

## 住宅&住宅設備トレンドウォッチ

### ビルダー販促事例

住宅&住宅設備トレンドウォッチ

# ネット反響のお客さまを 「会えるお客さま」に変えるには



INDEX

2018.6.15

- ① メールスキルが重要、電話・訪問は敬遠される
- ② お客さまが求めるスピードは「〇〇分以内」
- ③ 「専任担当者」を設ける企業が増えている

自社ホームページや住宅情報サイトなど、ネット経由での反響(資料請求・お問い合わせ)は増えているけれど、そこからの来場・商談が増えない…というビルダー・工務店は少なくありません。

今回は、ネット経由のお客さまを「会えるお客さま」に変えるための、お客さま対応のポイントについて解説します。

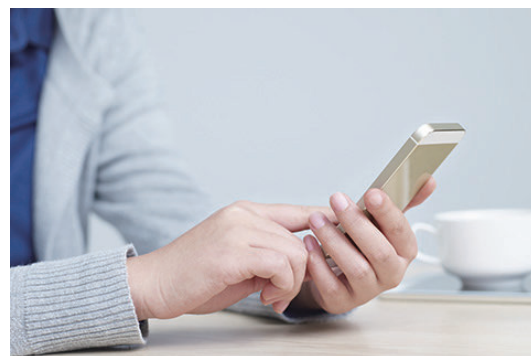
## 1 メールスキルが重要、電話・訪問は敬遠される

ネット反響のお客さまに対して、いきなり電話を掛けてアポ獲得を図るビルダーは、いまだに多いようです。しかし、「知らない番号からの電話に出ない」ことが当たり前であるお客さまに対して、この方法は適切ではありません。お客さまに敬遠され、自社のイメージを悪くしてしまうリスクもあるでしょう。

まして、資料持参でお客さま宅を直接訪問するのは、イメージダウンのリスクがより高いと思われるます。

お客さまから電話・訪問の許可を得ている場合を除き、ネットのお客さまに対する対応は、メールで行うのが良いでしょう。メール対応に慣れていない方は、はじめのうちは苦戦するかもしれません。しかし、徐々にメールのマナーや印象の良い文章術を身に付け、お客さまからの返信やアポの獲得につながっていくようです。

実際、反響→来場の歩留まりが高いビルダーの多くは、ネット反響のお客さまに対する電話・訪問を禁止しています。あるビルダーでは、ネット反響に対するメール以外のアプローチを禁止したところ、それまで10%程度であった反響→来場歩留まりが50%まで急上昇したという事例もあります。お客さまとのコンタクトがなかなか取れない電話・訪問に固執するよりも、メール接客のスキルを磨くほうが、反響→来場の歩留まり向上の近道です。



## 2 お客さまが求めるスピードは「〇〇分以内」

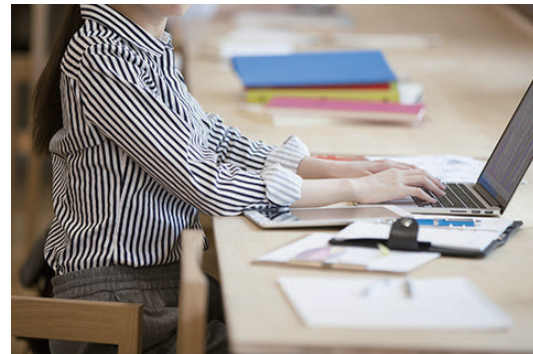
メール接客で重要なポイントの1つに「スピード対応」が挙げられます。

「鉄は熱いうちに打て」ではありませんが、資料請求時はもちろん、メールで質問や相談をいただいた際にも、できるだけ間を置かず、スピーディーに対応することが求められます。お客さまの自社に対する関心を維持できるうえ、「対応の良い会社」というイメージアップにもつながります。

ところで、お客さまが求める「対応スピード」は、どれくらいなのでしょう？

ネットショップ利用経験者 500 人に対し、『「対応が早い」と思えるメール返信時間」を調査した結果によると、43%が「30分以内」、22%が「1時間以内」と回答しました。実に65%もお客さまが、30分～1時間以内の返信を望んでいることとなります。

営業時間内のお問い合わせは即返信、営業時間外のお問い合わせは翌営業日の朝一番に返信するのが、メール接客の「常識」と言えます。お問い合わせ内容によってはすぐ回答できないケースがあるかと思いますが、その場合にも「お調べて〇〇時(〇〇日)までに改めてご連絡します」とひとこと連絡するなど、お客さまに「返信が遅い」「対応が悪い」と思われたい心配りも必要です。



## 3 「専任担当者」を設ける企業が増えている

ビルダー・工務店の多くは、ネット反響を営業担当者に回し、その後の対応を任せきりにしています。しかし、接客・外出の多い営業担当者に「1時間以内のメール対応」を求めることは、極めて困難です。

実は最近、ネット反響を営業担当者に回すことをやめ、内勤の専任担当者に対応を任せるビルダーが増えています。反響→来場の歩留まりが50%以上にのぼるビルダーは、ほとんどがこの方法を採用しています。

専任担当者に対応を任せるメリットは、下記のような点があります。



- ・内勤スタッフが担当するので、対応スピードを早めることができる
- ・多くのネット反響に対応するので、短期間でノウハウを蓄積できる
- ・ネット反響“だけ”に向き合うので、対応の本気度が上がる
- ・対応品質が向上しやすいので、お客さまの満足度が上がる
- ・結果、ネット反響のお客さまの来場につながりやすくなる
- ・「反響から来場まで」と「来場から成約まで」を分業化するので、営業担当者の効率も上がる

専任担当者は、営業経験のあるスタッフが着任することが多いようですが、一定のメールスキルを有していれば、営業経験の無い方でも可能です。対面接客・電話接客と異なり、メール接客は「聞かれたことにその場ですぐ回答」する必要が無く、回答内容を吟味できるからです。住宅営業未経験のスタッフをネット専任担当として新規採用し、高い成果を挙げているビルダーもあります。

お客さま側にも会社側にもメリットの大きい「専任担当者」、お早めの導入をオススメします。

(テキスト／株式会社住宅産業研究所 高田 宏幸さん)