

◎ラップ東京では、皆様のお役に立てるような様々な内容のコラムを発信しています。バックナンバーは [www.raptokyo.co.jp](http://www.raptokyo.co.jp) から

## コミュニケーションの力

先日、携帯電話を買い換えました。もう十八年以上も同じ会社の携帯を契約しているにも関わらず、その金額の高さにビックリ。店内を見渡せば、「新規ゼロ円」とか「他社からの乗り換えキャンペーン」などが目立ち、機種変更をする自分には全くあてはまりません。学生や新社会人の獲得に必死で、長期契約の自分にはあまり特典は無いようです。長期間、料金を支払っている自分は会社からとってみれば「お得意様」。釣った魚にはエサはあげない？そんな思いで購入して帰りました。

いつも購入している店で商品を購入したとき、「いつもありがとうございます」といわれて悪い気分になる人はいないと思います。「以前のことを覚えていてくれてるんだな」そう感じるでしょう。先ほどの携帯電話会社のスタッフの方も、「長期ご契約ありがとうございます。」そんな一言で私の気持ちも変わったと思います。

一方、これが通販だと、自分の購入履歴が先方に残っていて自動的にメッセージが送られてくるとい気がしますから、特に何も感じません。通販は非常に便利で、煩わしさがなく、自分のペーパースで買える物ができるのがメリットです。しかし、商品以上の価値はあまり無く、段ボールに梱包され、印字された請求書と商品がはいっているのを受け取ると、最近慣れちゃってしまっているせい、何とも味気ない気がしてしまうのです。

メールやSNSでのお客様とのやりとりが増えていますが、「接客」つまり実際のお客様とのコミュニケーションにもっと力を置いて見直していくことも重要だと思えます。

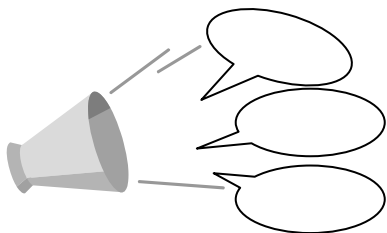
「通販のお得意様であるお客様が、ひよっこり、店舗にいらしやってくれたんです。」と当社がお手伝いしているお店のスタッフ

の方が話をしてくれました。お客様と世間話はもちろん、その商品についてあれこれと話して購入してもらえるのが一番うれしいとその方は言います。お客様側も「購入」に至るまでの楽しさや高揚感を感じているのでしょうか、実際、この店ではリピーターが多いと聞いています。以前、家電量販店で一眼レフカメラを購入したとき、商品について豊富な知識で説明をしてくれた方がいました。話をしているうちに、カメラを使うことを考えたと楽しくなったのを覚えています。そんな商品以外の価値を提供できる接客はすばらしいな、と思いました。もしかししたら、ネット上にはもつと安い店があったのかもしれないが、その時は、そんなことを考えもしませんでした。

さて、業種によっては、お客様の目的が商品の購入等、楽しいものではなく、問題の解決である場合もあります。(私の業務もこちら側です。)この場合は、問題や悩みを抱えて、困っているお客様の接客となりますが、そんなときキツカケになりやすいのがネットだと思います。自分の問題を解決してくれそうなる場所を検索すれば、サービスを提供している会社がたくさん表示されます。当初は、メール等でのやりとりが多くなると思いますが、問題を抱えているお客様だからこそ、直接話すチャンスもあります。そんなとき、どんなことを心がけて、お客様と会うのがいいのでしょうか。私自身、まだまだ模索中ですが、まずはヒアリング力だと思っています。

## ご案内

ユーザーへのアピール、  
足りていますか？



ラップ東京へお気軽にご相談ください！

ベストな広告、PR活動を一緒に

考えつくりあげていきましょう！

TEL: 042-349-3535

■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。