

◎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

「広告見たんですけど……。」

弊社のお客様で、ネット広告を活用し、集客活動を行っている修理工場があります。問合せの内容や地域をお聞きすると、様々な問合せがあり、遠方からの問合せもあるそうです。お客様に本社してもらうので、遠方であっても納得いただければ問題ないのですが、ふと、そこに来る途中にはたくさんのお店があるのになあ、と不思議に思うことがあります。

では、お客様は、なぜ問い合わせをしてくるのでしょうか？ ニーズにあう店が近くにない（これはきっと多い）、うまくやってくれそう（期待感）、専門店である（安心感）など。しかし、そのようなお店は他にもありそうです。

お客様は、いつも、葛藤し、迷うものです。そこで、「広告をみたから」という「言い訳」が行動に移すきっかけのひとつになっているのではないかと考えました。電話や問合せをするときも最初に「広告を見たんですけど……。」という、何となくスムーズな気がします。

「言い訳」は、たまたま今回の例が広告でしたが、他にいろいろなことが考えられると思います。例えば、家の畳を交換したいとき、ほとんどの家ではタンスやベッドなどを動かす必要があります。家具の移動は無料で行いますが、と発信すれば、家具の移動は自分達だけではできない、でも畳をきれいにしたい、そんなお客様に「家具移動は無料だと聞いたのですが」という言い訳を提供することが出来ます。お客様のニーズが明確ではなく、

畳を変えたいとは思っていなかったという方でも、「言い訳」がきっかけになり、行動に移す可能性があると思います。

現在は、ネットで商品やサービス内容、価格を簡単に比較することが出来ます。情報が氾濫しているからこそ、「正しい言い訳」が必要になっていくのではないかと、思います。欲しいものを買おう・申し込んでみよう、と単純にはいかないケースも多いのではないのでしょうか。

どこで購入しても同じモノなら安いほうがいいに決まっています。でも、そうでないものはどうでしょうか。「どうしようかな」と迷いながら、最近ではSNSや情報サイトで口コミをチェックしたりする人が多いと思います。その中で探しているのは、もしかしたら、店ではなく「購入の言い訳」なのかもしれないかもしれません。私自身、自分にとって良い「言い訳」が見つかるまで、あきらめず探していることに気付くことがあります。「こういう風にして書いてあったから申し込んだ。」と言いたい……。キツカケが欲しい……。よくよく考えてみると少々不思議な話ですが、きっと皆さんも経験があると思います。自身身に置き換えて、「購入した自分の言い訳は何だったろう。」と考えるのもおもしろいと思います。

ご案内

誰でも簡単にホームページを更新できます

簡単更新くん®

簡単更新くんは、御社のご要望・用途にあわせてシンプルに作成します。

だから、使わない機能は当初からありません。誰でも迷わず簡単に更新できます。

【この件に関する問い合わせ】

ラップ東京株式会社

(担当：田島)

TEL: 042-349-3535

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。 <https://www.raptokyo.co.jp/>

