



# 曽根田通信

第43号

平成31年6月

株式会社追客力 電話：03-4455-9265 F A X：03-5539-4783

■■■この曽根田通信は、私達がこれまでご縁のあった方にだけ差し上げている個人通信です■■■  
いよいよ梅雨に入りました。過去に革のバッグをカビだらけにしたことがあり、それからというもの、毎年、梅雨前に湿気対策を行います。梅雨があげれば夏。今年も暑くなりそうですね。

## ◆このままでは売れ残る！◆

昨年お手伝いしたお祭り、今年はフランクフルトを手伝いました。お昼から手伝いに行ったところ、在庫が何十袋と山のように並んでいます。これはまずい！売れ残る！という危機感から呼び込みに集中することに。



開始前。嵐の前の静けさ

この日は暑く売れ行きが良くありません。他の店では行列があるのにフランクフルトはがらんとしている。何かしら動機づけねばと考えたのが「お昼ご飯にフランクフルト」「おやつにフランクフルト」



写真撮影を失念。霧囲気だけでも

「ビールのおつまみにフランクフルト」「今夜のご飯のおかずの一品にフランクフルト」と時間帯によって使い分けての呼び込み。通りすぎる人に「なにそれ？」という感じで笑われる場面もありましたが、なんとか終了間際の15時に完売。在庫覚悟していたので売り切れてよかったと安堵しました。その後の

打ち上げのビール、達成感と共に最高にうまかったです！！

## ◆初の運動会でまさかの…◆

息子が小学校に入学し、はじめての運動会が6月に開催されました。場所取り禁止で、家族は全員立ち見。ちょっと変わった観覧です。私の母校でもあるのですが、最近変わったようで。早朝の場所取りが近所迷惑なのかもしれませんね。

運動会では、小学校、中学校時代の同級生と思われぬ再会がありました。20年ぶりの同級生。ずっと地元にいるようで久しぶり会話。地元話で花が咲きました。

さて、1年生の最大の競技といえば徒競走。休みの日はいつも私と追いかけてこるので足は速いは



ダントツ1位だ！

ず！と期待をしながら見ていると、スタートダッシュで1位！いいぞ！このまま行け！と思ったのも束の間、突然失速しコースを戻り始めたのです。どうしたのかと見ていたら靴が脱げてしまったよう。

結果は、圧倒的最下位。落ち込んでいるかなと思ったのですが、徒競走後の一言が、「はじめの方、速かったでしょ！？」。落ち込んでいなかったのが良かったです。次回はちょっとキツめの靴を履くように諭しました。そして、梅雨があけたらしっかりと遊ばせようと思います。サッカーなどの習い事もよさそうですね。



なぜ逆走！？

## ◆子育てのセミナーに参加したら◆

息子に通わせている教室では、子育てに悩む大人向けのセミナーも開催しています。一応、新米のお父さんなので、可能な限り妻と一緒に参加するようにしています。6月にも妻とセミナーに参加してきました。

詳細は割愛しますが、中学受験で成功し、その後の学校生活で充実した人生を送るために一番必要なのは当事者意識だそうです。この当事者意識は、自分で何かに挑戦し、周囲がそれを受け入れ、次なる挑戦へ踏み出すための後押しをすることで育まれるそうです。（当日はもうちょっと細かい話有り）

子育てについて聞きに行ったのですが、仕事にも全く同じことが当てはまる！ハッとしました。親世代の価値観を子供に押し付けると、子供は自主性を発揮せず、怒られたくないので言われたことしかやらない。これは企業でも全く同じことが当てはまります。思わぬところでヒントや気づきを得られますね。常にアンテナを高くしていきたいものです。

## ◆ 追客サプリー ◆ 第 5 回アポジョーズ大賞を開催！

私たちは年に 1~2 回、アポジョーズ大賞というイベントを開催しています。

これは、私たちが提供している追客支援システム、アポジョーズを活用した追客の中で、実際に成功した事例を中心にエントリー（申し込み）していただき、その活用レベル、追客の巧みさ、他の利用者への寄与度をもとに、1 位から 3 位を決定し、表彰するというイベントです。

