

新人でも成果が出る！
テレアポ獲得率を最大化する
5つの秘訣とその指導法

営業支援と営業研修のAccept

代表取締役 赤嶺哲也



はじめに

効果的なテレアポ戦略は、営業において成功を収めるための重要な要素です。テレアポでのアポイント率が高まれば商談の場を増やすことができ、さらに商談の成約率を高めることで契約へと繋がります。

ところが、テレアポの効果的な戦略を持たずに「ただ電話をかけまくる」ところも数多く存在します。トークスクリプト（電話の台本）は一応用意してあるものの、なかなか成果に繋がらない、という状態です。

専門のテレアポチームを持たずに対面営業の営業パーソンが入口戦略としてアポイントを行っている場合は、更に属人的になりやすく、個人の力量による差が顕著になっています。

ただリストだけ渡し「少しでも多くの人に会うように」という指示を出してもアポイント率が上がるはずもありません。

当社では、テレアポと対面営業のノウハウを分けてお伝えしています。本書ではテレアポのノウハウ、とりわけ新人への指導法を中心にまとめました。新人営業担当者が自信を持って電話をかけられるようになることで、チーム全体のパフォーマンスは向上します。

ぜひアポイント率向上に取り組んでみてください。



なぜ新人にとってテレアポが難しいのか？

新人営業にとって、テレアポはとても難しいのです。現代は固定電話がない家が多く、スマホで友人と連絡を取るのアプリばかりです。電話番号を押し間違えないか、自己紹介を正しく言えるか、取り次ぎの人と相手先担当者を聞き分けられるか、商品紹介を言えるか、聞き出した情報を分かりやすく伝えられるか……。多くのプレッシャーがかかっていることを、指導者は小さく見てはいけません。指導者は、新人の恐れを払い、やる気を引き出す必要があります。

新人営業が直面する課題

恐怖心

初めての電話営業に対する不安や恐れが、行動を妨げます。

経験不足

過去の経験がないため、効果的なアプローチを見出すのが難しいです。

スキルのギャップ

コミュニケーションや説得力に欠けるため、電話がうまくいかないことが多いです。



誤ったテレアポ指導法

企業には、誤ったテレアポの指導法が蔓延しています。その最たるものが「とにかく数をかけ続ける」というものです。トークスクリプト（台本）を用意するのは当然のことですが、その内容に確固とした根拠がないのも、良くないことです。

以下は、私が営業指導を行った現場で実際にあった事例です。御社では、このような指導をしていますか？

- × まずはとにかく数多くの電話をかけてみなさい
- × 明るいトーンで話さない
- × とにかく短く簡潔に伝えなさい
- × 悩みや課題を聞き出さない
- × テレアポは断られてからが勝負

これらの方法がなぜいけないのか、後ほど解説します。

テレアポ獲得率を最大化する 5つの秘訣 ① テレアポの使命を大事にする

テレアポは確率的に考えると断られることのほうが圧倒的に多くなるのが当然の仕事。ですので、何のためにその仕事をするのか、ということをしっかり理解し、使命感を持って取り組むことが大切です。

【指導法】

まずは自社の商品やサービスに自信を持たせることが大切です。その価値に自信を持つことができれば、「いろいろな人に知って欲しい」という考えになっていくもの。

「テレアポとは無理に買ってもらおうとするものではなく、まだ“この素晴らしい商品”のことを知らない人たちに、教えてあげたい」という気持ちをもって電話を掛けることを指導しましょう。



テレアポ獲得率を最大化する 5つの秘訣② 根性論から抜け出す

努力は大切ですが、無理に根性を振り絞る方法は続きません。テレアポは「数」だけでなく、「質」も重視することが重要です。適切なトークスクリプトを用意し、その中の一言一言を発する意味を理解させることが大切なのです。まずは一つひとつの会話を丁寧にするのが成功への近道です。

【指導法】

まずはそもそも、指導する側としては「誰でも成功しやすいトークスクリプト」を用意してあげることが大切です。その上でなかなか成果が出ない場合は「努力が足りない」ではなく、具体的な改善案を提示しましょう。成果が出ない理由の多くは、「ただ話しているだけ」になっていて、「適したトーン（落ち着いたトーン）」の大切さや、トークスクリプトの一言一言の意味や狙いを理解していないケースが多いため、丁寧に教えてあげましょう。



