



「全国エキスパート工事店様 ご提案活動報告会 2014」開催

2015年3月4日、パナソニック東京汐留ビル5階において「全国エキスパート工事店様ご提案活動報告会2014」が開催されました。参加会社を代表し、3社のお会社様に日常の営業活動のご報告をしていただきました。翌日には中小企業診断士の大石講師によるご講演「増収増益に直結する補助金活用経営法」も開催されました。

全国エキスパート工事店様43社が集い、 営業活動について情報交換されました

住宅の電気工事を手掛けておられるエキスパート工事店様が集い、開催された全国エキスパート工事店様ご提案活動報告会。電化住宅や太陽光発電、HEMSへのお取り組みなどの情報交換が行われました。始めに、ご参加40社様の日常のお取り組みをスライド映像でご紹介。その後、昇陽電機株式会社様、有限会社福田電子様、平井電気株式会社様の代表3社様に詳細なご報告をいただきました。地元の市場特性に合わせた営業展開や仕組みづくりなど、日常の活動事例に熱い視線が集まりました。

6班に分かれての分科会も実施。 熱い議論が展開されました

代表3社様のご発表の後、各地区織り交ぜ、6テーブルに分かれて約1時間30分のディスカッションを実施。各テーブルで、地域密着の提案活動、生涯顧客化、提案商品拡大手法の3つのテーマで意見交換が行われました。

女性の戦力化や異業種とのアライアンスによるイベント開催、独自のPR活動やOB顧客への継続訪問による接点強化など、具体的な日常活動の手法、問題点を情報共有できる有意義な時間となりました。



エリアを超えた同業者との情報交換で新しいヒントを得られたと好評の分科会

ご参加会社様（敬称略・50音順）合計43社

■北海道

株式会社 たかでん
北海テック 株式会社
安藤電気工業 株式会社

■東北

有限会社 平泉電友社
株式会社 電創総合サービス
有限会社 佐々木電気工事
有限会社 ナリデン
株式会社 セキ・システム・サービス

■関東

株式会社 小林電気商会
株式会社 木村電機
有限会社 タナカサクセン
久住電設 有限会社
高山電業 株式会社
有限会社 唐木電設

■首都圏

有限会社 福田電子
株式会社 恒電社
有限会社 コヤナギ電器
株式会社 シスコムネット
合同会社 MAIZコーポレーション
株式会社 シャイニングサービス
有限会社 新米電気工事
株式会社 太陽住建

■中部

株式会社 吉原中央電業社
高浜電気 株式会社
宮田電気 株式会社
エース電化 株式会社
昇陽電機 株式会社

■近畿

株式会社 ソレールサービス
株式会社 マツデン
株式会社 ダイアホット・サービス

■スズカ電工 株式会社

平井電気 株式会社
有限会社 平石電気
有限会社 松房電機
新日本住設 株式会社

■中国・四国

有限会社 若津電工
岩谷電工

株式会社 TEC
株式会社 山口電機

■九州

株式会社 つばき電設
株式会社 西日本セラシステム
クロマツ設備 株式会社
大和電機 株式会社

お客様の目線で考え お客様にとっての最適を 提供する営業スタイル。

昇陽電機株式会社

〈石川県七尾市〉 巻 美智代様

お客様へ徹底した巡回訪問でお誘いする 年2回の展示会はいつも大盛況

弊社は展示会を年に2回継続して実施しています。集客方法は土日・祝日や平日の夕方に直接訪問。商談中や引合いのお客様には、日時もしっかりと確認します。遠方のお客様には直筆の手紙を郵送します。展示会のご案内に「ワンちゃんはお元気ですか」「今年もきれいな花が咲いていますか」とお客様との思い出を書き添えることで、遠方のお客様との距離が縮まります。

昨秋の展示会は、北陸電力様のショールーム「エルフプラザ七尾」をお借りして開催。208組・約500名のお客様にお越しいただきました。



毎回大賑わいの展示会。IHの実演も好評です。

お客様の応援で運営もスムーズに。 イベントを機会に売り上げも好調

弊社の展示会にはエプロン持参でお手伝いしてくれる「NNB(七尾婆ちゃんず)48チームA」という強力なサポーターがいます。平均年齢70歳の女性陣。開催時期が近付くと「今年はいつ？パートを休むから3週間前までに教えてね」と向こうから問い合わせが入ります。

お客様が新しいお客様をお連れくださり、商品をお勧めしていただきます。購入される方のお話は説得力があり、お客様のお勧めで売れた商品も。おかげさまで当日の受注だけでなく、イベントの後も見積もり依頼が続いています。



お客様の困りごとを少しでも早く、 より便利に快適に解決する営業スタイル

営業活動の一例ですが、車庫の照明のON・OFFがしにくいと相談がありました。センサ照明への取り替えも検討しましたが、スイッチを「とったたりモコン」に取り換えることで、少額で問題を解決。お客様からは、「室内からも操作できて便利。こんなに簡単にできるなんて」と喜ばれました。

営業の基本は現場へ行って状況をしっかり確認すること。そのお客様に最適の解決方法を提供することを心掛けています。

私がお客様にとって一番いいと思うものをお勧めし、長く安心してお使いいただける施工をしますので、総工費も高くなります。それでも価格競争にならないのは、後々までご満足いただいているからです。



