リニューアル版
ラップニュース

VOL.110
2012.5.1
発行：ラップ東京有限会社
http://www.raptokyo.co.jp/
（無断転載厳禁）

◎ラップ東京では、皆様のご参考になるニュースを抜粋し配信しております。　バックナンバーは www.raptokyo.co.jp から

「表の顔？」

先日、ある家電を買う機会がありました。最近はネットでの情報収集が一般的になっているようで、その機種の品番を検索すれば、最安値や購入した人の口コミ情報などが見切れないほど多く存在します。商品自体はどこで購入しても、新品であるのなら品質に違いはありません。実店舗で現物を確認し、他商品と価格を比較するサイトも数多くありますので、一番安い商品を買おうと思えば、ネット通販を選択する方が多いようです。

そんなタイミングでおもしろいＣＭを見ました。「インターネットでは味わえない魅力がある！」という切り口のヨドバシカメラのＣＭです。ヨドバシカメラはネット上にも通販サイトがあり、実店舗と同じような品揃えで商品が並んでいます。それでも、そのＣＭは実店舗への集客を促すようなものでした。ネット通販ではわからない、ヨドバシカメラが来店したお客様に用意しているものは何だろうと、とても興味が湧きました。

ネット上ではヨドバシカメラの競合になる、ビックカメラ、ケーズデンキなどの家電量販店も通販を行っています。今までは取扱商品が異なり競合とは言えなかった amazon（アマゾン）も家電やパソコンなどを売り出し新たに競争相手となりました。新規の競合がどんどん参入してきて、価格勝負が中心の激しい競争の場となったネット通販。そんな中、ネット通販ではできないサービスをアピールし、差別化しようというのがヨドバシカメラの考えのようです。豊富な品揃えの現物の中で、商品知識のあるスタッフが丁寧に接客して案内してくれる。ネットで商品を調べたけど今度は店に行ってみようかな、そんな気持ちになる人も多いかもしれません。

ネット黎明期では、店員が煩わしい、自宅や職場でゆっくり買い物がしたい、といったような要望にマッチしたので、「すべてネットで完結」でも受け入れられたと思います。しかし、モノやサービス、情報があふれた現代では、自分に合ったものを探すために総合世話係（最近ではコンシュルジュと呼ばれたりしていますが）のようなサービスを利用したいという人も増えてきていると思います。

ネットは、扱う商品やサービスによっては重要な媒体です。しかし、ネット上だとホームページに掲載されている「表の顔」しか伝わらないということもあります。お客様とのやりとりが自社側からの一方通行になっていないか？もっと自社をわかってもらえるような内容はないか？ネット以外でも自社をわかってもらえる方法はないか？など検討していくことも重要だと思います。

冒頭の話ですが、ネットで検索するとかなり安く売っている店を発見しましたが、結局私が購入したのは近くの家電量販店でした。はじめて使うその家電に対して、店員さんが親切丁寧に説明をしてくれて、設置の段取りなどもかなり融通をきかせてくれたからです。ネット通販では得られない、顔の見える丁寧な対応が決め手となり、最終的にはとても満足した買い物となりました。買ってよかった、利用してよかった、そんな気持ちにお客様をさせることができるか？今後も引き続き考えていきたいと思います。

ご案内

お客様からのお問合せメールを見逃していませんか？

メールが届いているか確認するのが業務終了後になってしまう…
そんなお客様へ。

当社の「携帯お知らせメール」をご利用ください。
ユーザーからお問合せメールが届いたら担当者様の携帯へ知らせます。
メールの内容全部を携帯へ送ることも可能。

詳しくは、ラップ東京
TEL：042-349-3535 へ！

■ラップニュース読者の皆様へ。
ラップニュース　バックナンバーはホームページからご覧いただけます。
http://www.raptokyo.co.jp/

※アンケートがありますのでよろしかったらご意見をお聞かせください。