



月間6,000件の電話反響！  
インターネットに学ぶ  
オンライン通販の  
勝ちパターン 最新版

新聞同一誌面広告での反響テストで、電話による反響が95%！  
顧客層を熟知した成果報酬型広告で月間6000件のオーダーを  
叩き出す株式会社インターカラーの通販支援のプロフェッショナル



様々なサービスがオンラインに主流が移り変わる中、オフラインでの通信販売で事業を拡大し続ける事業者がいます。

株式会社インターフォン様では、提供するサービスに電話反響測定ツール「コールトラッカー」を活用してビジネスを加速させてています。

本日は代表の藤澤様に話を伺いました。



株式会社インターフォン

<https://www.intercolor.co.jp/>

新聞・雑誌・ラジオの成果報酬型広告「インターペーパー」を運営。

オフライン成果報酬で最大規模のサービスを展開。  
370社以上の新聞・雑誌・ラジオなどに、ノーリスクで掲載できる成果報酬サービス  
620社以上の広告主様と商品がエントリーする広告枠のマッチングを行っています。

オンラインセミナーなどで代表自ら積極的にノウハウを発信しています。

## コロナ禍による自宅消費需要で追い風 「桃」は月間6,000件、「高級ミカン・せとか」は二年連続4,000件の電話反響

それはすごい！やはりシニア層にはインターネット注文より電話での注文が支持を得ているのですね。

インターネットでの販売に苦戦している事業者にとっては、驚愕の事実だと思います。

藤澤様）はい。「インターペーパー」は成果報酬型のサービスなので電話でのご注文をしっかり捕捉するためにコールトラッカーの存在が必要不可欠です。



コロナによる家庭内消費が影響。  
「桃」は月間6000件の問合せを集めた。



高級ミカン「せとか」は2年連続4000件の  
注文を集める大人気商品。

ありがとうございます。様々な商品を扱っていると思うのですが、特に人気の商品とその注文数を教えてください。

藤澤様）コロナ禍で家庭内消費が伸びたこともあり、「桃」で月間6000件近くの問合せを記録しました。また2月に掲載した高級ミカン「せとか」は2年連続4000件ほどの問合せがあります。

インターペーパーとの相性が發揮しやすい商品に特徴はあるのでしょうか

藤澤様）やはり、鉄板なのは季節の果物です。

ご家庭の需要をとらえたもので、みかんやりんごなどがその代表になります。

# コールトラッカー全体のトラフィックが急増するほどの問合せ量は新聞の掲載当日に起きやすい



インターペーパーの電話受付の仕組みを担っているコールトラッckerは様々な事業者様がシェアして利用しているクラウドサービスです。

その中でもインターラー様の広告主にコールが集中し、コールトラッcker全体のトラフィック（電話問合せ量）が急増するというようなことがこれまで何度もありました。

これだけ爆発的な問い合わせが生まれる理由はどこにあるのでしょうか？

藤澤様）トラフィックが急増する現象は、新聞に掲載があった当日に起こりやすいです。

また、TVやラジオで紹介があったときにも同様に問い合わせは急増します。

新聞は部数減と言われていますが、まだ強力なマス媒体と言えます。

過去のデータから媒体の発行エリアや時期によって何が売れるかを分析し、媒体と掲載商品をマッチングさせることで効果の最大化を目指しています。

インターラー様は積極的にセミナー開催し、通販事業の成功例やテクニックを発信されていますね。

新しい販路を開拓したい広告主様にはぜひ、その効果を感じていただきたいと思います。インターペーパーとの相性を發揮しやすいのはどんな条件をお持ちの広告主様でしょうか。

