
自分から
買ってくれる
「ファン」をつくる

訪問販売の会社を辞め、そのあとすぐに入った会社での経験が現在の仕事に繋がる、わたしのスタートラインになりました。

その会社は、今ではなくなってしまいましたが「サンケン株式会社」という名前で、健康商品の宣伝講習販売と呼ばれる事業をしている会社でした。

「ジャパネットたかた」のテレビショッピングをリアル店舗でするような仕事です。宣伝講習販売という仕事は「主婦やご老人の方々に無理やり売り付ける」、「クーリングオフなどを受け付けない」などのネガティブなイメージを持たれることもありですが、どんな仕事でも「悪いことをする一部の人たち」の事例が大きく報じられ、そのイメージが付いてしまうものです。宣伝講習販売は現在でも行われている販売方法のひとつで、幸いわたしが入ったサンケンは「相手を騙して売りつけてやろう」、「無駄に高額なものを売りつけてやろう」という方針の会社ではありませんでした。

入社後2週間の研修を受け、兵庫県赤穂市の店舗に配属されました。

研修では商品の注文書の書き方を教わったり、社訓を大声で唱和したり、徹底的に掃除を教え込まれたり……という最低限な部分を教わり、具体的な仕事の仕方やノウ

ハウの教育については「先輩を見て盗め。この会社は社員個性を売りにしている」という昭和的なものでした。「寮付き」という話だったのですが「寮」とはお店の裏にある倉庫のことで、そこで寝泊まりをする生活で、一般のお客さんを相手にする仕事なので土日忙しく、入社後はじめて休みが取れたのは半年以上経ってからでした。そして店舗に配属されたときのわたしは、まだ手術痕が残っており人と顔を合わせコミュニケーションを取ることに苦手意識を持っており、更に1つ前の会社で飛び込み営業、売り込みでの挫折をしたばかりという状況でした。

しかし、わたしはその状態から「入社2ヶ月目で売上1位」になりました。

ここで、**人生で2度目の「マーケティングによる成功」を体験したのです。**

営業所に配属されたわたしがやっていた仕事は、ほとんどが先輩に言い付けられる雑用でしたが、それ以外に主に2つありました。

1つは「毎日のトイレ掃除」です。

店長から事務所が入っていた雑居ビルの「全てのトイレ」を毎日掃除するように、と

命じられたのです。仕事ですし、自分は新人でもあったので素直に真面目に取り組んでいました。毎日やっているのと、徐々に掃除のスピードも速くなってきて時間に余裕も生まれ、トイレ以外の部分も掃除をするようになりました。

その範囲は日に日に広がり、ビルの前、そしてビルから駅前まで、毎日掃除をするようになっていきました。駅とはいっても、播州赤穂駅という小さな駅でしたし、駅から近い雑居ビルであったためそんなに労力はかかりませんでした。

毎日やっている、駅の職員さんから「毎日掃除をしてくれてありがとう」と店が褒められることもありました。

そしてもう一つは「会場に集まったお客さんの受付」です。

サンケンでは雑居ビルの3階を店舗として使っており、毎日朝の部、昼の部、夜の部とお店で健康商品の販売をしていました。

駅前でチラシを配ったり、ポスティングをしたり、声を上げて呼び込みをしたりして会場に集まったお客さんに商品の紹介をして販売します。時代と地域性もあって毎回100名前後、多い時には200人ほどの人が集まってくれていました。

メインの商品紹介は経験値のある先輩が行い、新人は雑用が基本でした。

集まったお客さんの前で一番セールストークの上手い社員が商品説明を行う「インストラクター」という役割を担い、商品説明後に「ワキ」と呼ばれていたインストラクター以外の社員や新人がお客さんのもとに行って「さっきの商品、買いませんか？」と売り込み、注文を取る役割でした。

そして自分が注文を取った件数が成績になる、という仕組みです。

その中でも、わたしは主に「受付」をしていました。

会場に集まったお客さんに名前を聞いて、受付表に記帳する。

そして散らかった靴を直したり、下駄箱に入れたり、清掃をしたり。

そこで**徹底していたのが「相手の名前を覚える」**ということでした。

地域性の強いビジネスであったため常連客も多く、覚えていないと機嫌を悪くする人、中には少し怒る人などもいたため自然と身に付いたものでもありました。覚えておいて「田中さん、今日もありがとうございました」など一声かけると相手も喜ば

れるし、「鈴木さん、もうお名前書いときました」など仕事もスムーズになったので、相手の顔と名前を一致させる、ということには集中をしていました。

毎日の掃除。

受付の業務と相手の名前を覚える。

この2つのことをしていると、遂にわたしに転機が訪れました。

いつものように受付をしていると、あるお客さんから

「今日はあなたから買うから、注文票に名前書いておいて」

と言われたのです。想像もしていなかったひと言だったので、「え？ どういうことですか？ なんですか？」と聞き返したところ「あんた、わたしのこと覚えてないの？ 毎日掃除してるの見てるよ」と言われました。

名前は分かるものの「なんでこの人が、店が開く前の掃除のことを？」と不思議に思っていると「駅前の立ち食い蕎麦屋で働いてるから、毎日あなたが掃除してるの見てるのよ」と教えてくれました。

これが「わたしから商品を買ってくれるお客さん」が生まれた瞬間でした。

「ファン」が生まれたのです。

その後、そのお客さんが

「わたしはあの子から買った」

「あの子は毎日、駅前まで掃除をしている」

「どうせ買うなら、あんな子からがいい」

ということを知り合いに話してくれはじめ、わざわざわたしに一声かけて、わたしから買ってくれる人が増え始めたのです。

一度も「買いませんか？」と売り込みをすることなく、売上が生まれ始めたのです。

わたしのマーケティングは今でもその方法です。

自分から売り込みはせず、相手から「それ買います」と言ってもらえるようにする。

当時はそこまで考えておらず、この成功は結果論でしたが、この後に起業や倒産を

何度か経験し、わかさ生活を創業したところには完全に「角谷流マーケティング」として確立した考え方になっていました。

「だからあなたも、今日から掃除をして、受付をしましょう」とは言いません。

時代も状況も違うので、それだけでは成功しないでしょう。

しかし、この人の心の動き、お客さんがわたしから買ってくれるようになった理由や流れを「法則化」して考えると、「マーケティング思考」になっていきます。

お客さんの層の違い、商品の違い、目的の違いなどでやり方は変わるでしょうが、それぞれに合わせて

- ・ 誰かが認めるような良いことをやり続ける
- ・ 人に声を掛ける、掛けてもらえる状況を作る

ことで、あなたも**売り込みをしなくても、相手から声を掛けてもらえる確率が日々上がっていきます。**

大切なのは、「良いことを続ける」ことです。