

そのメールが失注原因です②

前回、営業のメールマナーが受注を左右すると申し上げました。

今回は、その例をいくつか紹介したいと思います。実例そのものではありませんが、よく見られるケースです。

例1：お客様が商談希望日時と資料を送付した後の、返信メール

〇〇様
お世話になっております。
(会社名・氏名)です。
ご連絡ありがとうございます。
商談日ですが、〇/〇〇(〇)〇〇時までにご連絡させていただきます。
訪問先のご住所を頂いて宜しいでしょうか？
引き続きよろしく申し上げます。

いかがでしょうか。何が問題でしょうか？

連絡日を時間まで記載しているのは良い点です。しかし、全体的に感謝が少なく、かつ営業の都合の押しつけになっています。さらに、依頼の仕方に丁寧さが欠けています。人間関係あるお客様であれば、そんなに問題にならないかもしれませんが、営業の初期段階で、これでは不快感を持たれる可能性が高いと言えます。

例2：営業からの依頼メール

〇〇様
お世話になっております。
(会社名・氏名)です。
ご要望シートを添付しましたので、
ご記入後、ご返信をお願いいたします。

返信を強要する印象を持たれる恐れが多分にあります。さらに、資料作成の手間を取らせることへの配慮や感謝もありません。

営業自身は悪気ないのかもしれませんが、しかし、そうだとすれば、自分のメールに問題があると気がつかないでしょう（前回記述通り、お客様は指摘をしないでしょうから）。

なお、これはメールだけの問題ではありません。失礼メールを送ってしまう人は、自分のメールをお客様がどのように受け止めるかを読めていません。つまり、お客様の心理を考慮することが上手くできない可能性が高いと言えます。さらに、感謝不足、配慮不足もメールに限らないでしょう。つまり、商談でもお客様を不快にさせる言動をしてしまいます。

弊社研修では、メールマナーを基本から修得し、かつ、ご参加者と実際のメールやりとりを通じ、強みや課題を明確にしていきます。また、良いメールをご参加者同士で共有化します。

是非、ご興味ある方は、ご連絡を下さい。

> お問い合わせはこちら

