

◎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

「違う目線」

先日、当社のお客様に動画撮影のご依頼をいただきました。新しくできた新設備を中心に撮影したいとのことでした。その迫力を伝えたいので、ドローンによる空撮もご提案して撮影を行いました。天気、風など様々なことに左右されながらも、規模感が伝わる動画が撮影することができました。最近では、VR(バーチャルリアリティ)などのご相談もいただき、静止画から動きのある画を検討されているお客様が増えています。

私たちはもともと、「動くもの」に目が行きやすいものです。静止画ではあまり記憶に残らなかったことも動画にすることにより、わかりやすく伝えることができます。情報量を考えると、文字や静止画よりも動画のほうが、より多くの情報を伝えることができます。その分、ストーリーや見せ方を検討し、一方通行にならないようにしたいものです。こちら側が伝えたいことと、お客様が見たいことが一致していればいいのですが、どうやらそうではない様です。これはチラシやホームページでも同様です

今回、お客様の撮影に立会い、編集した動画をみてみると、ドローンからの映像はまったく違う視点で非常におもしろいものでした。人間は空を飛ばしませんから、単に新鮮なのかもしれませんが、建物、人や車両の動き、周囲の風景、風の音までが伝わってくるようでした。お客様も私自身もある意味「違う目線」を経験することができました。

さて、ここまでは実際の「違う目線」の話。自分の会社やサービス「違う目線」で見ていることができているでしょうか。そもそも「違う目線」というのが何だろう？ お客様からの目線、女性からの目線、経営を客観的に見る目線？

どれも「違う目線」のようです。

先日、「ラップ東京さんはこんなこと出来るの？」と長年、お付き合いしているお客様に尋ねられました。自分なりにはその業務を宣伝しているつもりでしたが、お客様には伝わっていませんでした。自社のことをお客様目線でみていなかったのです。一方で、これが自社の強みだと考えていた以外のところで評価していただいた、ということもありました。

売る側になると自社の商品やサービスをアピールしたいので、他社との違いや自社の強みなどを発掘したり、どうしても「こちら側」の目線で考えがちです。お客様にどうしたら知ってもらえるのか、「目線を変える」試みが必要なかもしれません。まずは、お客様の意見や感想を聞きながら、お客様のニーズに近づけるように考えていくことが重要だと思えます。やはり、様々なことを気づかせてくれるのは、いつもお客様です。

「違う目線」といっても見方を変えらるというのは簡単ではありません。私の場合、まずは、できるところからということに常に意識するように心掛けています。例えば、お客様を訪問するとき、行きと帰りの道をなるべく変えたりしています。違う道を通ると風景が変わり、頭の中で違うことを考えることができるような気がするからです。違う目線が育ってきているかはわかりませんが。

ご案内



スマホ対応、ホームページ、販売促進活動でお困りならラップ東京へ。

TEL:042-349-3535 (担当：田島)



※ラップニュース バックナンバーもホームページからご覧いただけます。

※ 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。