

帝国データバンク・中小企業大学校コロナ禍対応共同講座

YouTubeテレワーク 営業戦略サポート

第3講・顧客フォロー編 YouTubeを用いた既存客対応

株式会社アームズ・エディション 代表取締役
一般社団法人 日本動画マーケティング協会 代表理事
菅谷信一

顧客フォローの重要性・1



- 江戸時代から「商売は、名簿で始まり名簿で終わる」。
- 江戸時代の呉服屋は、火事になったら、大福帳(顧客名簿)を井戸に投げ込んで逃げた。
- 火事が収まり、井戸から大福帳を引き上げ、お詫び方々取引先に挨拶回り。すると、お客さんがまた商品を買ってくれる。

顧客フォローの重要性・2

●新規・集客

客数
1.26倍

●顧客フォロー

客単価
1.26倍

リピート・紹介
1.26倍

顧客フォローの目的と効果

ステップ1

- ・ 業務の透明化と顧客理解
- ・ コミュニケーションの円滑化

ステップ2

- ・ 顧客満足度向上
- ・ クレーム防止

ステップ3

- ・ 顧客リピート率の向上
- ・ 紹介営業の促進

顧客フォロー動画の7パターン

1
問合せ
対応

2
クレーム
対応

3
コミュニ
ケーション

4
業務報告
業務連絡

5
打合せ
議事録

6
イベント
へのお誘い

7
販売提案
来店案内

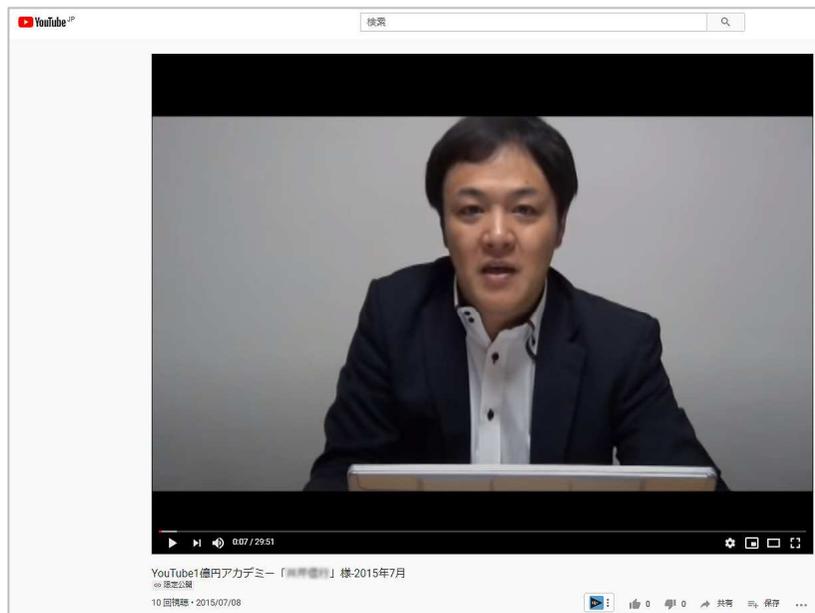
顧客フォロー動画1「問い合わせ対応」



- (株)きづな住宅/埼玉県川越市
川島大さんの事例
退去後のアパートなどで現地に来られない大家さんに対し修繕箇所を説明。

- 特に電話やメールなど言葉で伝わりづらい回答・説明に適切。(動画は文字情報の4500倍の情報伝達力を有する)
- 当方が動画にて登場することでコミュニケーション向上にも役立つ。
- 顧客は繰り返し動画で復習できるため、説明の二度手間が防げる。

顧客フォロー動画2「クレーム対応」



- 菅谷信一の事例。個別動画+メール、電話、直接訪問の三段階を、クレームの内容に応じて使い分ける。

- 直接訪問や文書による回答の前に「クレームはすべての業務最優先」の姿勢を示す。
- 電話連絡の前に、LINEやメールが分かる顧客に対して送信。その後、電話をすると対応が円滑に進む。
- 伝達内容は、通常のクレーム対応に準じ、「お詫び」「事情の説明」「今後の対応」を丁寧に説明する。

