



THOUGHT LEADERSHIP SERIES ビジネスプロ | No. 002

SALES

# 正しいコールド・コールの かけ方



営業ならだれもが通る道、それがコールドコールです。

OLD営業だという方もいるかもしれませんが、1本の電話がクライアントの抱える問題を解決するかもしれない魔法の電話です。問題は、折角の魔法も正しく発音しなければ効果を発揮するチャンスすら出ない、ということです。

正しく発音、されていますか？

見込み客に突然売り込みの電話をかける「コールド・コール」と言いますが、言ってしまうと、見知らぬ人の予定でいっぱい1日に無理やり入り込もうとしているわけです。相手にとってはコールド・コールによって集中の邪魔をされるわけで、当然迷惑に感じます。当然予定にないことなので時間も掛けたりしません。電話をかけてきたのはいったい誰なのか分からないため、信用度はゼロ以下です。ひどいものだとして「今日はご機嫌いかがですか」といった世間話が始まる馬鹿馬鹿しいコールド・コールを何度か受けた経験もあります。知らない人からの電話というだけでも頭の中で警報が鳴り響きます。聞き覚えのない声から自動的に「誰だ、こいつは。知らない人からの電話は良くない。嫌いだ」と考えます。

では、見込み客のビジネスに価値を与えるように電話をかけるにはどうしたらよいのでしょうか。まずは電話の目的が何であるのか定めます。電話口の売り込みだけで商品を手売りしようと考えている方は今すぐ考え直すことをお勧めします。勿論、電話で売れるものもないわけではありません。が、宝くじに当たる方がまだ確立が高いかもしれません。

電話をかける目的は唯1つ、商談を設定するこ

とです。後日見込み客と対面し、先方のニーズと、先方が抱えている問題に対してこちらが解決できるかどうかという可能性について話をする機会を得ることなのです。逆に言いますと、先方がまったく関心がないのに無理やり商談してもらうことではないのです。ビジネスで生き残るつもりなら、ブランド価値を地に落とすような行動は賢明ではありません。電話では丁寧さを心がけ、決して押し付けがましくならないように感じ良く話しましょう。

では実際にはどのように電話をすべきでしょうか。私ならこう切り出します。

「佐藤様はいらっしゃいますでしょうか」。これは先方のフルネームが分かっていることが前提です。役職しか分からないと、日本ではたいてい、セールスコールはバプロフの犬のように拒否されます。『営業電話は受け付けておりません』といった具合です。スタート地点でブルーな気分を味わわれます。

続けます。

「はい、私です」。

「私はデール・カーネギー・トレーニングの村上と申します。お忙しいところ恐れ入りますが、今少しお話をさせていただいてもよろしいでしょうか」。自分の名前を名乗る時はゆっくり話し、先方に私の名前が分かりやすくなるようにします。さあ、自己紹介も終わり、これから本題に入ります。先方のスケジュールを尊重して、話をする許可を求めます。先方が忙しくて話ができないのなら、この後私が何を言っても無駄で、迷惑がられるだけでご自身の評価を落とすことになりかねません。先方が忙しくて話せないという仰るようであ

**Dr. Greg Story**

DALE CARNEGIE  
TOKYO JAPAN

**Dale  
Carnegie**<sup>TM</sup>

## 正しいコールド・コールのかけ方

ればこう言います。「承知いたしました。ではまた今週の終わり頃にでもご連絡差し上げます」。

このとき日時は指定しません。先方はすでに忙しいと言っているので、先方のスケジュールを尊重しているという姿勢を示したいからです。

先方がもし「大丈夫ですよ」と仰って下されば、電話で話すことに合意してもらえたということなので続けます。

「佐藤様、どうもありがとうございます。弊社はXYZビジネスに携わっております。私が少し調査をしましたところ、御社の企業プロフィールが弊社の一般的な顧客層のものと似ていることが分かりました。このプロフィールに当てはまる企業はみなさんいずれも弊社のABCを採用した結果、業績が向上しています。そこで、これらの顧客と同様、弊社のABCが御社のビジネスの成長に貢献できるのではないかと思います。このように成果を得ることで御社にとってメリットになると感じにいただけますか」。

