

# オール電化 & 太陽光 ビジネス塾

www.alldenkajuku.com



**倉田豊治**(くらた・とよじ) (株)サンユウ専務取締役。オリックスに4年、日本興亜損保に10年間営業マンとして勤務後、99年サンユウ創業。当初は本当に売れない日々の連続で、2月の-2℃の中寒さで死にそうになったり、カードローン地獄も経験する。オール電化普及で次第に売れはじめ三菱電機・東芝などの関東地区販売実績で度々第1位を獲得。最近では文化放送・ニッポン放送などのマスコミにも出演。FMで毎週火曜日にビジネス番組も持つ。日経ホームビルダーなどの取材も受ける。現在、自身の経験を元に「いくつかのルールを守るだけで凡人でも短期間でダントツの成果を上げる営業ノウハウ」をテーマにビジネス塾を主催講演中。

## なぜ「お客の声」は重要なのか

11月14日から「オール電化&太陽光ビジネス塾」の4期がスタートしました。初回は1泊2日の集中研修で、この連載で紹介していることを含めて私が持っている最新の販売ノウハウをすべて提供しました。

2回目は12月26日に開催されますが、それまでに初回に教えたいくつものノウハウの中から、自分に合っているものや取り組みやすいと感じたことから実践して、その内容を報告してもらいます。

これを半年間続けることで、必ず成果や実績につながり、ノウハウが身に付くというカリキュラムです。家電大不況と言われているこの間に、次への飛躍に向けて足腰を鍛えなおすことは大切です。塾生さんたちの6か月後の変化が今から楽しみです。

今回は、その講義の中で何度も触れた「お客の声を集め方」を紹介します。その前に、なぜお客の声を取ることが大切だと思いますか。

理由は2つあります。1つは「なぜ当店から商品を購入したのか」という一番知りたいことを知るためです。いろいろと自分で仮説を立てるより、お客に直接聞いた方が確かだし、早いです。売れた理由が分かるって、すごいことだと思いませんか。

地域店の店主の中には「昔から付き合いのあるお客に今さら聞くのが恥ずかしい」とか「そんなことしなくても、お客のことをよく知ってるから大丈夫」などと言って、お客の重

## 「お客の声」の取り方

要性をあまり理解していない方が多いです。

2つ目が、お客の声をチラシやブログ、トークの例え話などに使えるからです。自店のマーケティングに2次、3次利用できるのです。

では、具体的にお客の声を取り方を考えてみましょう。よく見受けられる失敗例が、アンケートで大変満足、満足、やや満足、不満のどれかに○を付けてくださいというものです。

お客は悪く思われたくないから満足かやや満足に○を付けます。お客の微妙なニュアンスがつかめないのです。

それでも、この方法を採用したいというのなら、片方を満足、もう片方を不満だけにして、その間に引いた線上に○を付けてもらってください。そうすれば、微妙なニュアンスが少しは伝わってきます。しかし、基本的にこの方法は私はお勧めしません。

## 「できるだけリアル」を心掛ける

私どもの会社のホームページでは、太陽光発電やオール電化を購入したお客の声を、ビデオ撮影して動画で紹介しています (<http://www.taiyoukounavi.jp/movie/>)。インタビューは私ですが、なぜ動画かといえば、見る、聞く、感じるというお客の感覚に訴えられるからです。紙のアンケートよりも動画の方が、情報量が圧倒的に豊富なのです。

もちろん、お客に事前に説明して了解を得るのは必須です。ビデオ撮影による顔出しがNGというのであれば音声だけでも構いません。しかし、多くの地域店では、紙ベースのアン



▲サンユウの「太陽光発電ナビ」では、お客の声を動画で紹介している

ケートやヒアリングでお客の声を拾っているケースが多いでしょう。

この場合も、ホームページやチラシなどでお客の声を紹介する際、店主がテキストで打ち直して紹介しているケースを見受けませんが、これもダメです。

お客は「本当にこの人が言ってるの?」と疑うから、こちらとしては「本当にその人が言っている事実」を突き付けなければいけません。そうでないとお客は納得しません。

ですから、アンケートを紹介するときは直筆の実物で、可能であるなら実名で使えるように了解を取りましょう。そして、お客が住んでいる県や市ぐらいいは載せてほしいところです。どうしても実名が無理なら、イニシャルでも構いません。

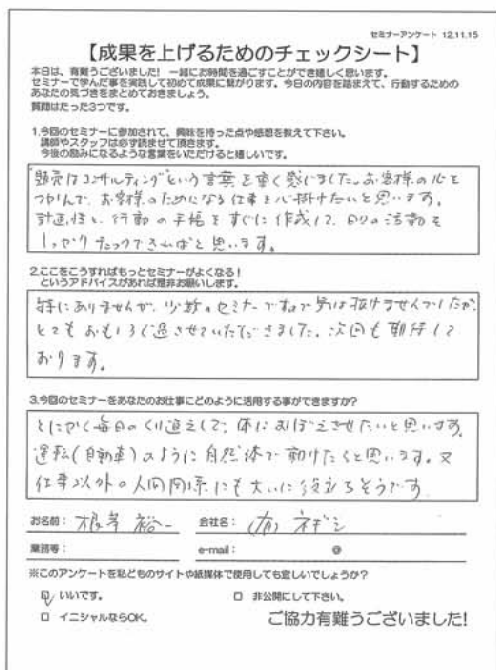
ただし、テキスト入力も、実物の直筆のアンケートと一緒に掲載するのはOKです。弊社のホームページでは紙ベースのお客の声も掲載していますが、そこでは直筆のアンケートとテキスト入力を一緒に掲載しています。

読みにくい文字や小さな文字だったりすると読んでもらえないので、読みやすくするためにテキストで書き起こしているのです。

だからビデオなのです。ビデオはごまかしがありません。ありのままが映っているので、それを見て「本当にこの人が言ってるの?」などと思う人は一人もいないはずですよ。



▲紙のアンケートも、直筆の方が説得力が増すため、テキスト入力と一緒に掲載する



▲オール電化&太陽光ビジネス塾で書いてもらったアンケートの実例

動画のアップ方法も簡単になりました。YouTubeにアップしたものをホームページやブログに貼り付けるだけです。

ちなみに、上の写真で紹介した「成果を上げるためのチェックシート」は、今回のオール電化&太陽光ビジネス塾の4期に参加いただいている有限会社ネギシ(静岡県静岡市)の根岸裕一社長に、初回の講義が終わったときに書いていただいたアンケートです。直筆のアンケートは、説得力があることが分かります。