



ケンブンスイッチ

2月号



お客様とのコミュニケーション

コロナ禍で緊急事態宣言が続いています。お客様の行動にも制限がかかり、対面でのコミュニケーションが取りづらい状況はまだまだ続きそうです。そこで、非対面コミュニケーションの手段である各種メディアの役割をいま一度見直し、使い方を最適化してみたいかがでしょうか。

まずSNSは、情報の即時性と拡散性がメリット。じっくり内容を吟味するには不向きで、イベントや商品速報などをリアルタイムで流すのに向いています。一方メール（メルマガ）は、より個人的に重要な情報を伝えるツールに適しています。ただし件名をただでスルーされることも多いので、読んでもらうには文面に工夫が必要です。そしてWEBサイトは、いつでも訪問できる企業の正面玄関。うる覚えの商品やサービスをネットで調べるのは日常茶飯事、それだけに情報の信頼性と網羅性、さらに問い合わせや購買につながる操作性が求められます。

また、紙のメディア＝DMの効果も健在です。スマホやPCの中に埋もれがちなネット情報と違い、現物が手元に残りますから、興味喚起力や効果持続力がバツグン。印刷表面を輝かせたり、盛り上げたりできる「デジタル加飾印刷」で、より特別感のあるメッセージをお届けすることも可能です。メディアの特性を生かしたコミュニケーションで、コロナ禍でもお客様に選ばれる企業、ブランドであり続けたいですね。

