですね。

それ故に、品質に差が生じてきます。

このコール業務をいかに標準化し、品質を高められるかによってインサイドセールスの成果・効果が異なってくることは間違いありません。

スクリプトも大切ですが、もっと本質的な側面に目を向けてリソースを割いていきましょう。

情報を共有し、コールを標準化させ、品質を底上げしていきましょう。



【作成者】

アイセールス株式会社

TEL 03-4405-6609

BtoBインサイドセールス、MA運用なら

