

◎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 から

「電話とメール」

ネットで各社のホームページをみると、必ずといっていいほど、「お問合せフォーム」があります。当社で制作させていただいているお客様のホームページも「お問合せ」「見積り」「ご予約」などの名称で設置しています。定休日や夜間でも、興味を持ってくれたユーザーがコンタクトできる、という意味では大きな役割を果たしていると思います。また、電話よりもメールというユーザーも少なくないので、やはり問合せフォームがあつたほうがいいと思います。

メールはお客様にとって、いつでもコンタクトでき匿名性があります。そのため、手軽に質問などが出来る便利な反面、受け手である業者が返信するのは、少々骨が折れる作業のようです。言葉足らずのお客様からのメールの場合、文章を考え、パソコンにむかってキーボードをたたき、なるべく早く送信するというのは大変な作業です。また、一回のやり取りでなく、複数回やり取りしなければならないケースもありますし、こちら側ではスピーディに返信しているつもりでも、お客様側では遅いと判断されてしまうこともあります。メールでのやりとりはやはり“タイムラグ”がありますから、それもマイナス要因になってしまうこともあるのではないのでしょうか。

以前から聞いていますが、問合せフォームがあるのに、直接、電話でコンタクトをしてくるお客様も結構いるそうです。お客様自身が既に関心・興味をもっていたり、メールでは伝えにくく困っていることがあったり、自社に対するお客様の要望が具体的になっているというようなときは電話で直接、問合せをするケースが多いのだと思います。

一方、お客様自身がまだいろいろなことを悩んでいたりと、

検討している段階では、メールで問合せをしたいのではないのでしょうか。メール等でのコミュニケーションが中心になっている若い世代では余計にその傾向が強いようだし、さきほどの「要望が具体的なお客様」より「迷っているお客様」のほうが数は多いと思います。たぶん、他社にも同じような問い合わせをしているでしょうから、他社と差別化できるように考えてコンタクトをしていく必要がありますが難しいところですね。

メールでお客様の質問に的確に応えるのは大事なことです。例えば、価格はいくら？●円です、だけではお客様の要望を引き出せず、自社からの提案もできないのではないのでしょうか。

お客様の要望が文章だけで読み取れないときは、それを引き出すために、質問形式を YES・NO で答えられるものを送ってみるのもひとつの方法です。メールでのやりとりが難しいときや上手くお客様に伝えることができないときは、電話でのやりとりを投げかけてみたり、来店を促してみたりするのもいいと思います。(既に行っていると思いますが)

「電話はちよつと…」 「直接、行くのはちよつと…」 というお客様はまだ悩んでいると思うので、それを踏まえたメール内容が必要かもしれません。ともあれ、せつかくの問合せに対し、返信に困って時間ばかりが経ってしまうということだけは回避していきたいものです。

ご案内

ホームページ、会社案内、名刺、ノボリ、
クリヤファイル etc…。
貴社だけのオリジナルデザインで
制作します。お気軽にお問合せください。
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。