

★★★★

奥村政治のメールマガジン

第6号:2021年11月16日発行

<https://www.1project-support.com>

★★★★

「効率」対「効果」

セミナー参加の依頼メッセージがメッセージャーを通じて届いた。

9月に友人を介し、ZOOMで1回面談した人が発信元だ。リアルセミナーで、しかも有料。特に興味のあるテーマではなかったのも、僕はそのままスルーしていた。

3日後、発信元から「あまり興味なかったですかやね」というメッセージがきた。打ち間違いなのか、語尾がおかしい。

僕は「WEBセミナーに慣れてくると、リアルのセミナーは億劫になりますね。特に往復の時間もったいない。」と、本音を半分だけ入れて返信。残り半分は「全く興味も関心もない」であるが、武士の情けで言わなかった。

ここまでなら特別、問題は無いように見える。

ただ、最初のセミナー参加の依頼メッセージ、僕がみた印象では既に作った文章をコピペして貼り付けただけ。そのやり方・考え方がアウト。

まず、メッセージの冒頭で「奥村さん」という呼びかけがなかった。さらに、僕の近況や様子を

聞いてこなかったし、自分の近況を語るわけでもなかった。これらが抜けていることもアウトだ。

呼びかけや近況に関する内容が前段にあって、エンジンがあたたまってきてから、セミナー参加の依頼を行うほうが良かった。つまり配慮が足りないわけ。

なぜ、配慮が足りないのか。それは、発信元にとって僕の存在は「どうでもいい人の枠」に入っているからだ。まあ、僕はそんなふうに推測した。

このようなパターンのメッセージとかメールが多い。

作った文章をコピーして、何も考えずに大量送付する。そのやり方が効率的と思っているかもしれないが、受け取った人はどう感じるか？

たぶん「この送り主、コピーした文章を送って、セミナー集客したいだけ。僕の近況を知りたいと思っていない。であるなら、別に行く義理も義務もない。大人の対応としてスルーしておくか」となるだろう。

ちょっと話しが変わるけど・・・

実は、9月～10月にかけて、事務所 Facebook ページに「いいね」してもらうために、メッセージやメールを使って、友人・知人をお願いしていた。

その際、ひとりひとりの近況を聞き、僕の近況も報告して、エンジンがあたたまってきてから

「いいね」を依頼した。しかも「いいね」してくれたら「先日作成したイメージトレーニングのPDFも差し上げます！」というオマケも付けて。ひとりひとりを思い浮かべながらメッセージやメールを書いていたので、物凄く時間がかかった。

大半の方が「いいね、しておいたよ～」と、返信してくれた。その後、僕から「いいね」の御礼とPDFのダウンロード先情報を掲載し、元気そうにしていることで安心した旨を伝えて返信。懐かしくて、2～3回やり取りした方もいたね～。

さて、話を戻すと・・・

僕にセミナー参加の依頼メッセージを送った方は、「効率」を重視したのかもしれない。でも「効果」はあったのだろうか？

僕が行った「いいね」の依頼、効率的とは言えないが、効果的であったと思っている。そして「いいね」の有無は抜きにして、長らくご無沙汰していた人と、やり取りしただけでも良かったと感じている。

今日は、マーケティングの真髓を簡素化・集約化した形でお話した。このような話しもやりますので、前回の5号を読んで「なんじゃこれ？」と思った方、配信停止は、まだ早いからね！

=====

オクムラ経営コンサルティングオフィス メルマガ編集部

発行人：中小企業診断士 奥村政治

〒571-0047 門真市栄町 6-9 門真プラザ 610号

TEL:06-6991-9627

メール: info@1project-support.com

<https://www.1project-support.com>

=====