

◎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

「失注のワケ」

お客様を失わない、減らさないようにしていきたいのは、どの業界も同じことです。町の商店、ネット通販のアマゾンや楽天、家電量販店やスーパーマーケット、そして美容院や修理などサービスを提供する会社も同様です。しかし、お客様は確実に減っていきます。そのため常に新規のお客様を獲得していかなければならないのですが、なるべくなら失注を抑えていきたいものです。失注のワケを見つけて、次に生かせないか改めて考えていきたいと思えます。

そのキツカケを与えてくれたのは、ある焼きたてパン屋さんでした。近所にもたくさんありますが、私の知る限りどのパン屋さんとても美味しいと思えます。でも少々遠いパン屋さんへ車を走らせて買いに行っています。なぜなら、「買ってよかった」と思えるような買い物ができるからです。商品、ここではパンですが、これをビジネスでいうハード面と考えます。店の雰囲気、スタッフの対応、陳列の仕方などをソフト面と考えるところ両方とも満足できるのです。近所のパン屋さんはハード面は申し分ないのですがソフト面でイマイチかな、と感じてしまうことがあります。

ソフト面、ハード面ですが、ソフト面はやはり目にみえにくいものではないでしょうか。コミュニケーション、接客、スタッフの意識付け、などです。そのための人材教育や研修なども含まれると思えます。ハード面は、商品や設備、立地などのように目に見えるものが多いと思えます。失注のワケがハード面だったのかソフト面だったのかを考えてみて、改善を積み重ねていくことが重要なのではないのでしょうか。

商品やサービスによって異なりますが、ハード面の競争であれば

お客様も目に見えているもので判断しようとしているので価格勝負になることが多いと思えます。ソフト面で判断されるのは、お客様とのコミュニケーションが足りなかったり、営業、販売活動の質が低いなどのケースではないかと思えます。実際、当社が失注した最近の経験では、お客様とつながらりを持てるチャンスがあったのにそれを生かせなかった、ソフト面が弱かったのが原因でした。

通販サイトと異なり最終的にお客様と接点がある仕事の場合は、ソフト面が思っている以上に重要だと思えます。広告やホームページで雰囲気の良い笑顔あふれる内容で作成しても、スタッフの対応ひとつで失注してしまう可能性もあります。先日、ある会社に訪問した際、従業員の方に知らんぷりされました。そのとき私は「私が業者とは限らない、もしかしたらお客様かもしれないなあ」思いました。みなさんにもこんな風に雰囲気を感じるお店があるのではないのでしょうか。

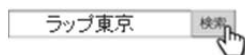
しかし、ソフト面はハード面に比べると解決しやすいと思えます。料理はおいしかったけれど、店員が気になる、とお客様に判断された店の場合は何とか対処できそうです。お客様も様々で、ハード面が突出していればソフト面は関係無いという人もいます。どちらにしても、お客様に選ばれるために、ソフト面もハード面も小さな改善を積み重ねていくことが求められるように思います。

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 バックナンバーは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。

<http://www.raptokyo.co.jp/>