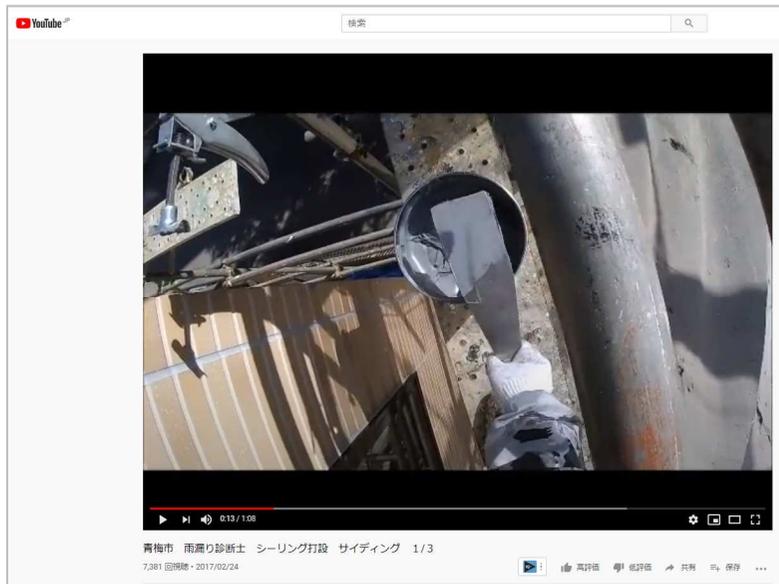
顧客フォロー動画3「コミュニケーション」



- 住んでいる不動産/静岡県伊東市柴田厚さんの事例
年始のご挨拶を動画で送信。リモート見学、リモート契約なども推進。

- 定期的なご様子伺い、誕生日のお祝いメッセージの個別配信など、幅広い応用がある。
- 直接定期訪問しなくても効率的に接触頻度の向上が図れる。
- 定期的なコミュニケーションはクレーム防止や販売促進にも影響を与える。

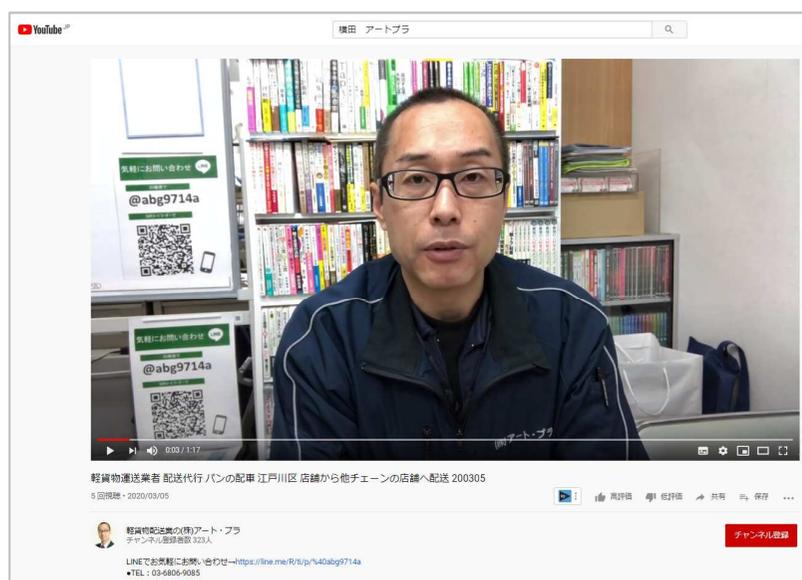
顧客フォロー動画4「業務報告・業務連絡」



- (株)ホークアイズ/東京都福生市
米田秀樹さんの事例
特に高所など顧客が状況を確認しづらい
箇所を動画にて記録し報告。

- 作業の途中経過や制作状況などを動画で報告。作業の透明性を保ち、クレーム防止にもつながる。
- 紙ベースの業務日報・週報と併用し理解を促進させる。
- 現場系では高所や基礎、断熱などその場での説明が難しいもの。また言葉での説明が困難なものに適する。

顧客フォロー動画5「打ち合わせ議事録」



- (株)アート・プラ/東京都江戸川区
横田浩崇さんの事例
パートナー運転手への業務説明・指導に
限定公開動画を活用。記録として有効。

- 顧客との打合せ内容を動画
で記録し、議事録として提供
する。文書の議事録と比べて
作成が容易。
- 文字では伝わりづらい内容の
伝達に効果を発揮する。
- ZOOMを用いたオンライン会
議も録画した動画を限定公
開で共有する。