こちらのビジネスが何であるかを先方に伝えることで、この突然の電話に何らかの脈絡を付けることができます。調査をしたと言ったのは、電話帳で片端から適当に電話をかけたのではなく、ある程度の分析と調査を元に連絡しているのだということを知ってもらうためです。また、似たような企業プロフィールを持つ他の企業が成功しているのを、先方の企業でも同様の成功が得られると考えるのは当然だということも伝えます。そして、ビジネスを成長させたいかと尋ねます。

先方の答えが「はい」でも「いいえ」でも構いません。どちらでもこちらの対応は分かっているからです。回答が「はい」なら、こう言います。

「そうですか。ありがとうございます。弊社の提供するものが御社にとって完璧なものかどうかは分かりませんが、一度ご訪問し、直接お見せして詳しく説明させていただくことは可能でしょうか。その上で、役立つかどうかご判断いただければと存じます。今週はいかがですか。それとも来週の方がご都合がよろしいでしょうか」。

丁寧に話し、先方が話を続けることに合意したことに感謝します。押し付けがましくせず、こちらの提案が最適でない可能性もあることを承知しているが、先方が自ら判断する機会を与えたいという気持ちを伝えるのです。訪問についても、イエスかノーかと聞かずに、今週か来週かという選択肢を与えます。先方がどちらかの週を選んだら訪問に合意したことになるからです。週が決まったら日付に関しても2つの選択肢を提案し、日付が決まったら午前か午後のいずれがよいか尋ねます。時間までまた2つの選択肢を提案するとしつこくなるので、適当な時間を1つ選び、先方の時間帯に合わせて変えられるようにします。

もし、先方が自社ビジネスの業績を向上させたいかという質問に対し「いいえ」と答えたら、こう言います。「そうですか。分かりました。お時間ありがとうございます。そしてそれ以上は何も言わずただ黙るのです」。

先方がこちらと商談をしたくない理由は何千もあることでしょうか、こちらとしては先方が下した決定を受け入れる心構えで臨み、そのことを追及しようとしては

なりません。でも、別の形で商談の価値を提示できそうなことを先方が言ってきたら、商談を設ける日について、今週か来週か、などというように尋ねていけばよいのです。

大切なことは、しっかりと自身の電話の目的を理解し、割り切ることです。

コールドコールは魔法ではありません。確率自体は、今の世の中では特に元々低い、ということを理解してください。

ただし、『結構です』といわれたからといって、しよげる必要もありません。2つ理由があります。1つ目は、先方は『あなたが嫌い』というわけではないからです。他の人が電話をかけてきても同じか、電話のかけ方によっては悪いイメージをのこすでしょう。先に述べた方法さえ守れば、我々は先方に悪い印象を残すことはないでしょう。

そこで2つ目です。悪い印象を残していない方には、チャンスがあるかもしれないのです。先方が断ったのは、その時点でのニーズがなかったためです。もしかすると、将来的にはニーズが出てくるかもしれないのです。

ですから、6～9ヵ月ほどのスパンでフォローアップしましょう。

50分の1の確率で商談がとれるなら、100件かければ2件は商談が取れる計算です。丁寧に忘れず、割り切ってコールドコールをしましょう。

Dr. Greg Story is president of Dale Carnegie Tokyo Japan

Dale Carnegie Tokyo Japan

TEL: 0120-987-099, 03-4563-1963 weekdays 9:00-18:00, closed Sat/Sun/Holidays

FAX: 03-4563-1964

[DALE-CARNEGIE.CO.JP/EN](http://DALE-CARNEGIE.CO.JP/EN)



**Dale Carnegie**

