

連載 地域発・全国区へ 遠赤青汁のWeb活用レポート

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4回 どんなときも 想いをのせて商品を送り届ける



遠赤青汁株式会社
営業企画部・CIO 渡部一恵氏
ITコーディネータ協会のITC Conference2010で事例を講演

〈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/>

遠赤青汁の自社サイトは12年目を迎え、おかげさまで毎日途切れることなく商品を出荷できるようになりました。当初は月に数件の発送しかありませんでした。売上を伸ばしている店では毎日商品が発送されています。

「うちも将来は毎日発送する店になるぞ」そう思い憧れてきましたので、感慨深いです。

●お客様の情報を大切に

発送業務が増えて一番注意しているのが顧客情報の管理です。お客様が欲しいものを確実にお届けする。当たり前のことですが、Webから注文を受け、出力した用紙を失くして商品が発送されず、「いつまで待っても商品が来ない」とお叱りを受けたこともありました。

社内の情報管理意識も低かったと思います。個人情報保護法も施行され、弊社もプライバシーマークを取得しました。個人情報保護の適正な管理と共に書類の整理や業務の見直しができ、意識も向上しました。顧客の情報を安全に扱うシヨップ、安心して買い物できる

お店としての信頼が切れ目のない発送に繋がったのかもしれない。お届けの時間帯を選べるようにし、支払方法も増やし、お客様をお迎えする準備を整えました。「お客様の声」を重視し、返信用メールアドレスも必ず書き添えます。

しかし、決まりきったフォームだけではお客様の声は拾えませんが、「留守の時は宅配ボックスに入れておいてほしい」「平日に届けてほしい」など自由にご意見を書きこんでいただけるように、受付フォームには備考欄を設けています。メール、お問い合わせフォーム、備考欄等、お客様との接点を増やしコミュニケーションアップを図る工夫を続けています。

●Webのトップに電話番号を

先日のリニューアル時に、思いきってトップページにフリーダイヤルを表示しました。それまで、「Webでご注文されるお客様は電話は使わない、パソコンを使い慣れていてネット注文もすぐできる」と、思いこんでいました。

ところがフリーダイヤルを表示してから、「注文がうまくいかな

くて」「セキュリティが心配。ネットで注文を完了したからやり方を教えて」など、画面を見ながらお問い合わせされる方が増えました。電話番号は不要と思いついていたら、困っていたお客様の声を拾うことはできませんでした。

ただ、どうしても事故は起きてしまいます。注文した商品と違うなど、注意していても起きるミスもあります。しかしながら、クレームをいただけることはまだ遠赤青汁に期待してください。ですので、挽回するチャンスを与えられていると考えます。

クレームをいただいたお客様に商品を再送する場合、できる限りの想いをのせてお届けします。電話の向こうで頭を何度も下げている人。実際には見えないですが気持ちには伝わってきます。信頼を回復できるよう心をこめて手紙を書き、お詫びの気持ちをお届けします。

自分が信じた商品への想いがお客様に伝わることで、ようやく信頼を得て買い物をしていただける。Webというデジタルな中にも人の想いはあります。