

愛媛県で生産・加工した「遠赤青汁」製品を全国に販売する遠赤青汁。同社のCIOである渡部氏に、Webを通じた顧客とのコミュニケーションの実際について解説していただく。(編集部)

## 第3回 コミュニケーションツール としてのメール活用



遠赤青汁株式会社  
営業企画部・CIO 渡部一恵氏  
渡部氏はIT経営力大賞2010にて中小企業庁長官賞を受賞した

〈会社紹介〉  
遠赤青汁株式会社  
愛媛県東温市則之内甲2225-1  
URL : <http://www.enseki.com/>

「飲んでからわかる」ー青汁は説明商品です。お客様にご納得いただけるような情報を用意し、ご説明することを通じて商品のご購入につなげます。

しかし、刻々と変化する情報をWebですべて表現するのは至難の業。変化をリアルタイムにお客様にお伝えする大事なコミュニケーションツールがメールです。

### ●お問い合わせにメールでお応えする

Webサイトではあらかじめ予想されるご質問に対して、「Q&A」「よくあるご質問」などコーナーを設けて説明文を載せています。お客様のご質問は、似ている場合が多々あります。これを回答集として掲載することで、お客様のサイトへの不満が解消されやすくなるからです。

その上で寄せられるお客様の質問メールには、毎回緊張します。

まずは、出来るだけ速やかに返信するように心がけています。休日を除き、24時間以内を目標にしています。商品購入を決定してくださるお客様は、サイトを通してただの人々のうち、ほんのわず

かです。質問メールは、そのわずかな購入間近のお客様からの情報の催促だと思っています。そこまで期待していただいているならばすぐさま対応して、購入を決めていただきたいですね。

メールの返信は出来るだけわかりやすくし、専門用語を使わないようにしています。お客様に伝わらない表現は自己満足でしかありません。

返信メールの最後に必ず「この返事をご回答になりましたでしょうか」と尋ねます。お答えになっていなければ何が足りないのか教えていただき、ご納得いただけるまで返信を重ねます。決めるのは常にお客様です。

このくり返して、なるほどこうして説明していればお客様のご理解が得られたのかと、自分の思い込みを反省し修正しています。

### ●メルマガで日々の情報発信

自社サイトでは、エビデンスやトレーサビリティなどに関する情報に加え、新着情報や農場ブログなど日々の変化を紹介しています。メールマガジン(メルマガ)

では、最近起こった出来事、新商品の開発秘話、農場の栽培風景など、サイトだけで伝えきれない情報をお届けしています。

「今、農場ではケールの収穫が最盛期。葉を手で折った時のパキパキという瑞々しい音。皆さんにもお聞かせしたいですね」

農場は日々の作業が季節によって代わり、変化に富んでいて楽しく、話題にあふれています。メルマガでは自分が見て感じた農場の様子を情報発信しています。

メルマガは書き始めるととても楽しくなります。書き続けていると「自分」が見透かされる様で、恥ずかしくなりますが、等身大の私の言葉だからこそお客様に届くのだと思います。

大切なのはお客様に気持ちをお届けすることです。広く世界の人たちと想いを共有することができるとネットではないかと思っています。

自社サイトも近々リニューアル予定です。お客様のご意見を受けて、ネットショップと共に自分も成長したいと思っています。