今回、その 5 回目の結果が 5 月の下旬に発表され、ハウスメーカーの WEB 担当者の方のエントリーが見事、優勝されました！！

### どっちが大事？立場によって違う活用事例

アポジョーズは営業担当のためのサービスです。で、営業の方のエントリーがほとんどです。

営業の方のエントリーは、一人のお客様に絞り、その行動からお客様のニーズ・特徴をつかみ、それを軸に追客をしていったところ、アポ獲得、ひいては成約まで到達できた、という内容が典型的です。そして、お客様の動きからどこまで洞察を深め、洞察を確実なものにするためにどんなアクションを行ったのか、という内容です。

今回いただいた WEB 担当の方のエントリーは、俯瞰的に複数のお客様の動きを捉え、確度の高いお客様の共通行動を発見。

その共通行動に合致したお客様について WEB 担当から、営業に追客を促したところ、申し込みや契約に至ったということでした。

立場によって見方、使い方が違うのは私たちにとっても大きな発見で、とてもありがたいエントリーでした。

営業プロセス視点でいうと、まず、WEB 担当者目線で営業が追客すべきお客様の見当をつけ、営業担当がその後の営業活動を確かなものにするために、それぞれでアポジョーズを利用しているということですね。どちらも効果があって、意義のある活用方法ですね。

### 両者の目線で

私たちが伺う会社の中には、営業担当と WEB 担当とで必ずしも意思疎通がうまくいっている、と言えないところもあります。

そのような状況で、どちらか一方の視点だけで物事を判断して決定すると、片手落ちでもったいないことがあります。

マーケティング・オートメーションを導入したものの、WEB 担当者だけが利用しているなどというのは、その最たる例かもしれませんね。

### 部分最適だと次につながらない

反響を増やそうとするのが集客担当の役割。そして、獲得した反響を追客し、契約に近づけていくのが営業担当の役割。

まだまだ反響自体が少ない、とお悩みの会社も多いと思いますが、例えば集客担当が反響を増やすために必須の入力項目が少ない会員登録ばかり獲得していると、次工程の営業としては、情報が少ない中で追客せねばならず、なかなか次につなげるアプローチができない事態が発生します。

すると、営業としては「HP の反響は薄い」という認識をするようになり、その後のネット反響を真剣に追客しないという状況に。そもそも何のために集客しているの？と考えざるを得ない状況に陥ることがあります。

集客担当者の目標が反響数だけに設定されていると、その後の追客が成功しているかどうかは二の次になりがち。注意が必要です。

### 両者の緊密な情報交換を

いろいろな企業の方とお会いしていますが、多くの企業様では集客担当と営業担当とが情報交換するのは、月に 1 回の大きな会議で、営業状況と集客状況とが共有される程度、というところが多いように見受けられます。

たとえば、契約者した人の反響経路を記録している会社は多くいると思いますが、アポ取得、商談まで到達、という営業段階ごとに落とし込んで、反響経路を計測している会社は意外と少ないでしょう。この情報が共有されていると、例えば契約には至らないが、商談まで進む数の多い反響経路が多ければ、集客担当は媒体担当者に投げかけて重点的な対策を打つこともできます。

なお、集客担当の目標は反響数だけでなく、来店・来場数まで設定することも必要かもしれません。

お客様は一人の人間でその行動は連続しています。もし、集客部門と営業部門がばらばらで活動しているようであれば、ぶつ切りではなく、連続したつながりで検討し・判断していただきたいと思います。

## ◆ まるちゃんコーナー ◆

揚げ物大好きまるやまです！(\*'ω'\*)♪

ずっと気になっていた天井屋さんへ行けたのでご紹介いたします！

【土手の伊勢屋】

三ノ輪駅から歩いて10分くらいでしょうか。前を通るたびに行列の絶えない天井屋さんがあります。その名も「土手の伊勢屋」。まずは創業130年の伊勢屋さんの歴史をちょっとお伝えします。

1889年に吉原遊郭唯一の出入り口だった吉原大門の近くに創業されました。当初の屋号は「伊勢屋」だったものの、店の前に「土手」があったことで「土手の伊勢屋」と呼ばれるように。ただ、関東大震災により土手は崩壊、近隣も全滅。区画整理により土手を切り崩して土地が縮小。現在の店舗に建て替えられたそうです。その後は東京大空襲の戦火を逃れ、姿を今に残し2010年には有形文化財に認定されました。



歴史を感じるその佇まい、どうしても中を見てみたい…!!!