テレアポ獲得率を最大化する 5つの秘訣③ 成功を喜ぶ

初めてのアポ獲得や小さな成果を自分でしっかり祝う習慣をつけましょう。それが自信になり、モチベーションにつながります。顧客に聞かれて分からなかったことを上司に確認し、次の電話で答えられるようになった、というだけでも立派な成果です。アポイントが取れたら、周囲に遠慮することなく存分に喜びましょう。

【指導法】

新人が成果を出した時には、全体場で褒めてチームのエネルギーを高めましょう。個別にも「頑張ったね」と直接伝えることで、その人に特別な充実感を与られます。「あなたならできと思った」「今の電話の〇〇が良かった」と成功要因を含めて褒めてあげることが大切です。ただし、できない人に対して「あの人はできている」と成功を引き合いに出すのは逆効果なので、やめましょう。





テレアポ獲得率を最大化する 5つの秘訣④ 分析する

電話1件1件に対して、失敗や成功の理由を振り返る習慣を持ちましょう。このとき、分析するのは「電話を受けた側の心理」です。テレアポのゴールは「商品に興味を持ってもらう」ことであって、買ってもらうことではありません。「どのトークで顧客が前向きになったか」「どのトークだと聞きたくないと思われるか」を具体的に考えることで次の改善に活かします。

【指導法】

指導者として、分析の手法を教えることが大切です。「どのトークが響いたのか」という表面上の感想に留まることなく、「なぜそのトークが響いたのか」という顧客心理を踏まえて分析をすることが大切です。主観的なアドバイスをするのではなく、顧客心理に基づいたテレアポ法に沿う形で指導しましょう。

テレポ獲得率を最大化する 5つの秘訣⑤ 売り込まない

テレポでは話す内容を一方的に押し付けるのではなく、相手の課題や悩みに寄り添った会話をしましょう。商談の場を設ける前に、すべての商品説明をする必要はありません。売り込むよりも、興味を持ってもらうための質問や、その答えに対する切り返しを考える方が大事です。迷惑電話だと思われないために、顧客への問いかけ、寄り添いを大事にしましょう。

【指導法】

興味を持たせようと必要以上に頑張ってしまうと、売り込み感が出てしまいます。まずは顧客の心理を理解したうえで、「顧客に寄り添う」ことを目的とした「質問術」を教えてあげましょう。そもそも「質問」とは、相手から情報を引き出すためだけに使うのではなく、こちらから伝えたい情報の「前振り」として使うことが有効です。





トークスクリプトを改善しよう

テレアポの指導法が分かったら、指導に適したトークスクリプトを作成・改善しましょう。そのとき、見直すポイントは以下の7つです。

1. 電話をかけたときの第一声
2. 会社紹介（自己紹介）
3. 電話を掛けた理由説明
4. 商品紹介
5. 質問文
6. 質問への解答事例と切り返し
7. クロージング

新人がトークスクリプトを使って電話をかけたあとは、以下の点を評価するとよいでしょう。

1. 声の高さ、速さ（変えてみて、反応がいいものを探す）
2. トークスクリプト通りに話せたか（実践）
3. トークスクリプトと変えたところはどこか（改善）

アポイントが取れたか、という結果だけ見てはいけません。御社のアポ率を最大化するために、トークスクリプトを改善し続けましょう。

誤ったテレアポ指導法（解答）

前述の「誤ったテレアポ指導法」について解説します。

- ✕ まずはとにかく数多くの電話をかけてみなさい
→根性ではなくアポ率を高めるノウハウを指導する
- ✕ 明るいトーンで話さない
→明るいトーンは営業色が出る。落ち着いたトーンで。
- ✕ とにかく短く簡潔に伝えなさい
→トークを短くすると情報の価値が伝わらなくなる
安易に短縮せず、長く感じさせない工夫が大事
- ✕ 悩みや課題を聞き出さない
→それは理想だが、まずは「改めて話を聞いてみたい」
と思わせることが先決
- ✕ テレアポは断られてからが勝負
→断り文句から逆算をして断りづらい状況をつくること

これらが実践できれば、あなたのテレアポは「迷惑電話」を脱却し、
「あなたに会いたい。ぜひ来てください」と言われるものになります。





おわりに

テレアポというのは、最初の約20秒で結果が決まってしまうほど、特に前半のトークの組み立て方が重要です。短い時間では、伝えられることも、聞けることも限られています。では、何を言い、何を聞くべきなのでしょうか？

