

営業

MAツールを活用し、
テレアポ営業の成績を劇的に向上させる方法

- ① コール先の相手に関心があるかが分からない**
→ 相手が何に関心があるのか分からないから
何を話せば良いのか分からない
- ② そもそもコール先の相手は自分の話を求めている**
→ 相手の求めているタイミングでのアプローチのため
そもそも自分の話を聞いてもらえない
- ③ テレアポ力向上は声のトーンや抑揚・強弱・トークの間など
属人的な「感覚」が大切なため営業パーソンの育成が難しい**
→ テレアポの教育には限界があり、営業パーソンのテレアポで
成果を出すためには、営業パーソンの感覚が必要

- ① 場所を問わず日本各地に訪問せずにアプローチをすることができる**
→ 飛び込み営業ではアプローチできる地域は限定される
- ② 短期間で多くの見込み客に対してアプローチをすることができる**
→ 1日に100件以上の見込み客に対してアプローチ可能
飛び込み営業では1日にアプローチできる数が少ない
- ③ 短期間で多くのデータを集めることができる**
→ 販売したい商材が市場からどのような需要があるのか
見込み客はどのような課題を感じているのか
ターゲットとしたアプローチ先は間違っていないか
- ④ 狙った見込み客に対してピンポイントにアプローチをすることができる**
→ インバウンド型の営業では問い合わせのある企業を特定することはできない
- ⑤ 数さえ打てばそのうち当たる**

- ① アプローチ先から断られることが多く、営業パーソンの心理的な負担が大きい
- ② 営業パーソンの育成が難しい
- ③ 電話のみでは伝わる情報量が少ない

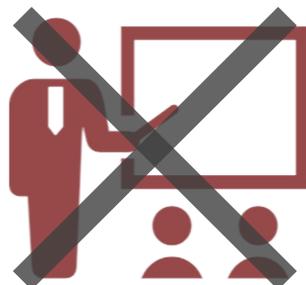
1

営業パーソンは毎日の
テレアポで精神が疲弊し、
従業員の入れ替わりが激
しい



2

営業パーソンの入れ替わ
りが激しい上に、テレア
ポの育成も難しいため主
力となる営業パーソンの
育成が難しい



3

アプローチ先企業から
迷惑がられることも多
く、会社の評判が悪く
なる



MAツール（マーケティング・オートメーション）の導入



MAツールがテレアポ営業の成績を劇的に改善させる

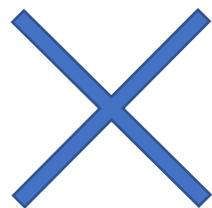


MAツールのないテレアポ	MAツールのあるテレアポ
① アプローチ先の興味度合いや関心度合いが分からない	① アプローチ先の興味度合い・関心度合いが分かる
→アプローチ数を増やすなど「数打ちや当たる」の戦略になる	→興味度合いに合わせた適切なアプローチをすることが可能
② 数打ちや当たるの戦略で営業マンは断られ精神は疲弊	② 適切なアプローチ先のに適切なタイミングでのアプローチ
→せっかく育てた営業マンの退職が相次ぐ	→ストレスの少ない営業体制の構築が可能
③ 見込顧客へのアプローチは営業マンの「勘と経験」	③ web上の行動履歴から根拠の持ったアプローチを実現
→本当にアプローチすべき人にアプローチできてない	→本当にアプローチすべき人にアプローチすることが可能
④ 過去の失注顧客への追客ができていない	④ 過去の失注顧客にはMAが自動で定期接触
→見込顧客の検討のタイミングを逃している	→興味度合いの高まったタイミングで営業マンに通知
⑤ 見込顧客管理は営業マンに依存	⑤ 見込顧客管理はMAの中で一元管理
→営業マンの退職とともに見込顧客のデータも社外へ	→見込顧客のデータが資産として社内に蓄積
⑥ 属人的な営業で売れる営業と売れない営業の差が明確	⑥ 根拠のある営業で営業マンの育成もしやすい
→感覚に頼った営業で再現性に欠ける	→営業履歴や見込顧客の行動履歴が分かり指導しやすい

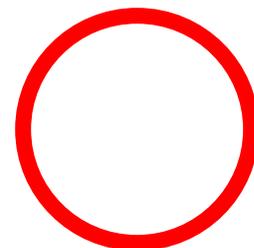
MA（マーケティング・オートメーション）



見込み顧客管理システム



勝手に集客して、勝手に商談設定してくれる夢のツールである



営業マンが迅速に対応できるように
どの見込客に、いつアプローチするべきか
のお知らせを自動（オートメーション）でしてく
れるツール





見込み顧客のオンライン上の動きが見える化

- ・ 自社のページをいつ見に来たか
- ・ 自社から送ったメールをいつ開いたか
- ・ 資料ダウンロードをいつしたか。



見える化した動きに対して、自動でアクションを設定

- ・ 資料ダウンロードをリアルタイムで営業マンにお知らせする
→ フォローコールができる
- ・ ウェブページで見に来てる人をグルーピングできる
→ この方に対して一斉メール送る

- 1** 社内リストの活用現在所有している社内リストへのメールの一斉配信を行う
- 2** 資料ダウンロード・webサイト訪問・メール開封がある見込顧客をピックアップ
- 3** ピックアップ見込顧客のweb上での行動履歴を見た上でのアプローチ
- 4** 見込顧客への対応履歴と次回行動予定をMAツールに入力し、次回アプローチを抜け漏れのないようにする

1

見込顧客の興味度合いや
関心度合いが分かり、
見込顧客に合わせた
アプローチが可能に！

2

適切な見込顧客に
適切なタイミングでの
アプローチが可能に！

3

過去失注顧客への
アプローチはMAツール
が自動で行い、
今アプローチすべき
見込客に集中できる

4

見込顧客管理も
MAツール内で一元管理
営業履歴や行動予定
も残せ抜け漏れのない
営業活動を実現

各種お問い合わせ

MA・インサイドセールス
について詳しく聞く

「i:Sales」の
サービスや機能を知る

セミナー/イベント
の情報を確認する

無料デモを体験する

資料内にご不明な点はございませんか。
ご質問等あれば、お気軽にお問い合わせください。



アイセールス

アイセールス株式会社

Tel : 03-4405-6609

E-mail: info@eye-sales.com

URL : <https://mk8-robo.com>