

コロナ渦の今こそ「お客様への手紙」が営業で威力を発揮する理由

新型コロナウイルスの感染拡大で、多くの営業職は顧客を訪問したり、面談したりすることができず、苦戦を強いられているようだ。しかし、こんなときこそ、役立つ営業手法がある。それはお客さんに役立つ情報を、あえて郵便などの紙の手紙で送る「営業レター」というものだ。その重要なノウハウや心構えとは。

コロナ渦で制約を受ける営業活動

ご存知の通り新型コロナウイルスの影響で働き方が一気に変わってしまった。自由に出社ができなくなったため、自宅で仕事をしたり、テレワークをしたりする人が増えている。

営業活動も例外ではない。これまでの営業活動といえば、

・飛び込み訪問をする ・会社でお客様先へ電話をかけアポイントを取る ・得意先に顔を出して注文を取るなどだった。今はこんな活動をやりたくてもできない。自分の会社にもお客様の会社にもいかず、遠隔で契約を取っていかなければならない状況になった。

この急激な変化についていけず戸惑っている人が多い。昔からの知り合いの営業マンの方も「これからどうやってお客様にアプローチしていけばいいかわからない...」と嘆いている。

この変化に対応するために是非知っていただきたいツールがある。それは「営業レター」というものだ。

アナログな郵便や手紙が有効な理由

営業レターとは、**お客様やクライアントに”役立つ情報”を定期的に送り、信頼関係を構築していくツール**である。主にアナログツールの手紙や郵送物を活用する。「今さら手紙？ 郵送物？」と思った方もいるだろう。

しかし、こういったアナログツールの方が地味だが、ジワジワと効果を発揮する。今の時代に最も強力なツールの1つなのだ。もちろんSNS、メルマガ、メールなどで「こんなお得な情報があります！」といった内容を書いて提供してもいい。ただ、今の時代、問題なのは「デジタルツールや情報が既に飽和状態にある」ということだ。

実際、あなたのところにも毎日さまざまな情報が届くだろう。メールはもちろんのこと、SNSの広告など少なくとも100通、多い人なら300通以上も届いたりする。もちろん「ライティング技術を磨いて勝負する！」といった手もあるだろう。

しかし、これほどまでライバルが多いレッドオーシャンで勝ち抜くのは至難の業だ。であれば、ライバルの少ないブルーオーシャンであるアナログツールに目を向けた方が利口である。

例えば、今、アナタの家のポストには、お礼状や手紙がどれほど届くだろうか？ 1日1通届くかどうか、といった感じだろう。ブルーオーシャンで勝負すればおのずと勝率は高くなる。これはご理解いただけると思う。

また“お礼メール”よりも、リアルな“お礼状”の方がインパクトも強いし、気持ちも伝わる。どう考えてもアナログツールの方が何倍も効果があるのだ。

ただ、ここであなたは「それは分かったけど、お客様にどんな情報を提供すればいいのか？」と疑問に思うかもしれない。

5年間も営業レターを送り続ける営業マン

そんなに難しく考えることはない。営業レターの内容は「相手が受け取って役に立つもの」であれば、どんなものでも構わない。もっとも、営業レターの内容がどうこうよりも、もっと知ってほしいことがある。

東北から元気発進！！ワクワク“夢実現”プロジェクト



仕事と生活調和推進企業として
ワーク・ライフ・バランスの実現を応援します

それは考え方である。大切なのは、短期的思考ではなく“長期的思考”で考えるべきということだ。

長期的思考と聞くと一見、結果を出すのに時間がかかるように感じるだろう。

ところが、不思議なもので、長期的思考で取り組んだ方が逆に早く結果が出るものだ。

これは間違いないことだ。では、事例を紹介しよう。

あるトップ営業マンは、こうした営業レターを活用して結果を出している。その秘訣について聞くと『一度でもご縁があった方には5年間は送り続けよう』と考えるようになってから、ようやく結果が出るようになった』と言う。

5年間と言うのは、私が知っている営業マンの中でもかなり長い。実際、私自身は2年間で送るのをやめていた。2年たった時点で「今回の情報で最後になります。今までありがとうございました」といってフォローを終えていたのだ。

研修で「縁があったお客様は2年間フォローします」という話をすると、多くの人から「2年間も…ですか、気が遠くなりますね」と言われたりする。しかし、この営業マンはその2.5倍以上の5年間も続けているのだから、恐れ入る。

急いで短期的に結果を出そうとすると失敗する理由

通常、営業マンは「とにかく早く結果を出したい」と思い、そのための工夫をする。

・今すぐ資料請求してください ・無料サンプルは限定50セットです ・3日間、特別キャンペーンを行います などなど。

このように、すぐに反応を求めたくなるものだ。しかし、受け取ったお客様はどうだろう？

「ああ、また売込みね」となんの感謝もなく、逆にうんざりするものだ。これではせっかくのブルーオーシャンのアナログツールを活用しても意味がない。

そうではなく、お客様に対して“本当の意味で役立つ内容”を送り続けたらどうだろう？

・既に購入した人からのアドバイス ・お得に購入するためのポイント ・商品の意外な使い方 などなど。

受け取るならこちらの情報の方がありがたい。もし、あなたが買う立場だったらどうだろう？

“反応を求めて、煽る内容を送ってくる営業マン”と“本当の意味で役立つ内容を送ってくれる営業マン”のどちらを選ぶだろうか。当然、後者の営業マンに声をかけたいはずだ。急がば回れー。

これからの時代、こうした営業マンだけが必要とされるものだ。

菊原智明：営業サポート・コンサルティング株式会社代表取締役 DIAMOND online より

LET'S 農業② 草刈り&天地換えを行いました。

長い間放置され、草がボーボーと生い茂っていた畑。6月のある暑い日、現場の石川さんとサジタさんが草刈をしてくれました（ありがとう）。「刈った草は肥料になるからそのままにして置いて良いよ」と言われ、一旦終了。

数日後畑に行ってみると、駐車場が作られ天地換えがされていました。『本骨農園』の農業指導をしてくださっている今村さんが手配してくれていました（ありがたい）。

整地されてみると、なんと広いこと。こんな広い土地にどうやって何を植えたら良いのか???

早速今村さんに連絡すると、「もう1回天地換えしてから、冬食べれるようにまずは大根でも植えっぺ」との返答。いつ？どうやって???'植える時期になったら電話すっから〜」

言っていたか一安心。何も植える前から、「皆で芋掘りしたいね」とか「ピザ窯作ろう」とか「農園の野菜でカレーを作ろう」とか夢はどんどん広がるばかり。

今からワクワク 楽しみです。



東北から元気発進！！ワクワク“夢実現”プロジェクト



仕事と生活調和推進企業として
ワーク・ライフ・バランスの実現を応援します