

# テレアポ獲得への道のり ～ユーザー活用によるターゲット化～

---

西濃運輸株式会社 千葉エリア

高橋 昂平(Takahashi Kohei)

- 1、ユーザーからのデータ抽出
- 2、抽出データの精査
- 3、電話によるアポイントメントの獲得
- 4、初回訪問からのターゲット化
- 5、ターゲット化からの渉外活動
- 5、荷主獲得

ターゲット不足解消  
のための手段を提案

ほとんどのプランナー  
であれば対応可能

## 1、ユーザーからのデータ抽出

- ・業種の絞り込み

→傾向として製造業、運輸・倉庫がねらい目

- ・新規荷主の精査

→既存顧客等データの整理

- ・テレアポリストの作成

→電話番号が登録されているものに絞る

### 3、電話によるアポイントメントの獲得

- ・電話によるファーストコンタクト

- 営業電話だと悟られるとお断りの可能性もある

- ・挨拶のお電話で柔らかくテレアポ

- あいさつでご訪問であれば無下に断られることも少ない

- ・初回アポイントメントの確定

- 担当者とお会いできれば弊社の紹介(輸送商品)が可能

## 4、初回訪問からのターゲット化

- ・引き合いとは違いスタートは挨拶から  
→弊社の情報とお客様の情報を交換
- ・弊社の輸送に興味があるかの判定  
→あいさつ名目なので輸送の需要があるかを判断
- ・次回のアポイントメントを設定  
→輸送の需要が判断できれば次回お見積もりをご案内  
渉外開始となる

プランナーが渉外するうえでの課題の一つに  
渉外するターゲットの不足が上げられる

これを解決する手段のひとつとして  
今回のユーザー利用によるテレアポ活動

ファーストコンタクトとしてテレアポからの初回訪問  
輸送需要がある場合に次回訪問を設定し  
見積り等渉外活動の継続へとつなげる