

株式会社ビズエッグ教育資料

テレアポ獲得力講座

～今日から使える獲得ノウハウ～



2025年版

目次

1. 3種類の声と12の感情を知ろう
2. 「息継ぎのタイミング」意識していますか？
3. 人間的な演出を心がける
4. 音だけの世界で人間味を感じてもらおう5つの要素
5. リストとして架電×テレアポ嫌悪=なにも生まない
6. 【今日も不在の架電先】いつまで続ける？
7. 本当の在社時間がようやくわかる
8. ユーザーは一体どんな人柄なのだろう？
9. それぞれのタイプについて理解を深める
10. 時間設定の成功率は断るための負荷が重要
11. 沈黙が気まずいのはあたなだけではない。
12. ～マインドセット～

こんなお悩みありませんか？

- ✓ テレアポで新規アポが全然取れない…
- ✓ テレアポスタッフの離職率が高く人材が定着しない…
- ✓ 生産性が低く1件のアポに対するコストが高額となっている…
- ✓ アポイントからの契約が生まれてこない…
- ✓ テレアポ文化が組織に定着していない…

 そのお悩み、そろそろ解決しませんか？

3種類の声と12の感情を知ろう

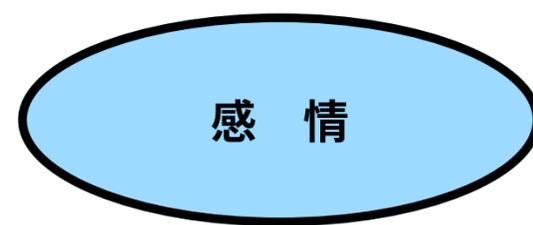
テレアポで最も重要な“声”を使いこなすこと

言語情報と聴覚情報(パラ言語)の一致が印象を決める

大切なことは、読むではなく、伝えること

強弱・音量・速度・高低差を使いこなすことで抑揚が生まれ

さらに鼻濁音や息遣い、笑い、間を組み合わせ感情を表現しましょう
 言語やスクリプトのストーリーに合わせた感情表現を意識しましょう。



まずは下記3種類の声を自由に使いこなそう

明るい声

- ・ 嬉しい時の声
- ・ 楽しい時の声
- ・ 前向きな時の声
- ・ 期待している声

真剣な声

- ・ 一所懸命な時の声
- ・ 責任ある時の声
- ・ 気を使っている時の声
- ・ 堂々としている時の声
- ・ 危機感を伝えたい時の声

ネガティブな声

- ・ 申し訳ない時の声
- ・ 悲しい時の声
- ・ 落ち込んだ時の声

「息継ぎのタイミング」意識していますか？

“ブレス”の使い方

【間】が会話の中で生まれるタイミングは下記の3つとなります。

①息継ぎ ②考えている時(悩んでいる・困っている等) ③返答待ち時間

【間】の一つである息継ぎ(ブレス)は音だけの世界で重要な表現の一つです。

下記■をブレスとイメージしてください。

例① 「株式会社〇〇は、■〇〇の販売を行っている会社なのですが、■今回お電話させていただいた～」

例② 「株式会社〇〇は、〇〇の■販売を行っている会社なのですが、今回お電話させていただいた～」

通常スクリプトを読む時、読点(、)でブレスを入れますが、

当社は【読点以外】でブレスを入れることを推奨しています。

「言語情報の区切りタイミング」と「聴覚情報のブレス」が一致してしまうことで

多くの人にとって説明途中で割り込みやすくなります。

ブレスタイミングを徹底して管理することで、

応酬タイミングがコントロールされ会話の主導権を取りやすくなります。



人間的な演出を心がける

厳しい態度は“テレアポ”だから

テレアポへの反応が厳しいユーザーは一定数いらっしゃいます。

強い応酬を受けるのは、“人”と認知されていないからです。

ユーザーは基本的に【フリーダイヤル】を見た瞬間、または【少し高い声で名乗った瞬間】

「また営業の電話…」という感情になっていると前提してください。

マイナスから始まり、短時間でポジティブな印象に変えていくために必要なことは

“人間味”

