

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール

No.	663	配信日	2026/2/26	ジャンル	集客
テーマ	【再来店は作るもの】架電アポ取得				

本日は「架電によるアポ取得」について、本部で実施しているトークスクリプトを交えながら共有いたします。来店数は待っているだけでは伸びません、自分で来店を作る技術を身に付けましょう。

■ 架電の入口は「営業」ではない

知らない番号からの電話は警戒されます。

そのため最初の一言は自己紹介から始め、自分に関係がある話だと興味を持ってもらいましょう。

【導入例】

「いつもお世話になっております。おたからや〇〇店の△△です。

以前ご利用いただきありがとうございました。

先日〇〇様からお買取りさせていただいたお品物を

すべて無事に販売することができましたのでお礼のお電話になります。

また精一杯査定のほうを頑張らせていただきたいのでまた心よりお待ちしております。」

→ まずは関係性を思い出してもらおう。

■ 間髪を入れず今連絡する理由を明確にする

ただのご挨拶ではアポは取れません。なぜ今なのかの理由を必ず入れます。

【理由付け例】

ちなみに・・・(間髪入れずに)

「海外需要の高まりを背景に、相場が非常に良い状況が続いています。」

「現在、〇〇キャンペーン実施中ですので、今がご売却のチャンスです。」

■ 下の下訴求の重要性

アポが取れない原因の多くは来店ハードルが高いことです。

いきなり「ブランドバッグや金はありませんか？」では警戒されます。

それくらいなら行ってもいいかもという心理を作った後に、まとめ売りや他の引き出しを案内しましょう。

そこで有効なのが**下の下訴求を行うことです。**

例：

「切手1枚でも構いません。」

「テレカ1枚でも査定できます。」

「古銭1枚でも大丈夫です。」

「片方だけのピアスでもお値段がつく場合があります。」



■ 架電を仕組み化できていますか？

架電は思いつきで行うよりも、目標を持って取り組むことで成果が変わります。

例えば、

- ・1日何件架電するのか
- ・アポ取得を何件目標にするのか
- ・トークスクリプトは統一されているか

小さな基準を決めるだけで、取り組みの質は大きく変わります。

架電はやるかどうかではなく、どこまで意識してやるかです。

来店は偶然ではありません。小さな1枚の切手が大きな粗利につながることもあります。

ぜひ、今回の内容をもとに架電から来店を作り上げましょう。