

単純な事の積み重ねが大切です。

今回は「単純接触法」をエントロピーの法則で検証しました。回数は、結構大きな威力を発揮することを証明できたと思います。お客様の心理も同じなので、うまく単純接触の仕掛けを作っていくことが経営を大きく左右します。 栩野

MMQCとは「もっと儲かる業務改善」で「業務改善は、人づくり、動きづくり」を実践する着実・前向き・具体的な活動です。

「顧客接点戦略」③: 単純接触法

右掲は、前々号でご紹介したエントロピーの法則を利用したAとBの競争関係を表したものです。以前に何度もご紹介しているザイアンスの法則は、別名「単純接触法」と言って、何度も接触する事で好感度を上げて行くというのですが、まさに、それを表した表であります。

AとBに何ら損傷がなく、同じ優位性を持っているとすると、Aは月に1回きりの訪問ですが、Bは月に何度も訪問して来るという場合、 $P1/P2 = \text{好感度}$ と考えると、月に10回訪問すると約5倍の好感度を獲得することが出来るのです。すなわち、余程の買い物でない限りBの方が優先順位が高くなってしまいます。余談ですが、男女の仲も回数が多い方が優位になりますので、気軽に電話などで声をかける方がうまく行くのです。

右下は、随分古いデータですが、自動車総連の雑誌に記載されていた調査結果です。ザイアンスも指摘しているのですが、人は人と接するのは基本的に「煩わしい事柄」に属するのです。それを反映したような調査結果になっています。すなわち、電話とハガキで75%以上の人は満足しているのです。本当に、「わざわざ訪問してくれなくてもよい」という顧客心理を上手く活用する必要があります。

前号でご紹介しているお客様でもFaxで情報を毎月送信しているのですが、送る度に休眠状態のお客様からオーダーが来るようになってきます。「Faxちらし」という手法なのですが、「うちにも情報を送ってくれる」という心理が働くようになって「好感度」が高まって行くのです。

回を重ねる度にエントロピーの法則の表が示すように確実に高まって行き、欲しいという欲求のタイミングでアクションとなって来るのです。

昔から「3マメ」と言いますが、それは、「ロマメ」「筆マメ」「足マメ」の3つを指します。「足マメ」は訪問する事ですから、時間がかかりますが、同じ、会話するという意味では「ロマメ」で電話する方法なら移動時間が節約できますし、相手も忙しい時は断りやすいので都合なのです。ところが、アポの電話もかけずに訪問するベテランもいるのです。確かに、相手の行動パターンをよく熟知しているので空振りが殆どないのです。これを新人が真似をすると失敗するのですが、結構、上司に脅かされて訪問するのでアポなしに陥り易いのです。「筆マメ」は、他の方法に比べて、送るタイミングも読むタイミングも自由なので重宝なのですが、相手の顔色が見えないので電話フォローなどで感想を聞くという事が欠かせないのです。

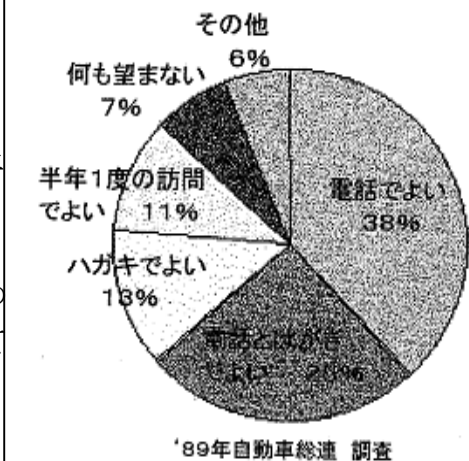
「Faxちらし」も同じなのです。会社が送ったで終ってはコンタクト回数も増えないし、お客様の反応も分らないのです。後のフォロー活動によって、X10倍の法則でお客様のレスポンスを引き出す事が重要になるのです。

【エントロピーの法則】

A	B	P1	P2	P1/P2
1	2	0.618	0.382	1.62
1	3	0.682	0.318	2.14
1	4	0.724	0.276	2.62
1	5	0.755	0.245	3.08
1	6	0.778	0.222	3.50
1	7	0.796	0.204	3.90
1	8	0.812	0.188	4.32
1	9	0.824	0.176	4.68
1	10	0.835	0.165	5.06

↑
好感度

アフターフォローについて



ワンポイント・アドバイス

「x10倍の法則」

情報などを発信して直接反応が来た件数の10倍のお客様が関心を持ったがアクションしないままにいて潜在化しているのです。必ず、後フォローする事で潜在を顕在化する事が大切です。

