

- 今、取り組むべき社員教育①- 「売れない営業の原因はメールにあり」

新型コロナの5類感染症移行により、ようやく、かつての日常を取り戻しつつあります。感染予防、コスト削減で先送りしていた社員研修を再開している企業が多くなっています。また、これから教育計画を考える企業も少なくないでしょう。そこで、今取り組むべき教育をシリーズでまとめていきます。

第1回は、注文住宅販売における営業メールです。

今や、住宅展示場と肩を並べる情報収集法がインターネットです。そして、資料請求や来場予約も同方法が主流となっています。そのため、営業のファーストコンタクトはメールが多くなっているでしょう。そして、このメール段階から、お客様の選別は始まっています。つまり、この段階でのメール内容が、成約の成否を決めると言っても過言ではありません。

しかし、その重要な営業のメール、十分な教育ができているでしょうか。残念ながら、ほとんどの企業が、研修などを実施したことはないでしょう。さらには、上司によるチェックもできていないため、我流や先輩のメールを真似て書いている営業が多いのです。

以下が問題メール例です。

問題営業メール例
件名で用件がわからない
お客様の名前を省略して（名字だけ）書いている
自社名だけ書き、自分の名前を名乗らない （最後の署名を確認しないとわからない）
長文すぎて、途中で読むのが嫌になる
機械的な返信で、感謝の気持ちが感じられない
決意表明（例「お役に立つよう全力を尽くします」）がない
強要するような書き方をしている 例：ご確認をお願いします 例：ご返信のほど、よろしくをお願いします
文末に意味不明な「よろしくをお願いします」がある
誤字や脱字が多い
返信が遅い

お客様が営業のメールに不満を感じた場合、それを指摘することは、ほぼないでしょう。最悪の場合、「この会社の営業はダメだ」と、商談の場にすら立つことができず、知らないうちに見込客を喪失しているのです。

また、指摘されることがないので、自身の課題に気づき、改善することもできません。つまり、防げる失注を発生させ続けることとなるのです。

弊社研修では、メール作成の基本から修得し、かつ、ご参加者と実際のメールやりとりを通し、課題を確実に改善します。

是非、ご興味ある方は、下記からご連絡ください。

> お問い合わせはこちら

