

住宅企業向け緊急提案

なぜ営業の“メールマナー”が必要なのか

今期、住宅販売に苦しむ企業が増えているようです。

価格高騰や金利変動の懸念により、購入に踏み切れない人が増えているのでしょう。

しかし、住宅購入を諦めたお客様が増えているわけではありません。

実際に、資料請求や問い合わせの件数は、コロナ禍よりも増えているという企業は少なくありません。しかし、そこからアポイントを取得できず、商談の場に立てないことが、営業の頭を悩ませているのです。

では、なぜアポイントが取れないのでしょうか。それは、**お客様への配慮に欠けた（マナー違反な）営業のメール**に原因があり、自ら契約機会を逃しているケースが多くあるのです。

例えば、以下のメール例です。

例：資料請求を受け、お客様へ送るメール

〇〇様

お世話になっております。

（会社名・氏名）です。

この度は資料をご請求いただき、ありがとうございます。資料を本日送付いたしました。

ぜひ、直接ご説明をしたいのですが、以下日程でご都合いかがでしょうか。

・〇〇日〇時～

・〇〇日〇時～

その他ご希望の日時がございましたら、調整いたします。ご連絡をお願いいたします。

いかがでしょうか。何が問題でしょうか？

面談を依頼し、候補日程を挙げることは、営業の姿勢として重要なことです。しかし、その伝え方が原因で、相手の警戒心を高め、結果、返信すらないのです。

例えば、最後の一文では、「連絡を強要されている」との印象を持たれる恐れが多分にあります。そもそも、面談の承諾を得ているわけでもなく、丁重な依頼とも感じられません。上記は、まさしく、マナー違反（相手への配慮、感謝が欠けた）メールなのです。

購入決断をしにくいお客様の立場で考えれば、「この営業はしつこそうだな・・・」「強引に提案してきそうだな・・・」と警戒し、返信はしないでしょう。

当然のことながら、営業自身に悪気はありません。しかし、自分のメールに問題があることに気がついていなく、マナー違反なメールを送り続けているのです。なお、この傾向は、ベテラン社員にも多く見られます（我流のメールになっている）。

弊社の研修は、数多くの住宅企業で導入されています。その理由は、営業一人一人の課題を明確化・改善し、翌日から即実践できる研修を得意としているからです。営業メールマナー研修では、受講者が作成した文章を、講師が添削指導いたします。また、より業績直結とするため、各企業の個別事情に合わせたオリジナル研修の実施が可能です。

ご興味のある方は、下記リンク、または、QRコードよりお問い合わせください。

> お問い合わせはこちら

