

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	712	配信日	2026/10/6	ジャンル	集客
テーマ	接客におけるアポ取り⑤ ～DM を次の来店につなげる～				

これまで、アポにつなげるためには、接客の中でお客様が「他に何を持っているのか」を引き出し、その情報を記録して次回に活かすことが重要だとお伝えしてきました。

今回は、その顧客情報を活用した「DM の書き方」についてお伝えします。

お礼状は「全員に送る。でも、全員同じにしない」

直営店では、ご来店いただいたお客様全員に、当日中にお礼状を発送することを基本としています。ここで大切なのは、単に「本日はご来店いただき、ありがとうございました」だけで終わらせないことです。

接客の中で得た情報を活用して、「そのお客様だから書ける一言」を必ず添えましょう。例えば、「本日は大切な時計をお任せいただき、ありがとうございました」「旅行のお話、とても楽しく聞かせていただきました」「お話に出ていたご自宅のバッグも、機会がございましたらぜひ拝見させてください」など、その日の接客を思い出していただける内容を一言入れます。

そうすることで、単に「丁寧なお店だった」で終わるのではなく、「自分のことを覚えてくれている」「またこの人に相談したい」と思っていたけるきっかけになります。

DM は2つに分けて考える

DM には、大きく2つの役割があります。

① 当日のお礼 DM ご来店への感謝を伝え、その日の会話や品物について一言添え、次につながる関係をつくります。

② 後日の再来店 DM 記録しておいた顧客情報をもとに、以前話に出た品物やキャンペーン・イベントなどをきっかけに、再来店につなげます。

大切なのは、DM を送ること自体を目的にしないことです。

接客で情報を引き出す → 顧客情報を記録する → 当日お礼状を送る → 後日もう一度アプローチする → 次回来店につなげる ここまでを一連の接客として考えましょう。「全員に送る。でも、全員同じ手紙は送らない。」お客様一人ひとりとの接客を DM につなげ、一度きりではなく、「またこの人をお願いしたい」と思っていたける関係づくりを意識していきましょう。

※お手紙が届くことを好まれないお客様もいらっしゃいます。接客の際に「お得な情報がありましたら、ご連絡やおハガキをお送りしてもよろしいでしょうか？」と一言添えてご了承ください、お断りされた方には無理に発送しないようご注意ください。