ただし“人間味”は漠然とした感覚であり曖昧なものです。

ここで重要なのは【配慮と共感】【枕詞】【崩し言葉】【脱線】【感情表現】

勧誘電話



【配慮と共感】

【崩し言葉】

【感情表現】



【枕詞】

【脱線】

人間味



リストとして架電×テレアポ嫌悪＝なにも生まない

適切な感情表現は想像力から始まる

架電先のユーザーは本物の人。

テレアポを毎日行っていると不思議なことにユーザーを“ただのリスト”と思えてきます。

お客様が私たちに対して“テレアポ”となる現象と近いものだと感じます。

感情表現をする際にお客様の“今”をしっかりとイメージしてみてください。

時間・日付・天気・気温・業種・通話までのタイミング

あらゆる状況を最大限想像して、お客様の感情を理解しましょう。

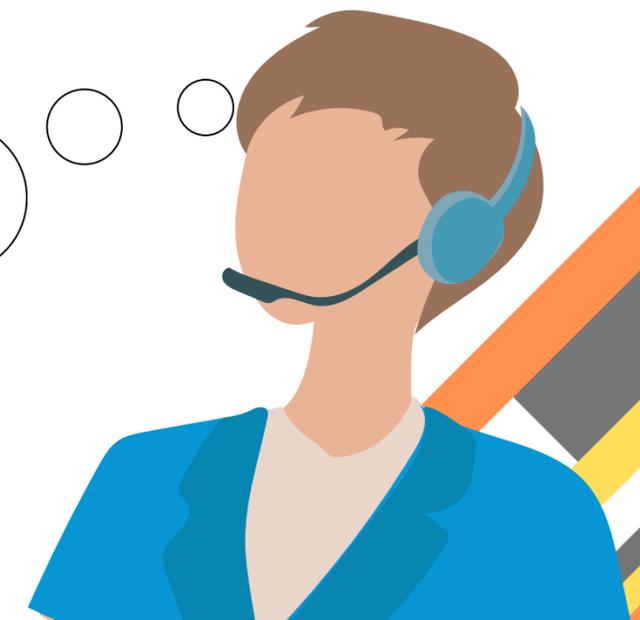
忙しい“だろう”から「架電しない」「すぐに引こう」これも違います。

コミュニケーションの正解は状況によって変化するというを理解するのです。

元気な声で挨拶されたい時もあれば、それが鬱陶しく感じる時もあります。

元気な声で挨拶されたい人もいれば、うるさいと感じる人もいます。

多様な人の感情を想像することでこちら側の感情表現が適切に行えます。



【今日も不在の架電先】いつまで続ける？



～再コールの工夫～

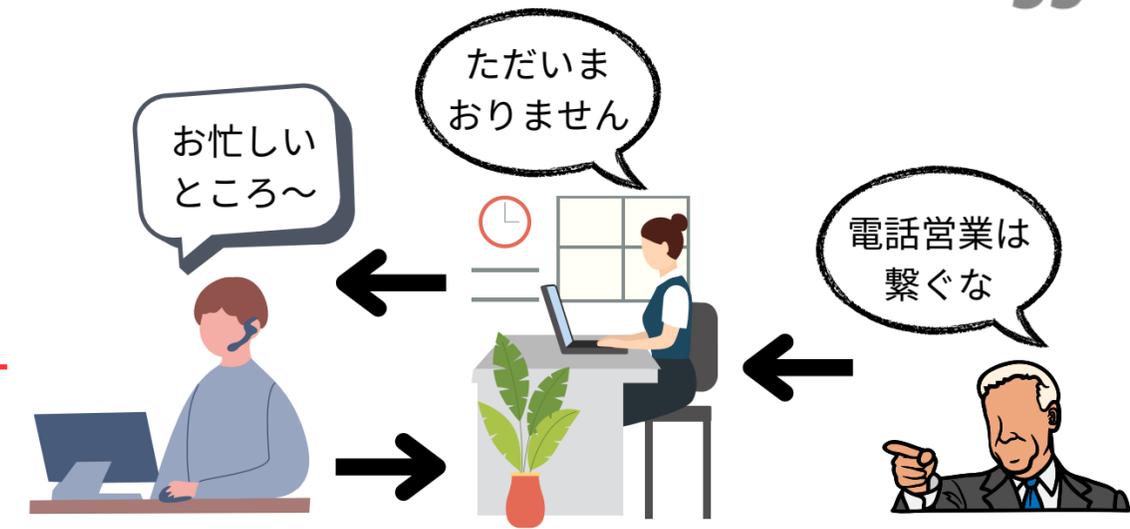
ここからは具体的な判断基準やアポイント獲得における戦略をお伝えします。

文章量が多いページは避けてきましたが、重要なことですので一読をお願いします。

アポイント獲得に向けて、【再コール(ストック)】が非常に重要になります。

ここで大切な基準は、「何を追うか」「何を追わないか」です。

何度かけてもいつも決裁者となつながらないユーザー、あなたのリストにいませんか？



パターンA

その不在は居留守なのか？本当に不在なのか？

大切なのは判断基準→A.繋ぐなと指示を受けている B.繋ぐか繋がらないかをユーザー(事務員など)が判断している C.本当に不在

「担当はただいまおりません」この言葉の裏にどんな背景があるのか。これが非常に【追う】【追わない】で重要となります。

ここで、よくあるパターンとしては、①名乗り→②簡単な概要→③担当確認 というトーク構成を行うとします。

もしも A.繋ぐなと指示を受けている or B.繋ぐか繋がらないかを通電者が判断をしている、の場合に