当社では営業指導や営業研修をするとき、独自のノウハウをお伝えしています。「顧客心理に基づいたテレアポ法」もそのひとつです。

これは顧客の心の動きを段階化し「言うべき言葉」「情報や質問を伝える手順」、「言ってはいけない言葉」などをノウハウにしたものです。本作では、このノウハウの中から指導法に絞ってご提供させていただきました。

これらの方法を試すことで、新人営業がテレアポで心を病むことなく、一皮むけた存在になれることを願っています。

実績一覧

50を超える様々な業種の企業様にご利用いただいております。
当方が営業研修、営業コンサルティングをご提供した企業様を一部ご紹介いたします。

- ・大手宝飾品メーカー＆販売 様 【株式会社M様】
- ・大手介護施設 営業 様 【株式会社ベネッセスタイルケア様】
- ・大手自動車販売様 【ホンダカーズ山形様】 他
- ・大手住宅メーカー様 【積水化学工業様、ミサワホーム北越様】 他
- ・大手農耕機器販売様 【新潟クボタ様】
- ・大手投信投資顧問 様 【大和住銀投資信託顧問株式会社様】 他
- ・大手ガス会社 様 【四国ガス株式会社様】
- ・大手寝具販売代理店 様 【西川布団代理店】 枕販売部門1位獲得
- ・大手食品会社特約店グループ様 【(株)明治 特約 茨城県明乳会様】
- ・大手M&A仲介会社様 【株式会社日本M&Aセンター様】
- ・不動産の売買・賃貸・仲介・管理 様 【株式会社コーセーアールイー様】
- ・工務店 様 【有限会社アスカ創建様、清新ハウス様】 他
- ・広告代理店（住宅総合展示場）様 【ファジーアドオフィス様】
- ・防犯システムサービスグループ 様 （全国規模） 【セキュリティスミス様】
- ・大手人材派遣会社 様 【アデコ株式会社様】 他
- ・大手生命保険会社 様 【三井生命株式会社様】 他
- ・大手損害保険会社 様 【富士火災海上保険様・あいおいニッセイ同和損保様】
- ・大手塗料メーカー＆施工会社 様 【三州ペイント株式会社様】

- ・大手ハウスマンテナンス会社 様 【株式会社アサンテ様】
- ・大手弁護士法人 様 【アヴァンセリーガルグループ様】
- ・大手情報通信システム 様 【NTTコムマーケティング様】
- ・大手信用リスク受託会社 様 【イー・ギャランティ株式会社様】
- ・セキュリティシステム販売＆サービス 様 【スパックエクスプレス様】
- ・大手ショッピングサイト販売ページ作成 様 【アンネット株式会社様】
- ・大手金融機関様 【ちばぎん総合研究所様、ちばぎん証券様、常陽産業研究所様】
- ・中古車販売会社 様 【株式会社エスタイムコーポレーション様】
- ・太陽光・風力発電所分譲会社 様 【株式会社サンエイエコホーム様】 他
- ・大手測量会社 様 【C S S技術開発株式会社様】
- ・イベントプロデュース会社 様 【株式会社グローバルプロデュース様】
- ・化粧品販売 様 【クレシェール化粧品様】 他
- ・健康食品販売 様 【I B P株式会社様】 他
- ・エステサロン 様 【クレシェール化粧品経営のエステサロン様】
- ・空間除菌清浄機器メーカー＆販売 様 【株式会社ボンズ様】
- ・配管メンテナンス、高圧洗浄 様 【有限会社スカラベ様】
- ・節水設備販売 様 【エコアクア株式会社様】・・・他

その他の実績につきましては、Webサイトで紹介しています。

<https://www.accept-eigy.com/article/15080339.html>



企業紹介

事業所名
株式会社営業支援Accept（アクセプト）

代表者
赤嶺 哲也

所在地
埼玉県所沢市東狭山ヶ丘3-2841-17

設立
2006年1月

<著者経歴>
赤嶺 哲也（あかみね てつや）

- 東京理科大学 理学部II部 卒業
- 業界大手化粧品メーカーに入社
統括責任者に就任（当時27歳、最年少）
- 某教育系企業に転職
英会話スクールの営業として最高売上連続獲得、MVP2回
同社 社長代理（統括マネージャー兼務）に就任し
史上最高売り上げを達成
- 株式会社営業支援Acceptを設立、現在に至る

▶ [営業研修のお申し込みの流れ](#)