

2020年10月8日

時代にあたる方法で情報を伝える

先日、EXPOが開催された。（オフスEXPO）

（株）ほしもナースを出展し、感染対策第一役立つサービスのお知らせをしました。コロナの最中という事もあり、来場者は少なかったが、時間かけて準備をして下さった皆さん、三日間本当に疲れました。感謝します。

参加する事で自身も感染リスクがある中で、家族めぐらも心配や反対があつたのは、と思います。

さて、私もEXPOの会場へ足を運びましたが、例年に比べるとがらがらでした。

出展で見合せた企業もあり、人は少しづつ空き地が多く、ある意味密集で避けられる環境ではありました。

そんな中でも、感染対策デースエリア周辺は多くの人が見ていたしました。

関心の高さが表れていたように感じます。

私も感染対策デースへ行き、他社のサービスがどんな内容か、話を聞いてきました。

驚きました。私が聞きたい事に答える事が出来ないのです。アバウトのような方から、

責任者風の方に接客を交代しても、質問への答えられませんでした。自社の商品なのに…決してやる気が無い訳ではありません。寧ろ緊張しながらも一生懸命ではあります。伝わってきました。でも知識不足だったり、貰て得ていなければしゃべり飛ばしたりで、せめての対面営業のチップスなのに伝わらないのです。

何か特別深い知識が無ければ答えられないような難しい質問でした。

どんな仕組みで除菌されるのか？成分は？と、自社で使用すると想定した質問や他社との違いを投げかけただけでした。中には電気代も答えられない人も居ました。

興味ある方と対面で話せるのは一番のチャレンジです。そこまで行くのに苦労するのですから残念な事です。

先々月、バリュープロポーションの話を書きましたが、もし私達の会社でも、自社だけの強みをしっかりと把握してそれを伝える仕方で、お話しできないという事が起きていたらね。

何よりも、と居ても立ても居られない思いでした。（ほしもナースのメンバーは素晴らしい!!）私達の会社では、販売の厳しいルールを設けてはいません。

それは、とにかく売る事が目標になってしまふからです。するとお客様の方に向いて仕事が出来なくなります。仕事も楽しくなります。

上司の顔色伺ったり、自分の収入が優先され、物を振りつけられるならば

買う側にとっては迷惑と言います。

2020.10月8日

NO2

前にも書いたと思いますが、自社の商品の特徴をよく学び、説明できるのはもちろんですが、市場に出ている物と比べて、この商品はどこが良いのか？他社との統合した商品ラインナップの中どの位置の価格帯なのか、それはお客様に合っているのか？どうすればそのお客様に効果的なのか？などをしっかりと伝える必要があります。そのためには、よく話を聞き、適切な商品を選び、良いアドバイスをする事を意識して下さい。よく聞く事が出来れば、それに合ったサービスを提案し、魅力的に伝えるだけが良いのです。断られても食いこがりバイスをかけて売ることはなく良いのです。日本でも有数の大きな証券会社が、1997年に自主廃業に追い込まれました。バブルがはじけた時は、様々な規制が引き金になりましたが、根本の原因を見ると、やはり無理な営業ルールを課したり、派閥競争で勝った方に採算合わない無理な約束をした契約を積み上げ続け、損失を隠すために不正を行ない続けて、資金繰りに詰まってしまった。本来の会社の役目から逸脱し、内部から腐り始めてしまうと、100年続いた会社でも倒産するのです。

会長も私も、社会から期待されている事を超える良い仕事を目指します。

無理な販売は決して良いと思いません。

無理せず、私達の商品、サービスを知ってもらうのに、特に今は情報至上手に使うのが重要な時代です。限なくキーワードで伝えるだけでも十分期待を超えることは可能だと思います。例え、先日請求書に手書き換り込んだだけでかなりの反響がありました。

きっと既に一度声をかけたりしている所だと思いますが、時期を変え、方法を変えるだけでも反響が得られるのです。これを見て、まだ『加湿器やジアコの情報は伝わっていない』と感じます。また、普段使用している伝票のメモ欄も活用できることでしょうか？

以前新宿店ではスケジュールを決めて記載内容を変えていました。

ちょっとした工夫をするだけで何から声をかけてくださるのですから、エネルギーの無駄を使わないよう、情報の伝え方を普段から考えたのです。

さて、会えないお客様も多いと思いますが、文早的には情報を伝える工夫が他にも出来るでしょうか？

LINEを使って情報を届けるように、そろそろ動きたいと思います。公式アカウントを取るのですが、この案は3年前くらいに出しましたが、着手する気になれない店長達の声も多く、頓座にいよいよメールアドレスも集められないのに、LINEが集められる訳ない、年配者はLINEは使えないなど、などの話が出ました。

2020 10月8日

NO3

不思議なのが、NACは全件のメールアドレスを集めたそうです。うちの会社の何倍の顧客数かわざいませんが、特別にお客様だけが居る誤りではなく、条件は同じです。

なぜかうちの会社では半分にも遠く及びません。

アドレスを聞くのが失礼だとか、負担をかけてしまうと感じているのかもしれません。

でも、いまだに、「明日お伺いします」と何件も電話しています。毎朝お客様にも自分にも負担をかけているのはないでしょうか?

NACではその負担をかけないようにするために全件のアドレスを集めたそうです。

しかし、それ程の取り組みをしたにも関わらず、今はLINEに切り替えたそうです。

その理由はメールの開封率が6%まで落ち込んだ事がきっかけですが、時代に合わせて変化したという事でしょう。

お客様からの反応はとても良いそうです。開封率は100%とか。

キーボックスの案内など様々な連絡に使っているそうです。

どうぞあれば、弊社でも、LINEでお客様と繋がるのが良いのではないですか?

実は、全店共通で行いたいキャンペーンがありますが、今までお知らせが行き届かないのは?と心配しております。

その内容は、リペアのサービスを知つてもらう為に、抽選で数軒無料でサービスを行つ。というものですが。

是非ともお得なお知らせが隅々まで届くような環境を整えた!と思います。

今回、コロナ感染が社内で確認されました。その経過とともにLINEやメールでお客様にお伝えし、安心していただきたいとも感じました。

時代は急速に進んでおり、情報を伝える方法も変化しています。

自分が直接訪問を受けたり電話をされるよりも、LINEなどで連絡をもらえる方が嬉しいのです。お客様にもそのようにするのが愛ではないでしょうか?

自分の慣れた方法を押しつけるのではなく、お客様が便利だと感じる方法に合わせて変化して行きたいと思ふます。

そのようにして、「詳しく聞きたい」と思つておられる状況で会えるときが作れるならば、皆さんが努力して得た知識や人間力が輝きを放つのはないでしょうか?