

## 「つきの神様を味方にする3まめ法」

### 1. 「はがきを書く人は高額所得者？」

右掲は、先日、届いたある営業マンからのお礼のハガキです。この方は、友人の紹介で来られたのですが、当初の用向きは「名刺管理ソフト」の販売でのコラボレーションという事でした。

今時、「名刺管理ソフト」と言ってもココヨなどから低価格のものが出ているのになあと思っていたのですが、ふたを開けてみると月額リース料が2万3千円以上もするというのです。私は、ココヨのソフトを話すと「実は、この名刺管理ソフトを購入するとその会社が発行するニュース・ネタを活用できるサービスがある」という謳い文句だったのです。

確かに、名刺情報をデータベース化して、それを活用することが重要だから「CRM」的なASPサービスでSFA支援ができないかと課題を与えて帰って頂いたのです。その日のうちに、こちらから「お礼のメール」を入れておいたのだが、レスポンスは翌々日だった。ちょっと、がっかりした気分でしたら、1週間ほどして右掲のハガキが届いたのです。「今時、珍しいな」と思っていたら、メールも来ていて「はがき」活用の倶楽部みたいな会に入会の案内だったのです。

「高額所得者と普通の人との違いは、●●●を書くこと」と書いてあり、ホームページへのハイパーリンクが貼ってあったのだ。興味を持って見てみると、統計数字(サンプル数が少ないが)が出ており、高額所得者はハガキを書く人が多いと無理やり結論づけていたのです。そして、はがき活用倶楽部の案内があったのです。上掲のハガキは、その倶楽部の物と分ったのです。さらに、ガッカリしたのは事実でした。



### 2. 「唱道」の実態

右掲は、昔から言われている「3まめ法」です。「筆まめ」、「口まめ」、「足まめ」というのですが、一番難しいとされているのが「筆まめ」なのです。「はがき道場」、「複写式はがき」と昔からいろんな方が「はがき」の重要性を説いているのですが、広島の木原先生は、「唱道」ばかりだと嘆いておられます。すなわち、「道を説くけど、自分では実践が伴わない」と言われるのだ。先生は、「1日5通」と決められて、もう4万通以上も発信されているのです。先生は「行道」が大切だとおっしゃっています。すなわち、言行一致なのです。自分でも「やり続ける」ことが重要なのです。先生によると、もう何年も「唱道」の先生から頂いていないという事なのです。

もう一方、確かに「今時、珍しいな」と思わせると同時に「時代遅れ」という印象も拭えないのです。このハガキが来るのに1週間遅れだったのです。私は、メールをその日に送っているのです。この即時性の方が時代にマッチしていると思うのです。「はがき倶楽部」の先生の社員が、この程度なのです。確かに、ボールペンと毛筆を使いわけて書いているのですが、肝心の社名に消印が被っているのです。「細部に神宿る」と言いますが、この会社では「届いた時の状況を思い浮かべて書

<b>3まめ法</b>
1) 筆まめ: ハガキ、メール、Fax
2) 口まめ: 電話、会合
3) 足まめ: 訪問

け」と指導していないようなのです。書き方に余り工夫が見受けられないのです。何か、底の浅さが見受けられるのです。

### 3. 営業マンの「80:20の法則」の怪

一般的な話ですが、お客様と日付の表をつくって訪問すると○を入れるようにすると「80:20の法則」に従うと言えば聞こえが良いのですが、偏っている事が明確になるのです。営業マンは、配達とか注文がある所へ訪問活動しているのです。従って、消耗品などの取引がないと殆ど訪問していない事が判明するのです。いわゆる「ご用聞き」であり、極端には「配達営業」なのです。これでは、営業マンとしての本分を果たしていないのです。

確かに、こういう営業マンが多いので「はがき」という物がクローズアップされるのかも知れないのです。「口まめ」な営業マンなら、適当に、普段、訪問しないお客様にも電話をかけるのですが、情けないことに「口まめ」が出来ないほどに「ノミの心臓」なのです。前述の表で○を訪問、△を電話、□をハガキという風に区別して書かすようにすると、意外に、訪問(?)は得意なのですが、電話やハガキが苦手というのがハッキリするのです。

私は、「ハガキを使って予告したらどうだ」と提案するのです。トヨタ販売店に勤務していた時、営業マンに、水曜日に車検案内のハガキを10通出させて、金曜日にご意向を聞く電話をかけさせた経験があります。ハガキを送っているのに、営業マンも電話をかけやすいのです。もちろん、「車検」の案内なので、期日もあるので「車検をご希望でしたら、〇〇日にお見積を承ります」という風な文言を入れておくと、更に、電話をかけやすくなるのです。この方法で、成果をあげた経験があるのです。同じ手法が使えるのですが、余り、実践してもらえないのが実情です。

### 4. 「つきの神様」を味方にする「筆まめ法」

一般的には、電話による「口まめ」が多いのですが、来電(すなわち、注文や問合せ)に対応しているだけであり、自分からお客様にかけるという方が少ないのです。確かに、来電をきっかけにして電話のラリーが始まるかも知れないのですが、これでは、偏ってしまうのです。「足まめ」となると1日に何件も訪問できる訳がないのです。これが、「配達営業」だったら悲惨な結果です。それだけなら、赤帽などに配達を依頼して、PRするものを同時に配るセールス・ドライバー契約の方が、効率的なのです。

確かに、「筆まめ」だとご無沙汰や電話や訪問しにくい相手にも時期や時間に関係なく送ることができるので、それなりに意義があると思います。私は、この方法でも会社でPRする内容を決めて大部分を印刷して、少しのスペースを手書きできるように工夫する方法をお勧めしています。キャンペーンのご案内などは、ホームページと組み合わせても良いと思います。伝えないことにはお客様は反応しないのです。こういう「やり方」でモレを解消する方法が必要と思っています。

#### 【まとめ】

1. 「3まめ」というが、「筆まめ」が苦手な人が多い
2. 「配達営業」や「来電対応」なのでお客様とのコンタクトに偏りがある
3. 配達だけなら赤帽などにセールス・ドライバー契約の方が効率的である
4. 会社でつくったPRハガキで一斉に送る方が有効的である

【AMIニュースのバックログは <http://www.web-ami.com/siryo.html> でご覧になれます！】