

女性経営者の経営手法を知る

きめ細かく大胆に—



■通信販売とはいえ、商売の原理原則は、みな同じ

通信販売は無店舗でリスクがなく、簡単に商売ができると思われがちです。しかし、WEBサイトや雑誌などへ商品を掲載しただけで、商品が売れると思うことは幻想にすぎません。通信販売において、お客さまに商品を理解していただき、継続的な購入をしていただくように、お客さまから信頼を獲得するためには、店舗販売とは違う努力を必要とします。通信販売では、直接的にお客さまに出会うことができません。お電話やメールなどで、きめ細かくお客さまと会話し、お客さまに安心感をつくらないといけません。必然的に有能なコミュニケーターが必要となります。

敬語の使い方、マナーはもちろん、美容と健康の専門知識を習得して、正しい情報を提供できるコミュニケーターが必要になります。このクラスのコミュニケーターを育成するためには最低1年かかります。また、お客さまの望まれることをヒアリングし、適切に対応できるようになるまでは3年かかります。当社に入社したてのスタッフは“なんでこんなに勉強しなければならないのか？信じられないわ！”とぼやきます。しかしやがて自分が学んだことが、お客さまからの感謝につながり、収益につながるということがわかると、仕事は楽しいものに変化していきます。当社の強みの一つは、有能なコミュニケーターを育成できる教育システ

ムがあることです。有能なコミュニケーターがいるからこそ、リピート客も増えていきます。

■人は、買う満足は得たいが、売りたいとは思っていない

人はいつも、自分に役に立つものを買いたいと思っています。でも、売りたいとは思っていません。それだけに、当社ではセールスの電話案内は100%しておりません。企業によっては、買いたいと思う気持ちにつけこんで売るケースがあります。また、煽り立てる広告を打つとか…。その場合、先々、期待と現実・実物のアンマッチからトラブルが起き、結局長いお付き合いはできません。商売は永続的にお付き合いいただく関係をつくることで成立するものだと思っています。通信販売でも一人のお客さまへどれだけの満足を提供できるか？日々、努力精進することが大切だと思っております。

■お客さまを退屈させないためには、経営者が退屈しないこと

お客さまと継続的な関係をつくるためには、お客さまを退屈させてはいけなく考えています。

例えば、リピーターのお客さまから化粧品の注文を受けた際、注文とは別に「ずっと便秘がちで…」といった話が出たとします。そのとき私は、次にそのお客さ

まと話すまでに、その悩みを解決する商品を見つけたい、見つけられたらいいなと思います。お客さまの役に立つ商品開発の路線は大切です。お客さまが必要としている商品を開発していく。そのやり方が自分を退屈させない道であり、長くお客さまとお付き合いするために必要な仕事の仕方であると考えます。

■経営者が退屈すれば、スタッフも退屈する

仕事に慣れてくると、このお客さまにはこう、あのお客さまにはああ、とパターンでやれるようになります。すると、お客さまは自分のために話してないと感じ、当社から離れていきます。慣れは退屈につながります。

スタッフを退屈させないためには、冒険させるか勉強させることが必要です。化粧品からサプリメント、さらにはギフトや食材の通販へと事業を広げてきたのも飽きさせない・退屈させないやり方の一つです。

当社では、新規に事業を始める際、必ずスタッフに関連する資格を取得させるようにしています。そのときは私も一緒に勉強して資格を取得することになっています。社長と一緒にやれば、スタッフもやらざるを得なくなります。社長自ら勉強せずに「お前、行って来い」と指示しても、スタッフは勉強しません。社長も勉強するから自分もやらなければ、ということになり



取扱商品の一例。
リピーターになる
お客さまが多く、
愛用されている。



ます。これも社員育成の環境のつくり方だと考えております。

■安心・安全・美味しい山形県産の食材でも、絶対的差別化ができれば、お客さまは振り向いてもくれない

当社では、新たに山形県産農産物を提供しております。いつまでも若く美しく生きるためには良い水と栄養価の高い食材を摂取することが不可欠です。山形県産の農産物は生産環境が素晴らしいだけでなく、真面目で研究熱心な生産者の気質もプラスされて、安心・安全です。そして、山形県には美味しい農産物がたくさんあり、まさに“食の都”です。

たくさんある農産物の中で、牛乳が飲めなくて、牛乳からカルシウムを摂取できないお子さまを抱えているお母さまたちに人気の農産物は鶴岡市藤島町の井上農場さんの“小松菜”です。この小松菜は完全無農薬に近く、蜂蜜を散布して生産しています。生でジュースにしても安心・安全な小松菜だからお母さまたちは定期的に購入してくれます。さらに差別化を強化するために、「ジュース専用スーパー小松菜」として、お客さまに提供することにしました。すると、野菜ジュースを食習慣にしている方からも注文が入ってくるようになりました。商品の差別化にお客さまは興味を示してくれます。差別化がないと振り向いてもくれません。

Company profile

有限会社 テレサイインターナショナル

〒997-0047 山形県鶴岡市大塚町34-29

TEL.0235-29-5435

ホームページ <http://www.teresa.jp/>

■設立 2001年4月

■業務内容

通信販売事業（自社開発のフラワーエピソード化粧品及び健康食品の受注と美容相談に特化）

■取扱商品

肌荒れ、むだ毛等女性の悩み解決のための高品質化粧品及び美容・健康のための高品質サプリメント

■年商 1億3千万円

■売上シェア

化粧品部門：8割 ギフト部門：2割

最近、“美容と健康は体内から”の考えのもと、山形県産の食材も手掛ける。

■従業員数 7名



有限会社 テレサイインターナショナル

代表取締役 榎本 永抄氏

山形県鶴岡市羽黒町出身。56歳。山形県立鶴岡北高等学校卒業。日本大学生物資源科学部卒業。その後、日本鍼灸理療専門学校で学び、鍼灸師国家資格を取得。玉川病院東洋医学科で研修勤務中、人材育成研修に興味を持ち、1984年に外資系人材育成ビジネス教育事業の(株)アーケインターナショナルに入社、10年勤務後、(株)ニューカムを設立。取締役副社長に就任。退任後、“女性の能力を活かすことによって社会に貢献する”ことを目的として、2001年4月に(有)テレサイインターナショナルを設立、代表取締役に就任。