藤澤様）食品事業者様が挙げられます。なかでもギフトをはじめとするリピート施策が出来上がっている、もしくは構築する予定である企業様です。



このような事業者様にオススメ  
 **食品事業社様**  
 **すでにリピート施策がある**  
もしくはリピート施策構築の予定がある

## 電話受注の対応人員が不可欠 準備不足の場合は、せっかくの反響も機会損失になってしまう

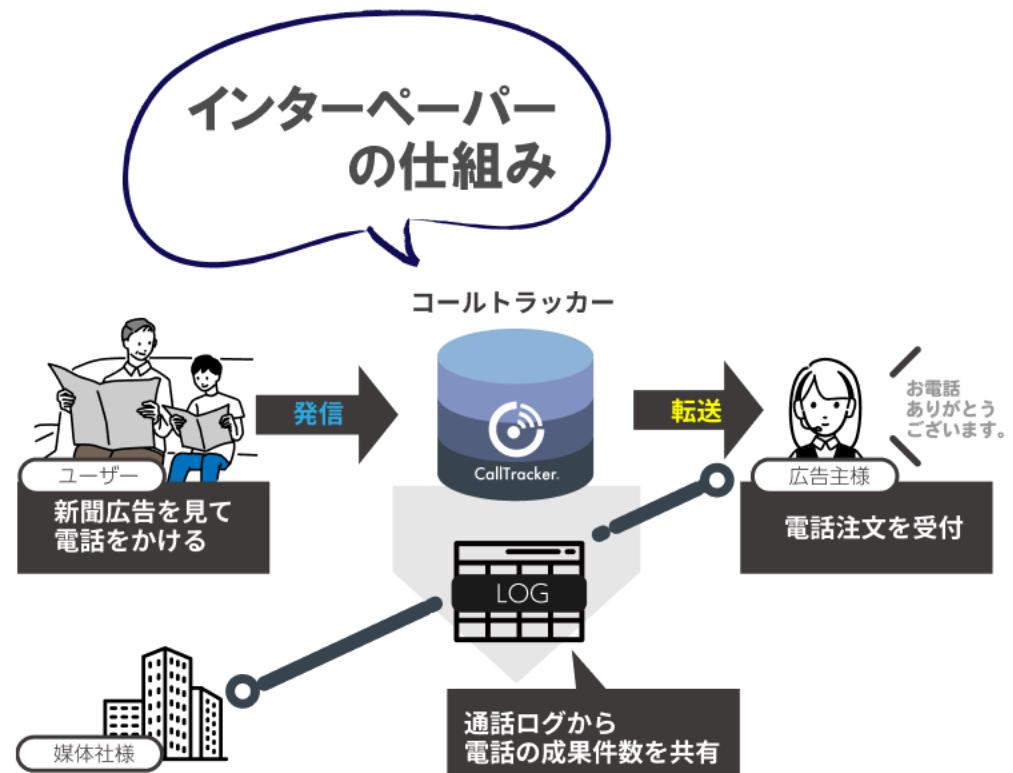
なるほど、成功確率の高い条件も明確ですね。インターペー  
パーを初めて導入された生産者や広告主も、大量の注文が一氣  
に來るので驚かれると思います。

普段、なかなか広告主様が電話対応に追われる経験をする機会  
はないと思うのですが、電話での注文受付で苦労されている点  
などあれば語っていただけますか。

藤澤様) クライアント（広告主）にとっては、電話受注の対応に人員が必  
要な点です。

また、クライアント側の電話を受ける体制が整っていない場合は、電話に  
対応しきれずに機会損失につながることです。この辺りは今後の課題として  
対策を考えています。

たしかにそれはネット注文にはない電話注文の側面ですね。  
サービス改善のヒントにしていきたいところです。



# オペレーターの人員に左右されない電話注文に期待 確かな通信販売支援実績を持つインターカラーのノウハウをセミナーで

最後にコムスクエアに今後、期待する点はございますか。

電話はインターネットと違い、オペレーターや回線の数をある程度予想して準備しておかなければ機会損失につながるリスクがあります。

なかなかつながらない状況は嬉しい悲鳴でもあるのですが、インターペーパーの特性上 掲載日が直前まで読めません。

そのため、対応オペレーターの数に左右されずに、注文に対応できる自動注文の仕組みもコムスクエアと共同で進めています。

本日は、いろいろお聞かせいただきありがとうございます。

販路を拡大したい農家様、オフライン通販で受注を伸ばしたい広告主様はぜひインターカラー主催のセミナーへご参加を！



株式会社47CLUB  
パートナー開発部  
白石 大貴(しらいし だいき)



株式会社 インターカラー  
代表取締役  
庭瀬 孝(くにじわ たかし)

オンライン開催 参加無料

食品通販の売上アップセミナー  
ネットショップの売れる商品の見せ方

セミナーの最新情報はこちらから

<https://www.intercolor.co.jp/category/seminar/>



コールトラッカーをはじめ  
テレフォニーに関するご相談はコムスクエアまでご相談ください

導入に関するご相談、ご質問は下記まで



株式会社コムスクエア クラウド CTI 事業部

■銀座第一オフィス（本社・営業・企画）

〒104-0061 東京都中央区銀座一丁目3番1号 銀座富士屋ビル3F,4F(受付)

TEL **050-1860-1802**  
MAIL [cloudcti@comsq.com](mailto:cloudcti@comsq.com)



コールトラッカー

**www.comsq.com**

©COMSQUARE All rights reserved

