

## “イメージダウンメール”送っていませんか？ 若手社員営業メールマナー強化のご提案

「資料請求の件数が多いのに、実商談に繋がらない・・・」と、お悩みではないでしょうか。近年、商談（来場）のアポイント取得に苦勞する住宅企業が増えています。

当然のことながら、お客様は、ハウスメーカーや工務店の全てに資料請求をしてはいないでしょう。インターネットである程度の情報収集をし、候補先に問い合わせているので、本来はアポイントも取りやすいはずです。では、なぜアポイントが取れないのでしょうか。それは、資料請求後に送っている**営業のメールが原因**なのです。

デジタルネイティブ世代とも呼ばれる若手社員は、学生時代、メールを日常的に使ってきたと思われがちですが、そうではありません。

その実態は、

①学生時代の連絡手段はSNSがメイン ②パソコンメール使用経験のない人が多い  
③そのため、基本的なルールやマナーを知らない ④文章で意思表示することが苦手  
であり、その営業が送る“**イメージダウンメール**”が原因で失注してしまっているのです。  
例えば、以下の如くです。

| イメージダウンメール例                                                        |
|--------------------------------------------------------------------|
| 件名が分かりづらい<br>例：「資料のご請求ありがとうございます」                                  |
| 敬語表現が間違っている<br>例：「お伺いいたします」「拝見させていただきました」                          |
| 長文で読みにくい（理解しにくい）                                                   |
| 文末に顔文字（(M)）や記号（!、?、♪）を使用する<br>※SNS慣れで、句読点を打てない                     |
| ありきたりな文章で機械的な対応と感じる<br>例：「いつもお世話になっております」<br>例：ホームページにある自社特徴を長々と書く |
| 何を言いたいのか（結論）がわからない                                                 |
| 自分勝手な内容<br>例：「本日お電話いたします」「ご返信ください」                                 |
| 営業の熱意を感じない（待ちの姿勢）<br>例：「お気軽にご連絡ください」「引き続きよろしくお願いたします」              |

メールは対面とは違い、内容（言葉）だけで勝負しなければなりません。しかし、その実態は上記例が多く、知らず知らずのうちに、お客様が離れているのです（上記例はほんの一部）。当然のことながら、指摘してくれるお客様は少なく、改善されることもありません。

なお、この問題は若手社員に限ったことではありません。中堅・ベテラン社員でさえも、基本を教わったことがなく、我流のメールとなってしまっています。

弊社の研修では、メールの基本やルールを教えるだけでなく、作成訓練（実在テーマでメール作成、講師が個別添削指導）により、確実に好印象メールを作成できるようになります。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