顧客フォロー動画6「イベントへのお誘い」



- (株)展示会営業マーケティング/
東京都新宿区 清永健一さんの事例
オンラインセミナーへの参加を促す限定
公開動画。参加のメリットを効果的に説明。

- 営業を目的としたイベント・
見学会・セミナーへ誘導を目的
とした個別提案動画。
- イベントに参加頂き、別の商品・
サービスをリピート購買させる目的。
- イベント参加により得られる
メリットを個別に提案。イベント
参加がコミュニケーション
目的でも可。

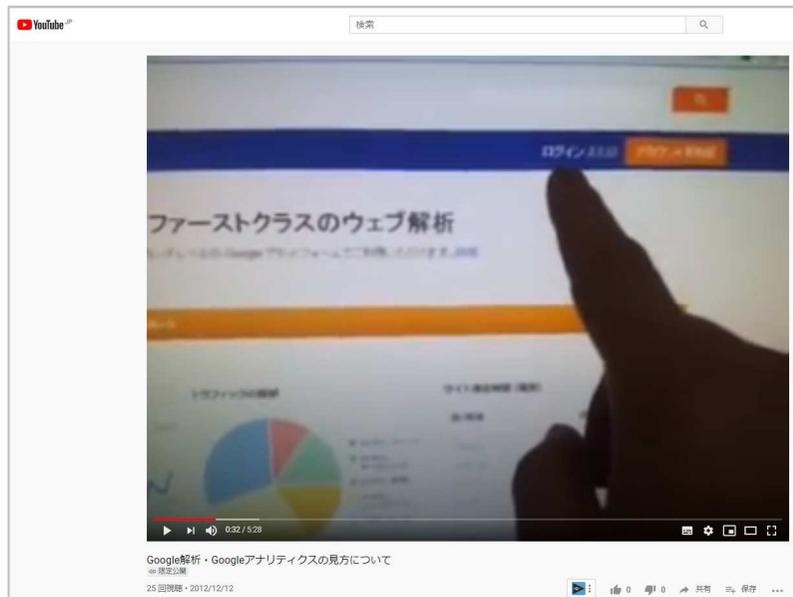
顧客フォロー動画7「販売提案・来店案内」



- ナステレージュ/愛知県豊橋市
近藤晃嗣さんの事例
間隔が空いた既存客に再来店のご提案。
顧客に合うツボ解説動画も併用して送信。

- 既存客に対してリピート購入、別商品の購入を目的とした販売提案、来店案内。
- 「3.コミュニケーション」の要素に加えて、提案部分を加味する。
- 購入・来店の独自メリットを提示すると効果が上がる。

マニュアル動画の活用・1



- 菅谷信一が、よくある質問 (アクセス解析の使い方) について解説。

<https://youtu.be/dktVAJpzSBo>

- 顧客からよくいただく質問 (FAQ) については、あらかじめ数パターンの回答動画を収録。そのURLをメールなどで案内する。
- メールや電話では伝わりづらい内容を効果的に伝達することが可能。

マニュアル動画の活用・2



●ある自動車教習所が新人の指導員向けに活用している教育動画。

- 社員教育用の業務マニュアルも動画化することによって、教育効果が向上できる。
- 文字では表現しづらい技術的な指導、動作の指導などには特に動画マニュアルは効果的。

ニュースレター・手書きハガキとの併用・1



- 「売り込みなし」の手書きハガキ。
- 繰り返し送ると、脳内検索の第一位になる。
- リピーターが増え、失客防止になる。

顧客フォロー実践計画策定

区分	実施可否	実施にあたっての留意点
1.問い合わせ対応		
2.クレーム対応		
3.コミュニケーション		
4.業務連絡・業務報告		
5.打ち合わせ議事録		
6.イベントのお誘い		
7.新商品販売提案		

帝国データバンク・中小企業大学校 コロナ禍対応共同講座について

本講座（YouTubeテレワーク営業戦略サポート）は、「日本経済及び地域活性化の担い手である中小企業の役割の重要性に鑑み、コロナ禍の不安の中、厳しい経営環境にあっても人材育成に力を注ごうと考える中小企業を支援する」意図に賛同した帝国データバンクと独立行政法人中小企業基盤整備機構の共同企画での開催となります。

独立行政法人 中小企業基盤整備機構
中小企業大学校<https://www.smrj.go.jp/institute/index.html>

株式会社帝国データバンク
データソリューション企画部 経営コンサルティング課
TEL: 03-5775-1091（平日9時～18時）
MAIL: training@mail.tdb.co.jp