

情報に踊らされず情報を躍らせよう(2)

企画連携課 情報・デザイン担当 古郷彰治

製品やサービスにいくら魅力があっても、それが伝わらなかったり、あるいは間違っ
ていたら、売れるものも売れません。今回は、魅力がきちんと伝わってお客様がワクワクされ
るような情報づくりを考えます。

自分たちが発信する情報をいかに躍らせるか。その相手
は、潜在的な顧客や既存の取引先、そしてその取引先のお
客さんであったり、それから就職活動中の学生さん、さら
には自社の社員やその家族でもあったり。とにかくそうい
う相手の心をワクワク&ドキドキさせるような「躍る情報」は
どうすれば作れるのか。「躍らない情報」との違いは何なのか。

●お客様の気持ちになるのは難しい？!

躍る情報づくりのポイントは、ただひとつ。それはズバ
リ、お客様の目になること。「なんだ、そんなことか」と思
われるかもしれませんが、実践するのはほんとに難しい。
だっていくらお客様の気持ちを想像しても、自分たちの思
い入れの強い技術や商品にはつつい甘くなってしまうか
ら。なかなか客観視できません。でも難
しいようで、じつは簡単なのです。

●消費のプロフェッショナルだから

お客様の気持ちになることがどうして
簡単かというと、アナタはずっと以前か
らプロの消費者であるから。毎年ガチン
コで数百万円を払い、モノやサービスを
購入し生活している。食品、衣料、家電
や自動車、飲食、音楽や映像、教育、エ
ネルギーなどあらゆる分野で売り手が発
信する情報に触れ、見定めて購入し、そ
れが満足できたかどうかを評価している。
どんなホームページや印刷物にワクワク
し、またガッカリしたか。どんな言葉や写真に魅力を感じ
たか否か。どういう接客をされると嬉しいか、あるいは腹
立たしいか。アナタは身銭を切ってそういう感覚を磨いて
きたのです。ところが、いざ自社の情報づくりになるとプロ
の消費者としての感覚が吹っ飛んで、企業人の目でしか
見られなくなる。その結果、思い込みが激しいだけの、不
親切で面白味のない情報になってしまう。

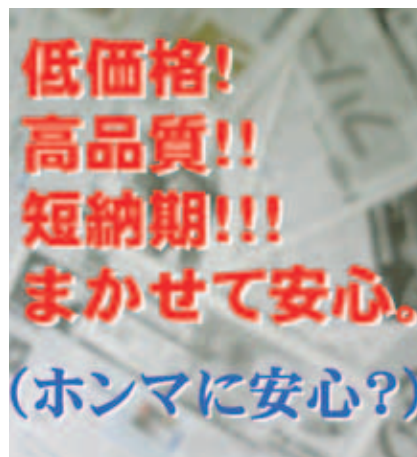
●プロ感覚を意識すれば見えてくる

だから一呼吸おいて考えるクセをつけましょう。自分が
お客だったら本当にその値段でそれを買うか?! その言葉
でワクワクするか?! その表現に魅力を感じてさらに詳し
い情報が欲しくなるか?! つまり会社にながら意識的に
消費者に戻って、自社が発信しようとしていた情報を受け
止め、お客様の心の動きを想像してみる。そうすると問題

点や改善案が自然と見えてきて、お客様が心を躍らせてく
ださる情報へとブラッシュアップしていくことができます。

●どんな情報に心が動いたか動かなかったか

では、自分がお客だったときにワクワクした情報にはど
んな傾向や特徴があったでしょう。またその反対は? 思
い起こしてみてください。例えば「低価格・高品質・短納期」
と宣伝している会社はどうでしょう。ホンマにそんなうま
い話がありますか?! それよりも「少し高いですが、それ
以上にいい仕事をします」という会社の方が気になりませ
んか。良いことばかり並べるより、正直に短所も書いてあ
る方が現実味があって信頼できそう。これからは「誠実さ」
がますます重要になります。



また例えば、社名を入れ替えてもその
まま通用するような経営理念に、心が動
くでしょうか。当たりさわりのない文章が
並んでいる社長ブログより、多少アクが
あってもその人柄がうかがえる文章の方
をつい読んでしまいませんか。決まり文
句や記号的な言葉では感動を呼ぶことは
できません。新聞や専門誌の受け売りも
同じで、本人の底の浅さが透けて見えま
す。それよりも自分の五感で感じたこと
を自分の言葉で伝えることです。もちろ
ん、常に五感を研いでおかねばなりませ
んが。

●想像力が答えを導き出す

「お客様が離れていく理由」の調査で、60%を超えて断
トツ1位になった原因は何だと思われますか。お客様の目
線になって想像してみてください。例えばアナタがレスト
ランに行って「もう二度と来ないぞ」と思うのはどんなとき
か。料理自体に対する不満よりも、呼んでいるのになかなか
来てくれなかったとか、あとから来た人に先に料理を出
したとか、そんな理由で気分を害することの方が多いので
はないですか。そう、一番多かった原因は「自分に興味を
持ってくれなかった」から。想像どおりでしたか?

当センターの情報・デザイン担当には、あらゆるモノや
サービスに敏感で、厳しくも温かい職員が揃っています。
もし自社の情報を客観的にブラッシュアップしたいと思わ
れた際には、どうぞお気軽にご相談ください。

【お問い合わせ先】

京都府中小企業技術センター
企画連携課 情報・デザイン担当

TEL:075-315-9506 FAX:075-315-9497
E-mail:design@mtc.pref.kyoto.lg.jp