



リニューアル版 ラップニュース

VOL.113

2012.8.1

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

「何か違う!」

先日、もんじや焼きを食べに月島に行ってきました。月島にはたくさんさんの専門店が並んでいます。それぞれの店がメニューや味に個性をだして集客に力をいれているようです。そんな中でも何となく「入りにくいお店」というものがあります。入店するのに勇気がいるというか、ためらってしまうようなお店。そのような経験は誰もしたことがあると思います。私たちは本能的に店の雰囲気、空気のようなものを感じ取る力があるようです。

店に入ったものの、何となく違和感をもってしまいます。そんなこともありませんか？店員さんの第一印象や店の雰囲気などに違和感を持ち、店の奥まで行く前に出てきてしまう。これを言葉にするには難しいですが、やはりお客様が本能的に何かを感じているのだと思います。

お客様がその商品が欲しい、またはサービスの提供を受けないと困ってしまう、といったことが無い限り、このような違和感を持たせてしまうことがあつては次のステップへ進むのは難しいと思います。その原因はなかなか自社では気が付きにくいものです。もちろん、お客様が教えてくれることもありませぬ。

先日、車検や整備を行うお客様のところへお伺いし、受付で待っていたところ、お客様が一人来店してきました。初めて来店したような40歳代の女性でしょうか？スタッフの方が内容を説明すると納得した様子で、すんなり仕事が成立したようでした。そのお店はとても整理整頓されていて、スタッフの方も感じが良く、お客様の受け入れ態勢がしっかりできています。おそらく、そのお客様は店舗内の雰囲気やスタッフの第一印象、接客態度などに何の違和感を持たず、スーッと入っていったように見えました。一連の動きがごく自然な流れにみえたのです。お客様を迎える業種であれば、いかにお客様に本能的なマイナスイメージを与えず

違和感なく対応できるか？がまずは大事だと感じました。と、いつてもこれは感覚の問題なので、それぞれ感じ方が違う人すべてに良い対応ができるかというところと少々難しいかもしれません。そこで日頃から他社はどうか？異業種であっても自分が客の立場になったときにどのようなことを感じるのか？などをイメージしておくこと役立つことが見つかると思います。

私は自ら出向いていく方ですが、私がお客様だとしたらどう感じるのか？を考えるようにしています。お客様の立場に立って、求めているものは何か？何を期待しているのか？を引き出せるよう、自分なりにコミュニケーションが一方通行にならないように努めています。うまくいかないことも多々あります。

ビジネスの参考書によると、コミュニケーションとはお客様に理解してもらええる言葉で情報のキャッチボールをすることだそうです。直観的に違和感を持たせる店は何か要因があるのと同時に、このコミュニケーションが一方通行（自分からのみ）になっているのかもしれない。このキャッチボールの準備をしておくことが一件の見込み客を取りこぼさない第一歩になると思います。

ご案内

オリジナルのパンフレット作成
オリジナルのロゴ作成
販促の企画（ホームページ・広告）

いろいろなご相談をいただいております。
インターネット関連のことはもちろん、
文章の作成やデザイン、写真撮影、印刷
などお困りのことがありましたら、まずは
ラップ東京へお気軽にご相談ください。

TEL:042-349-3535 へどうぞ。

■ラップニュース読者の皆様へ。
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。