テルマスターへの道シリーズ：電話は死んではいない

さてさて、このコンテンツマーケティング、ソーシャルメディアが台頭しているこのご時世「電話は時代遅れ死んでいる」と言う人達が居るかもしれません。

しかし、電話は死んではいません。

ソーシャルメディアやコンテンツマーケティングを使って顧客に商品サービスを見つけてもらって商品サービスの営業をするよりも、スピーディーに短い時間でアポを獲る事が出来るのがテレアポの利点であり、日本の企業や消費者の多くは欧米と比べて、インターネットで商品サービスを発掘して、それを購入すると言う事には疎いのです。

オンラインマーケティングが日本よりも遥かに進んでいる、欧米ですら、多くの企業はテレアポを駆使して、新規顧客開拓に時間を使っているのです。

代表的な例で言うと、ハブスポット。客に商品サービスを見つけてもらうコンテンツマーケティング、を通して、新規顧客開拓をすると言うサービスを売っているハブスポットでさえ、新規顧客営業チームにテレアポをさせているのはあまり知られていない、事実なのです。

だから、電話は死んでいません。ソーシャルメディアやコンテンツマーケティングなど、他の営業方法はもちろん効果はありますが、それと同様にテレアポは未だに効果抜群なのです。

電話は、学校の苛めっ子の如く、怖いです。しかし、あなたがするべき事はその恐怖に立ち向かい、テレアポの鍛錬を行い、いつしかその苛めっ子に一矢報いる事ではないでしょうか？

大丈夫です。私akaテレアポ界のミヤギ先生があなたを一流のテレアポファイターに育成してみせます。

では、今回のレッスンは終了です。