【天井のお味はいかに?!】

さて、そんな行列の絶えない伊勢屋さんへ開店前から並んでみました。並んでいる間はメニューや日傘の提供がありとても気遣いを感じました。並んでいるお客さんに1部ずつ配られるメニュー表は紙質もしっかりしており、こだわりを感じます。10時半過ぎに並んで…1時間…以上…待ち…グァ（お腹すいた）そしてようやく店内へ!(\*'▽')

出てきたのはなんとも立派な天井。海老に穴子にキスに蓮根…豪華。白身魚はサクとした衣の中にふわふわの身。海老はぷりぷり。たまりません。が、なかなかのボリューム。天ぷら食べ切ったかなと思ったところで下からかき揚げ登場。裏ボスに出会った感じ…。目の前の女性は食べ切れないと嘆いていましたが、私は美味しく完食させていただきました☆ 並ぶ覚悟のある方、この天井是非満喫してみてください！



## ◆ 語感を意識したことありますか？ ◆

「はい」「ええ」「そう」。同じ返事でも相手に与える印象は違いますよね。「感謝します」は距離感を作り、「ありがとう」は親愛の情を伝え、「はい」は誠心、「ええ」は知性を感じさせる。残業後の「さあ、帰ろう」「そろそろだね」などのS音は爽やかな印象を与え、デートの最後には包み込む音「オ」を用いて「送るよ」「おやすみを言わなきゃね」などと言うのが効果的。そんな言葉の音もたらす影響や効果を論じているのが

「ことばのトリセツ」。こちらは著者が人工知能研究においてことばの感性に注目し、語感分析をまとめた1冊。



【職務と名前の関係性?】

著者がバイヤー向けにセミナーをした時のこと。グループ分けの際にはイニシャルが色々混ざるようにしてくださいと依頼。すると「ほとんどSとKしかない」とのこと。キムラ、サトウ、サカモト、スズキ…。息の隙間風を使って音を出すSやK。素早い判断とフットワークの軽さが必要とされる職務には自然とスピード感のある名前が集まるのでしょうか。一方で人事向けセミナーをした場合にはN、M、H、Y、Wが多いとのこと。MやNは舌の上に乗ったりとした息の感触を与え、情を伝える音韻。

尖って才気を感じさせるキムラ、気高いタカハシ、ゆったり優しいマツモト。名前と語感、行動と性格、緩やかな相関ができています。

(名前に4つもMが入る私は、だいぶおっとりまったりしている印象でしょうか(=°ω°))

【感性トレンド】

時代によって語感の違い、その時代に使われやすく気持ちいい語感傾向というものがあるのだとか。

とある住宅メーカーから著者がコンサルの依頼を受けた話。この会社は2018年の初め、メインブランドに「パワー」という言葉を使ったところ、営業からは、女性に響くようにもう少し華やかさのあるネーミングが必要なのではないかと意見が出た。

しかし著者曰く、2019年以降人々の気持ちは尖ってきて、それは2027年まで強まり、女性も使いたくなるくらいパワーというワードは好感度を上げる。よってそのまま使っていくのが良いのだと。

時代の感性に合わせたネーミング。7年周期で変わる語感の感性。今後どんな語感の時代になるのか、皆さんもちょっと意識してみてください！



## ～ 発行者コラム ～

### 新卒のような大失態…

先日、出張で飛行機に乗ろうとしたら、預けた荷物のうち、モバイルバッテリーが荷物預け不可ということが搭乗直前になって判明。

手荷物ならOKだったので搭乗カウンターまで慌てて戻ったのですが、出発時間が過ぎてしまい、搭乗できないという事態に。

代替機もなく、他の航空会社でも間に合わず、結局、その日のアポイントを全て延期することとなってしまいました。人生初、飛行機に乗れない体験をしてしまい、関係者の皆様には改めて誠に申し訳ありませんでした。何事も余裕をもって進めなければと大反省です。