前頁にも記載した通り、「またいつもの勧誘電話」と認知している人が

30秒から1分の間に簡単な概要を聞いて、この電話は決裁者へ繋ぐべきと判断をしますか？

大切なのは【判断ができない】という判断、または通電者に【訪問了承】を一旦もらうことです。その判断にはある程度の会話が必要となります。

そのため、①名乗り→②概要→③事象→④要望→⑤クロージング→⑥担当確認 の構成を推奨します。

この手法で大切なのは【通電者から途中で断られてしまうこと】です。しかしこれでCではないことが確定されます。

Aの場合に【この説明を聞いても無駄だから】と判断されて説明途中で【いない】ではなく【いらぬ】と言われることが多くなります。

そしてBの場合にある程度、説明が進みやすく、最後に【イエスorノー】をいただけることが多くなります。

もちろん多様なユーザーがいる中で、様々なパターンは存在しますが、一つの目安基準となるので理解を深めましょう。

本当の在社時間がようやくわかる

不在か断りの判断ができ【追う】【追わない】の判断ができた後

A.繋ぐなど指示を受けている B.繋ぐか繋がらないかをユーザー(事務員)が判断している C.本当に不在
前頁に記載した内容の実践で再コールリストの精度が向上しました。

次にこの手法における問題点の排除が必要となります。

「通電者が了承をしてしまった後」→「決裁者の了承ではないといけない追加理由」が必要です。
これは業種、内容によって大きく異なるため、適切な理由を自社の目的から見つけてください。

「人は一度了承した後は対応が優しくなる」理由

POINT

【認知的不協和】「人は行動と気持ちを一致させたくなる」生き物です。

了承=この話は聞くべきなんだ(本心では少し嫌な気持ちがあっても)

気持ちと行動が一致しないことを不自然と捉え、解釈の変更や情報の追加で行動を正当化させます。

その結果、一度了承という判断をすることで、優しくなり決裁者の正確な在社時間を教えてくれたり
理不尽な対応が減る傾向があります。この心理を活かして再コールからアポイント獲得につなげていくのです。



テレアポ社内研修
実施中

▼テレアポ社内研修▼

【日数】1日【時間】6時間【提供方法】対面実施

【費用】100,000円【人数】無制限

ビズエッグでは、テレアポスタッフのアポイント獲得力強化のための1日研修を実施
テレアポで重要な声の使い方やマインドセット、具体的な時間設定まで
アポイント力強化のための企業研修ですので、ぜひ育成にご活用ください。

