めざせトップセールス！営業の必勝技術（第3回）

「メール営業」で効果を出すために必要なこととは

2016.08.26

インターネットが普及した現代において、メールやチャットをビジネスに用いることは珍しくありません。しかし、対面で行う営業と、メールやチャットのようにテキストだけで情報を伝達する営業では、勝手が違ってくるものです。

そこで今回は、メールなど文章を用いた営業を行うときにどのような文章を作るのがよいのか、顧客のメールにどのような対応をするべきなのかについて、詳しく解説します。

メールのほうが顧客のニーズを分析できる

対面営業とメール営業には、それぞれメリットとデメリットがあります。対面営業は、顧客の表情や声のトーンなどから様子が把握でき、服装など外見で印象を操作することも可能です。しかし、商談中はリアルタイムで進行していくため、ゆっくりと考える時間は取れません。

一方、メールやチャットは表情や外見や声などから判断はできませんが、情報がテキストとして残っているため、内容の整理や伝達を言葉よりも正確に行うことができます。また文章を書いた顧客が何を考えて、どんな要望を持っているのかをじっくりと考えられます。

メールでのやり取りは履歴としてすべて残るため、いつでも商談内容を確認できるのもメリットの1つだといえるでしょう。商談が長引いた際、顧客からのメールを並べて分析すると、顧客が何を求め、どのようにしてほしいかが明確になってきます。…続きを読む