

第 28 回テーマ

## お客様との接点をもっと大事に

仕事の移動中、ある「マクドナルド店」の前で声を上げてお客様の呼び込みをしているのを見かけた。どうやら特製ハンバーガーの最終日らしく、割引チケットなどを配っているようだった。最近、お店の店頭前で声掛けやティッシュ配布、割引チケットの配布は珍しくない光景だが、非常にチケットの接触率が良い。しばらくして、何故だろう？と考えてしまった。

マクドナルドという認知率の高いブランド・商品であることや、割引率の大きさなども影響しているだろう。もちろん、配っているスタッフの声掛けも元気があって良い感じた。そこは外部の業者さんに任せるのではなく、自店のスタッフがやる所に意義があったのだろう。

ここで、コンサルタントになりたての時に会った、ある経営者の言葉が思い浮かんだ。「ビラ配りやティッシュ配布などの単純作業をお願いすると、社員は嫌な顔をする事が大半だ。中々取ってくれないケースや無視される事もある。でも、親切に声を掛けてくれたり、応援してくれる人もいる。世の中、捨てたものじゃない、というのを感じてくれれば...という期待をしているのだけどもね」と。

ビラ配りやティッシュ配り...いや、営業で言えば飛び込み営業や新規顧客開拓の電話作戦、サポート業務など、とにかくお客様との接点が多い業務というのはたくさんある。人にも寄るがこういった業務が苦手だという人もいるし、比較的敬遠されがちだ。ただ、こういう時代だからこそ、お客様との接点を増やすというのは大事ではなからうか。かなりキツイかも知れないが、もしも応援してくれる人がいれば、そんな体感ができればモチベーションも上がるというものだ。恐らく、前述の経営者は、直接的な売上アップや客数増を期待していたわけではないだろう。「経験」の中で「気づき」が得られれば...という部分を期待したのだと思う。

サービス業はお客様の接点が多いから日頃から感謝の気持ちを醸成しやすいが、少ない業種・業態の人は、意識的に接点を増やす事が重要ではなからうか。非難・中傷などもあると思うが、積極的に耳を傾ける事で、今後のビジネスのヒントが見つかるかも知れない。