



Scene Live
confidence is everything

**接触数とアポ数が増える
テレアポに適したタイミング限定公開!**

インサイドセールス管理者のよくあるお悩み

よくある課題 01

ターゲット顧客（担当者）との接触数が少ない

よくある課題 02

属人化している

よくある課題 03

管理、分析に時間がかかっている

本ウェビナーで得られること

ターゲット顧客との接触数を
増やす方法がわかる / 実践できる



よって アポイント増加につながる

- 1 接触数が少ない要因とは？
- 2 接触数が増える『タイミング』を解説
- 3 自社ターゲットにマッチしたタイミングの調査方法
- 4 弊社サービスのご紹介

SECTION 01

接触数が増えない要因とは？

接触数が増えない要因とは？

■ 接触数が増えない要因

- ① 受付突破のトーク . . . 不要な営業電話だと判断され受付ブロック
- ② アプローチタイミング . . . 不在のため接触できない
- ③ 架電数が少ない . . . そもそもアプローチ数が担保できていない

接触数が増えない要因とは？

■ 接触数が増えない要因

- ① 受付突破のトーク . . . 不要な営業電話だと判断され受付ブロック
- ② アプローチタイミング . . . 不在のため接触できない
- ③ 架電数が少ない . . . そもそもアプローチ数が担保できていない



すぐ実行できる、②アプローチタイミングを解説！

(10,000コールの分析結果を元に適切なアプローチタイミングをご共有します)

SECTION 02

接触数が増えるタイミングを解説

接触数が増えるタイミングを解説

■ 弊社10,000コールの分析

【アプローチ先】

- ・ 企業宛て（ToB向けテレアポ）
- ・ 接触したい相手＝営業職の方
- ・ 新規での架電（見込み顧客は含まない）



- 夕方以降（17時～）接触率が高い
- 月曜午前中は接触率が低い
- 金曜午後以降は接触率が下がる

接触数が増えるタイミングを解説

■ 受付突破率

2か月平均					
時間帯	月	火	水	木	金
10～11時	10.82%	26.02%	11.83%	20.47%	26.82%
11～12時	12.42%	24.93%	23.62%	11.87%	27.20%
12～13時	33.33%	32.50%	8.33%	50.00%	6.25%
13～14時	10.17%	12.08%	27.80%	12.94%	25.86%
14～15時	21.25%	23.63%	37.33%	19.29%	10.87%
15～16時	25.58%	17.00%	24.27%	9.79%	16.04%
16～17時	28.58%	18.44%	46.07%	14.78%	36.84%
17～18時	20.98%	36.04%	38.05%	35.75%	15.22%
18～19時	70.00%	34.38%	75.00%	60.00%	12.50%

■ 接触率が高い曜日×時間帯

- ① 水曜日 18時～19時
- ② 月曜日 18時～19時
- ③ 木曜日 18時～19時

【結論】

- 夕方以降が受付突破率が高い
月曜日～木曜日の17時～19時の
時間帯が特に高い
- 午前中は火曜日と金曜日が高い
- 水、金以外のお昼時が高い

接触数が増えるタイミングを解説

■ 運用方法

接触率が高い時間帯にリソースを集中

- ・ 新規リスト
- ・ 見込みになっていない顧客リスト

【結論】

- 夕方以降が受付突破率が高い
月曜日～木曜日の17時～19時の
時間帯が特に高い
- 午前中は火曜日と金曜日が高い
- 水、金以外のお昼時が高い

見込みになった顧客は、次回アプローチ日（接触できるタイミング）
を顧客ごとに記録し、抜かりなくアプローチを行うことが重要！

SECTION 03

自社ターゲットにマッチした 架電タイミングの調査方法

自社ターゲットにマッチした架電タイミングの調査方法

- ① ターゲット属性ごとのリスト分け
- ② 接触率の高いタイミング分析のための情報記録
- ③ 架電データから接触率の高いタイミングを分析

1. ターゲット属性ごとのリスト分け

■ リスト分け時の企業属性項目

- ・ 業種
- ・ 職種
- ・ 役職
- ・ 地域



■ Aリスト

業種：人材系
職種：営業

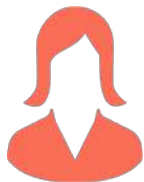
役職：管理者以上
地域：東京



■ Bリスト

業種：営業代行会社
職種：営業

役職：決裁者
地域：大阪



■ Cリスト

業種：エネルギー
職種：営業

役職：管理者以上
地域：東京

2. 接触率の高いタイミング分析のための情報記録

■ 架電記録リストに必要な項目

- ・ ターゲット項目
- ・ 進捗状況（ステータス）
- ・ 架電日（日付、曜日）
- ・ 架電時間（1時間単位〇〇時～〇〇時）

	ターゲット項目	ステータス	架電日	架電曜日	架電時間	課題ヒアリング	属性	次回アプローチ日	メモ
顧客Aさん									
顧客Bさん									
顧客Cさん									
・ ・ ・									
顧客Zさん									

3. 架電データから接触率の高いタイミングを分析

絞り込み

	ターゲット 項目	ステータス	架電日	架電 曜日	架電 時間	課題 ヒアリング	属性	次回 アプローチ日	メモ
顧客 Aさん									
顧客 Bさん									
顧客 Cさん									
・ ・ ・									
顧客 Zさん									

例

ステータス：接触済み以上
架電日：3/1～4/30
曜日：月
時間：10～11時

÷

ステータス：全部（全架電数）
架電日：3/1～4/30
曜日：月
時間：10～11時

平均

時間帯	月	火	水	木	金
10～11時	10.82%	26.02%	11.83%	20.47%	26.82%
11～12時	12.42%	24.93%	23.62%	11.87%	27.20%
12～13時	33.33%	32.50%	8.33%	50.00%	6.25%
13～14時	10.17%	12.08%	27.80%	12.94%	25.86%
14～15時	21.25%	23.63%	37.33%	19.29%	10.87%
15～16時	25.58%	17.00%	24.27%	9.79%	16.04%
16～17時	28.58%	18.44%	46.07%	14.78%	36.84%
17～18時	20.98%	36.04%	38.05%	35.75%	15.22%
18～19時	70.00%	34.38%	75.00%	60.00%	12.50%

接触数を増やすべき理由

■ 接触数が少ないまま

本来時間をかけるべきである
担当者との会話が少ない



アポイント数少ないまま



■ 接触数が増える

本来時間をかけるべきである
担当者との会話が増える



アポイント数が増える



まとめ

- 接触数を増やすために
アプローチタイミングを見直す
- 自社ターゲットに合わせたタイミングの調査
 - ① セグメントを組んだリスト作成
 - ② 架電時に記録
 - ③ 結果の集計
- 接触率の高いタイミングに
リソースを集中させ新規アプローチ
接触数が少ない
➡ アポ数が少ないまま
いい
➡ アポイント数が増える
接触数が高い

【結論】

- 夕方以降が受付突破率が高い
月曜日～木曜日の17時～19時の
時間帯が特に高い
- 午前中は火曜日と金曜日が高い
- 水、金以外のお昼時が高い

SECTION 04

弊社サービスのご紹介

弊社サービスのご紹介

リストナビゲーター

List Navigator.

通電率の低い発信業務を最大限に効率化し、
成功確率を飛躍的に向上させる

すべてList Navigator.で分析できます



営業担当者



顧客



リスト



通話内容



全通話録音
(6ヶ月保存)



分かりやすいUI



業界最安値

アウトバウンドコール特化の
コールシステム

