



お客様0でも集められる 『秘密のお客様の声』の集め方

株式会社 OnLine 統括マーケティングディレクター

佐藤 晋也

1.はじめに・・・

このレポートでは、『昨日、コーチングスクールを卒業したばかり』でも、今すぐお客様の声を集められる方法についてお伝えします。

行列ができる店は、さらに行列ができるように、『**たくさんの人があなたの体験セッションを受けている**』という**事実**は、さらにあなたの元に体験セッション希望者を集めます。

また、多くの駆け出しコーチの悩みとして『実績がない』というものがありますが、このお客様の声は、**あなたの実績を裏付ける一つの証拠**にもなります。

あなたがお客様の声を手に入れたら、ひとまずFacebookやブログなど、あなたが使っているメディアでそれをシェアしてみてください。

場合によってはそれだけで、それを見た人から体験セッションの希望が入ります。

今回お伝えする方法は、とても簡単な方法ですので、ぜひすぐにでも取り組んで、ひとまず10個ほど、お客様の声を集めてみてくださいね。

2. お客様の声を集める

すでにクライアントさんがいる場合には、クライアントさんにお客様の声をもらえばいいのですが、まだそうでない場合、**最もお客様の声を貰いやすいのは、あなたのコーチング仲間や、同じスクールで学んだ同窓生**です。

彼らにはそもそも『コーチングが好き』という共通点がありますし、コーチングをすることも、受けることも好きです。

また、スクールできちんと学んでいますので、**クライアントさんとしてコーチングを受けるのが上手**です。

言い換えるなら、30分～1時間という短い時間でも、価値を感じやすい人たちと言えます。

一言に『お客様の声』といっても、それにはクオリティがあります。つまり、お客様の声には、**良いお客様の声と、悪いお客様の声**があるのです。

そして『良いお客様の声』をもらいやすいのが、コーチングを受けなれている、あなたのコーチング仲間や同じスクールで学んだ同窓生なのです。

3. 良いお客様の声とは？

良いお客様の声とは、それを読んだ人が『私も受けてみたい！』**』と思えるお客様の声**です。

逆に読んでも読み手が『受けてみたい！』と思えないお客様の声は、悪いお客様の声です。

コーチング仲間や同じスクールで学んだ同窓生は、クライアントとしてコーチングを受けるのも上手ですから、受けながら、勝手に価値を感じていきます。

その『感じた価値』が、そのままお客様の声に現れます。

また、相手から見るとあなたがコーチング仲間ですから、大体の場合、懇意的なお客様の声を書いてくれます。つまり、『**より良いお客様の声にしよう**』と努力してくれるのです。

とてもありがたいですね。

- お願いしやすい
- コーチングを受けるのが上手
- 良いお客様の声を書く努力をしてくれる

このような理由から、クライアントさんがまだいない、もしくは少ない時期に、お客様の声をもらうのに最も良い相手は、あなたのコーチング仲間や同じスクールで学んだ同窓生です。

では次に、お客様の声をもらう際に、どのような質問表を送れば良いかについてお伝えします。

4. お客様の声をもらう際の質問表

まず、もっとも良くないのは、『お客様の声をちょうだい！』と言って白紙を渡すことです。

これでは頼まれた相手が大変です！白紙をもらっても何を書けばいいのか分かりません。その結果『**良かったです！**』といった、何のインパクトもないお客様の声が返ってきたりします。

ですから、良いお客様の声をもらうために、こちらで質問を考えてあげる必要があります。

また、この時に記載する質問によって、相手が何を書いてくるかが決まります。ですから、『**書いて欲しいこと**』を**引き出すための質問ができるか？**がとても重要なポイントになります。

■ お客様の声をもろう際の質問テンプレート

以下の質問テンプレートは、私と私がマーケティング部門の統括を務めているセミナー会社がお客様の声をもろう際に、実際に使っているテンプレートです。

書いて欲しい内容を引き出すために何度もブラッシュアップしたテンプレートですので、ぜひそのままご活用ください。

質問テンプレート

① **今回、何を期待して体験セッションを受けていただけましたか？**

何が得られれば、どんな風になれば、どんなことが起これば、何が解決できれば など

② **今回、体験セッションを受ける前は、具体的にどんな状況でしたか？**

現実的に、精神的に、できれば具体的にお願いします

③ **今回、体験セッションを受けた結果、それはどうなりましたか？**

具体的な変化や体験、気づきを教えてください

④ **この体験セッションを受けた結果、明日から何が、どのように変わりそうですか？**

できれば具体的にお願いします

- ⑤ この体験セッションをどんな人に受けて欲しいですか？
あなたの周りにいるとしたら、それはどんな人ですか？

ご協力、ありがとうございます！

このご感想をFacebookやブログで公開させていただいてもいいですか？

- ☐ 名前、顔写真、感想、全て大丈夫です
- ☐ 名前と感想のみ大丈夫です
- ☐ 匿名（仮名、写真なし）であれば大丈夫です
- ☐ 全て不可

FacebookやWEBで公開する際、内容の変わらない範囲で短くしたり、編集をしてもいいですか？

- ☐ 大丈夫です
- ☐ そのままのみ公開可

5. お客様の声をもらうタイミング

お客様の声をもらうタイミングで最も良いのは『**相手の満足度が一番高いタイミング**』です。

このタイミングでのお願いは断りづらく、体験セッションの余韻があるうちのほうが、良いお客様の声を書いてもらえる確立が高まります。

すなわち最も良いタイミングは『体験セッションが終わった直後』です。

そのタイミングでお客様の声をいただく同意をもらい、その日のうちにメールでお礼と質問表を送ります。

時間が経てば経つほど、体験は薄くなり、体験セッションを受けた方もお客様の声を書きにくくなりますので、必ずその日のうちに質問表を送りましょう。

必ずです！

また、その際に『いつまでにご返信いただけますか？』と一言付け加えておかないと、そのお客様の声は一生返ってきません…。

必ず何か相手にアクションを起こしてもらう際には、期限を区切る習慣をつけましょう。

6. 終わりに・・・

いかがでしたか？

今回はお客様の声をもらうことについて、具体的にお伝えして이었습니다。

お客様の声は、ビジネスを行っていく上で、最も強力なツールの一つになりますから、ぜひ積極的に、戦略を持って、集めていただければと思います。

増えれば増えるほど、あなたにとって強い味方になってくれます。

著作権について

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。

レポートの著作権は、著者である、株式会社OnLine（カブシキガイシャ オンライン）に属します。

著作権者の事前許可を得ずにして、レポートの一部、または全部をあらゆるデータ蓄積手段（印刷物、ビデオ、テープレコーダー及び電子メディア、インターネット等）により複製、および転載することによる一般公開、転売や販売を固く禁じます。

以上に記載した行為により、著作権者が不利益を被ったと判断した場合、該当する行為を行った者に対し、著作権法等、関係法規に基づく手続きにより、法的手段により損害賠償請求などを行う場合があります。

免責事項

本レポートを使用することによって生じたいかなる結果に対しても、著者は一切責任を負いません。レポート内容をご自分の判断と責任の上、ご利用ください。

またレポート中に含まれるリンク先、ならびに本レポートに関わるもの全てについても著者は一切責任を負わないものとさせていただきます。