

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・MA運用の命 「顧客情報の収集」の基本

MA(マーケティングオートメーション)/ インサイドセールス支援
アイセールス株式会社

インサイドセールス・MA運用は顧客情報の収集が命

インサイドセールスは顧客のプロファイル情報の収集が最も重要です。収集された情報をもとに顧客をセグメント(分類)と顧客分析を行い、その結果に裏打ちされたプロモーションを企画、実行していくことになり、セールスというよりもマーケティング領域の手段です。

ということは、顧客情報が上手に収集できなければその先の全てのアクションがうまくいかない形になります。



言いたいことはわかるけど、実際にどうやって顧客情報を収集していけばいいの？



肝はコールプロモーション

前提

企業データであれば、公になっている年鑑やホームページから取得できますが、キーパーソンの情報は個人情報にあたりますので、本人に尋ねるしかありません。そうすると、訪問や電話などで直接聞くことになります。もちろんそのためだけに訪問してはお互いにとって時間の無駄が多すぎるため、電話の一択となります。

近年ではMAツールを使うことで最低限の興味関心はわかるようになってきました。しかし、MAでも限界はありますので、最終的にはコールプロモーションとなります。

次ページで、コールプロモーションの基本的なコツを伝授するよ！



顧客情報を上手に聞き出すコールプロモーションのコツ

ポイント①

トークスクリプトの充実

- ・要件を明確に伝える
- ・一度のたくさんの内容を聞こうとしない
- ・ヒアリング内容の優先順位を決めておく
- ・自社との信頼度/関係性を把握
- ・トークフローやストーリー展開を事前に設計
- ・コールプロモーションごとに目的やゴールを定義

ポイント②

顧客層の情報のインプット

知識の有無、深さによっても収集結果に違いが出てくるので、日頃から顧客や顧客層に関する情報をインプットしておくこと

顧客情報の収集は、

仮説

⇒プロモーションの実行

⇒結果分析

⇒仮説

の繰り返しです。常に情報をアップデートしていきながら、コールする毎に仮説を立てて事前にどんなことをヒアリングしていくかを決めて進めましょう。



【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