### スーツお直し完了。次は・・・

減量によるスーツのお直しが終わりました！大きかったスーツですがほぼピッタリとなりました。思入れのあるスーツなので良かったです。

さて、スーツの次はワイシャツ。減量後で胸回り、おなか周りが絞れたので、適正な既製品のワイシャツを試着してみると、袖が短い。減量前のXLサイズは袖がちょうどよかったのに…。オーダーするべきか、梅雨の間に検討しようと思います。

### 0時まで営業している立ち食い蕎麦屋を発見

自転車で帰宅すると小腹が減ることがよくあります。夜中なので、さっと食べられる立ち食い蕎麦屋は店じまい。どこかいい店は…と探していたら、たまたま立ち寄った新橋の「かめ屋」という蕎麦屋さんで0時まで営業していることを発見。

かめ屋といえば天玉そばが有名。新宿、上野で仕事をしていた時にお世話になりました。そんなかめ屋が0時までやっている。大興奮です。梅雨が明けたら、会社帰りの「かめ屋」通いが続きそうです。



かめ屋の天玉そば！

### 自転車のマンガ、はじめました

自転車通勤をしていると知り合いに伝えたとこ、それだったらこの漫画を読まない、と言われたのが「弱虫ペダル」。秋葉系オタクの高校生がロードレーサーになっていく、近年稀にみる熱いストーリー。単行本が60巻以上発刊されていて、テレビ化、舞台化までされているんですね。仕事に影響がない程度に、自転車の勉強がてら読み進めていこうと思います！



### ◆ ありがとうのコーナー ◆

ここでは弊社の社員が最近お世話になった方に改めてお礼をお伝えさせていただきます。

- ・多井中さん…エントリーありがとうございます！
- ・土器さん…エントリー、ありがとうございます！
- ・後藤さん…エントリー、ありがとうございます！
- ・岸上さん…エントリー、ありがとうございます！
- ・仲村さん…エントリー、ありがとうございます！
- ・保科さん…エントリー、ありがとうございます！
- ・梅津さん…エントリー、ありがとうございます！
- ・中河さん…エントリー、ありがとうございます！
- ・壽慶さん…エントリー、ありがとうございます！
- ・岡田さん…エントリー、ありがとうございます！
- ・土淵さん…エントリー、ありがとうございます！
- ・畠中さん…エントリー、ありがとうございます！
- ・今田さん…エントリー、ありがとうございます！
- ・浅井さん…エントリー、ありがとうございます！
- ・丸山さん…エントリー、ありがとうございます！
- ・佐々木さん…エントリーありがとうございます！
- ・左近司さん…情報、ありがとうございます！
- ・庄司さん…ご紹介、ありがとうございます！
- ・小田さん…手続等、ありがとうございます！
- ・高田さん…保守、ありがとうございます！
- ・吉田さん…運用、ありがとうございます！
- ・久保道さん…運用、ありがとうございます！
- ・中上さん…ご紹介、ありがとうございます！
- ・森本さん…ご紹介、ありがとうございます！
- ・松岡さん…ご紹介、ありがとうございます！
- ・舘林さん…ご紹介、ありがとうございます！

他にもここには書ききれない皆様へ。いつもありがとうございます！

### 【プロフィール】

【氏名】 曾根田 太郎

【会社】 株式会社追客力

【出身地】 東京都江戸川区

【趣味】 読書（特に歴史小説）、靴磨き

【モットー】 七転び八起き

【その他】 デジタルデトックスしたいと思っています。みなさんは何か意識的にやっていることってありますか？

【経歴】 大学卒業後、会計系コンサルティング会社を経て、大手不動産ポータルサイト運営会社に営業として転職。ITと不動産について学ぶ。その後、WEBマーケティング会社を経て、(株)追客力を設立。営業マンが尊敬される社会を実現するべく、現在は営業支援システムを開発・提供中。