お問い合わせは
👉こちらから👉



ユーザーは一体どんな人柄なのだろう？



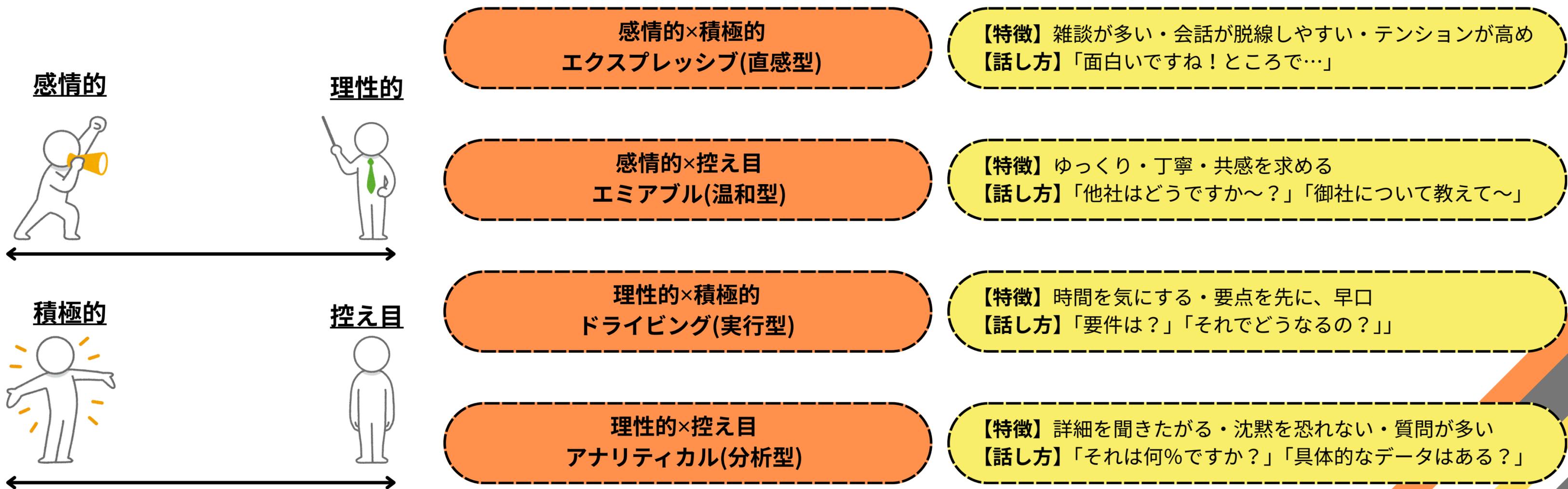
ユーザーの反応から人物像の仮説を立てよう

MBTIやDISC理論はより人のタイプを深く分析できますが、電話という短時間で非対面の中ではソーシャルスタイル理論が適切

ソーシャルスタイル理論は人間の言動を2軸で分類します。

そして4つのタイプに分け適切なコミュニケーションをとる手法です。

トップ営業たちは知識の理解からではなく、長い経験から現場でこれを感じ覚的、かつ瞬時に判断しています。



それぞれのタイプについて理解を深める

ソーシャルスタイル理論から分類わけされた人への 適切なコミュニケーション方法



感情的×積極的=エクスペッシブ(直感型)

会話は聞き役となりながら、柔軟なコミュニケーションを
明るく・テンポよく会話を進めながら、雑談を活用

【提案意識】

- ①興味や関心が変わりやすく、スピード感を大切に
- ②ノリを大切にしながら、相手の会話を要約しながら商談を進める
- ③数値やデータへの関心・興味は強くはない



感情的×控え目=エミアブル(温和型)

一緒に考えながら、優柔不断傾向なため決断を迫りすぎない
共感と信頼関係を重視しながら雑談で人間関係を構築

【提案意識】

- ①意思決定が苦手なため、専門知識から相談に乗りながら進行
- ②返事を先送りにする傾向があるので、問題を取り除く必要がある
- ③会話の中で、共感した時間の量が信頼価値につながる。



理性的×積極的=ドライビング(実行型)

会話を論理的に進める 結論→理由→事例のような会話構成を好む
結論→理由の順で端的に話す

【提案意識】

- ①結論→理由→理由の詳細→結論 この会話の流れを意識
- ②粘り強さや泥臭い諦めない姿勢を時に評価する
- ③“自分で決める”を重視するため、2択～3択の選択を提示する



理性的×控え目=アナリティカル(分析型)

会話で感情的な表現を避ける。根拠となるデータを提示
数値・根拠・手順を明確に。曖昧な表現を避ける

【提案意識】

- ①沈黙を大切にする。黙っているときは考えたり整理している時
- ②理解と納得はデータ・数値・実績・事例を示す
- ③即決しにくいタイプなので必ず回収期限を設定する

