

ラップ東京では、皆様のご参考になるニュースを抜粋し配信しております。バックナンバーは www.raptokyo.co.jp から

メールでお客様を惹きつける！

自社のホームページを運営していたら、お客様から「お問合せメール」が届きました！弊社のホームページからも、一般のカーユーザーの方をはじめ、自動車修理業界の方から様々なメールをいただきます。すぐにビジネスに直結しそうなもの、そうでないもの、どちらにしても、「問い合わせメール」に関して、こちらからも返事をしなければなりません。何とか、ビジネスにつながるために、お客様の印象に残る文面にしてこのチャンスを生かしていきたいものです。

例えば、「車をガードレールにぶつけました。左のフロントドアにキズがつかまりました。だいたい、十センチくらい。いくら位で直りますか？」こんなユーザーからのお問合せが届いた場合、どのような文面で返信したらいいのでしょうか？当然、修理工場としては、このような情報では金額などを応えられません。

来店してもらえれば、細かい金額も提示できます。と、言って、「見てみないとわからないので、来店してください」という返信をしてもユーザーは来店してくれるでしょうか？

無理だとわかっていても、目安の金額を知りたいと思っているのがユーザーの本音です。来店してもらったのが目的ですが、「適当に安い金額で釣る」というのも考えものです。よほど安く修理を希望するユーザーでなければ、金額を知りたいと同時に工場側の対応や誠意も評価のひとつになります。

ビジネスにつながる第一歩として、ユーザーを来店させるためのポイントを考えてみました。

- 1 まずは、大切な愛車にキズがついてショックをうけているユーザーを安心させる一文が必須。
 - 2 過去の修理実績を紹介して、そのユーザーが検討する「目安」を与える
 - 3 板金で修理する、新品部品あるいは中古部品に交換する、など考えられる修理方法を提案してあげる
 - 4 来店してもらえれば、金額、修理方法などに関してベストな方法を提案できることをアピールする
- よく使う文面は、ワード（メモ帳）などに保存しておき、コピーして利用してもいいと思います。



自動車修理の情報サイト

リペアナビ

repair-navi.com

編集者のひとり言

残すところ、今年もあと3ヶ月。仕事に没頭していると1年なんて、あっという間ですね。2005年のラストスパートをかけていきたいと思っております！