一人一人に合ったコミュニケーションを知り、理解してもらえる努力を忘れないこと

時間設定の成功率は断るための負荷が重要

難しく感じる時間設定方法について

テレアポの重要なスキルとして時間設定は避けては通れません。

時間設定で気をつけていただきたいのは【二者択一】

例：「明日の午前と午後どちらの方が都合が良いでしょうか？」

この投げかけ方は“前提化”が無いいため断る口実を与えます。

大切なのは、断ることへの心理的負荷とフォーカスです。

そのため、時間設定は【一択話法】 + 【論点のすり替え】が効果的です。

例：「明日の午前中にお伺いできればと思うのですが、会議や出張などのご予定はございますでしょうか。」

Yes/Noではなく、条件確認に論点をずらす（行く前提とその障害となることの確認）

「会う/合わない」ではなく、「支障があるか/ないか」にフォーカスをずらします。

心理的抵抗を和らげながら相手に“選ばせている感”を与えないアプローチとなり、

このアプローチは自発的に断らないといけない構造となります。

「都合が悪い」と自ら言わない限り、暗黙的に了承になりやすい

結果、心理的に「断る理由が必要」というプレッシャーがかかります。

ポイントは、①柔らかく丁寧に ②前提を押し付けすぎない ③断るなら相手都合で言わざるを得ない



沈黙が気まずいのはあなただけではない。

難しく感じる時間設定方法について②

★一択話法+論点のすり替え

お客様：「明日の午前中はいない」

営業：「そうですね。午前中は忙しいですよ…それなら明後日の夕方の方が邪魔にはならないですかね？」

★共感(Noの肯定)+前提条件からの真逆の提示（午前は忙しいという仮説をもとに夕方に設定変更）

※ただの代替提案ではなく、「あなたの予定を考慮していますよ」という姿勢を伝える

お客様：「夕方もばたばたしているからなあ〜」

営業：「お忙しいですよ。私たちのお話を聞くのがお仕事じゃないことは重々理解しております。ただどうしても〇〇のお話ですから」

営業：「今週〇〇地域をお伺いさせていただく中でご都合は合わせるのでどこかで1時間いただけませんか？(強い言い切り)」

お客様：「うーん…忙しいからなあー」

営業：「申し訳ありません……………」

営業&お客様「……………」 ※この沈黙時間は追加の時間設定などの追撃を絶対にしないこと。

お客様：「●曜日の〇時でも大丈夫？」

★共感&正論+強い言いきりによる本気度+謝罪&沈黙



共感・言い切り・沈黙を使いこなすことでアポイントの確率は向上します。

上記の会話には様々な心理的に訪問了承をする工夫があります。

返報性の原理・空白回避の法則・アンカリング効果+主導権逆転

その一つ一つの説明・理解は長くなってしまうため、ここでは省略させていただきます。

～マインドセット～

POINT

**断られることに
慣れることが
スタート**

新規架電の90%はアポイントに繋がりません。
アポイントになるのは高くても10%程度
この10%の人に気付けるために90%の人達の
特徴を観察し10%への理解を深めましょう。

POINT

**暇人探しではない
時間を頂戴する
仕事**

忙しい＝時間を作ってまで聞く価値なし
・物理的に時間を作れない方は少ない
・比較的時間に余裕のある方も少ない
だから今日も「忙しい」と優しく断られるのです。

POINT

**自責にしない
いちいち
自問自答もしない**

お客様からの厳しい声はあなた個人に向けたもの
ではなく、テレアポ全体に向けたものです。
「正義か悪か」は電話では判断できません。
ただ一つ、**自問自答はアポイントに繋がりません。**

POINT

**確率を無視する
達成のために
都合よく**

テレアポの基本は確率を高め、量を増やすこと。
確率は母数があって成立します。計画段階で
とても重要となりますが、短期間に弱い
今日の成果は**平均点ではなく最高点**を狙いましょう

POINT

**行動量の
重要性
経験値の獲得**

確率が高くても総数が低ければ意味を成しません。
技術で確率は上がっても、行動量はあなたからしか
生まれません。そして**量は率よりも優秀**です。
経験の蓄積と自分を守る盾にもなります。



大切なのは目的意識

- ★ 9割の特徴を知る
- ★ 自問自答をしない
- ★ 行動量の増加と維持
- ★ 忙しい＝お断り
- ★ 平均点で考え、最高点を狙う

最後に

本資料を最後までご覧いただき、誠にありがとうございました。

一番大切なことは、

ノウハウという言葉化された知識だけでは育成は完成しない。

習得体験が最も重要な育成支援となります。

無料マニュアルという限られたページ数の中で

一部のノウハウやわかりやすいテクニックのご紹介に留めましたが、

テレアポノウハウや心理テクニックはまだまだ存在します。

当社では、アポイント獲得力向上のためにご活用いただける

テレアポ1日研修・テレアポチームコンサルティングの無料トライアルを実施しております。

ぜひ、御社の営業育成にご活用いただき、売上アップのお役に立てればと思います。

株式会社 ビズエッグ 代表取締役

中村 愛光

問い合わせ



本資料・無料トライアルに関する
お問い合わせはお気軽にご連絡ください。

株式会社ビズエッグ

TEL：048-796-7026

E-mail：yoshimitsu.nakamura@bizegg.co.jp

当社ホームページ内

【お問い合わせ】フォームからのご連絡お待ちしております。