操作しにくい位置のスイッチを「とったたりモコン」に。

価格競争はしない、させない昇陽電機。 秘訣は「してもらってうれしいこと」のご提案

販売コンテストに参加するというと「それなら何か買わないと」とお客様の方から声がかかります。中にはEV充電器をご注文いただき、後で電気自動車を持っていないことに気づいて代わりにエアコンをご購入いただいたお客様も。こんなお客様に支えられて、今の昇陽電機があると思います。

私の営業スタイルは実にシンプル。「自分がしてもらって嬉しいこと」をすることです。お客様と自分を重ねあわせて考えて、これからもお客様のために走り続けていきたいと思っています。

当社の強みと地域特性を 考慮したWEB営業で 高効率の顧客開発を。

有限会社福田電子

〈茨城県守谷市〉 福田 勝様

当社が大きく生まれ変わった ふたつのターニングポイント

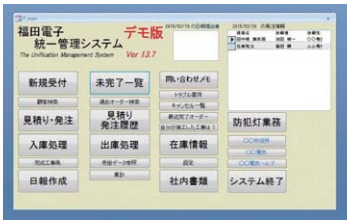
当社は平成10年に、気象観測機器の設置施工を主業務として設立しました。最初の転機は「地デジ化」です。簡単なホームページを作成してPRしたところ、地デジ特需の波に乗り、業績は一気にあがりましたが、地デジ化が終了すれば収束する事業。次の一手をどうするか悩んでいる時に2回目の転機がありました。エキスパート工事店への登録です。参加すれば知識と仲間が増えると思い、「ぜひ参加したい」と即答しました。活動4年で1800名を超える顧客数となりましたが、その原動力がホームページです。



豊富な商品構成も
シンプルに、見やすく、
見つけやすいデザインに。

商品の購買層に合わせた構成で アクセスするお客様に安心感と期待感を

当社のホームページは探し物がすぐに見つかるよう表現をシンプルにしています。そして、換気扇は誰にでもわかるように、HEMSは専門用語満載のマニア向けの内容にし、商品ごとの購買層に合わせた構成にしています。他にも、顔写真を入れたり、施工工程まで紹介したりとお客様の不安感を取り除く工夫をこらしています。ホームページは心理戦。消



顧客データから在庫管理、見積書作成など、マルチ業務を統一システムに。



費者の行動パターン、心理状況を考慮した構成が必要です。今では1日平均で400件ほどのアクセスがあり、当社の大きな武器になっています。多数の問い合わせにスピーディに対応するためにデータ管理システムも自作し、社内の情報共有を図っています。

WEB営業からリアルの営業へ。 この第一印象がとても重要です

WEB営業を重視してはいますが、一番大切にしているのはお客様とのファーストコンタクトです。私という人間を知ってもらうチャンスでもあり、そのために、お客様のご要望の本質を考えます。例えば、玄関灯を自動点灯するようにしたいというお客様。FreePaに交換するのが一般的ですが、私は今の器具でも自動点灯すればいいのではと考え、「あけたらタイマ」というスイッチに交換する解決法も併せてご提案。そうすれば、小額でご要望に応えることができ、「いろいろ知っている人」という印象付けができます。すると「これも見てもらおう」という追加注文に繋がるケースもしばしば。お客様の立場、目線で一番の解決策を提案することで信頼が生まれます。ネットの世界はあくまでも入り口であり、最終的には人対人だと思います。

地域の特性と会社の強みの接点が ビジネスチャンスを拡大

当社がWEB営業を取り入れたのは、私がパソコンが得意という強みがありました。また商圈である守谷・つくばという市場は他地区から引越してきた方が多く、何か困った時にどこに頼んでいいかわからないお客様が多いエリアだからです。

同様に全国の工事会社様にはそれぞれの強みがあると思います。その強みと市場の特性との接点を見出すことで、新しいビジネスチャンスが生まれると思います。

従業員一人一人が 地域に根差した 草の根営業を展開。

平井電気株式会社

〈京都府京丹後市〉 平井 邦生様

10年前の倒産寸前の危機が 平井電気の体質を変える大きな転機に

当社は非住宅分野では、エネルギー管理士の資格を取得し、省エネコンサルタントをやりながら補助金活用をサポートし、リニューアル事業を展開。住宅分野では、京都の北半分を商圈として電気のリニューアルに取り組んでいます。今はたいへん忙しい毎日ですが、出発点は約10年前に経験したどん底。それまでは、住宅会社の下請けでしたが、コストも工期も無理を言われ続け、あるとき全部お断りしました。当然、仕事がなくなり、営業活動をしないと倒産間違いなしという状況。まず会社の認知度をあげなければと考えていた時に、エキスパート工事店に登録する機会を得ました。

年2回の体験イベントだけでなく、 あの手この手で、認知度アップを

登録後は、感謝祭イベントを毎年2回継続開催。太陽光発電の電気でたこ焼きを作り、うどんを手打ちし、天ぷらも自分で揚げるお客様参加型です。この体験イベントを継続することで認知度も少しずつアップしてきました。

さらに、車には社名シールを貼り、ブログやフェイスブックなどのSNS、電話帳広告、地域コミュニティ誌の広告も活用。老人会でマジックショーをやり、地域イベントでは子供たちに電気の実験をしています。中でも力を入れているのが電気通信という自社PR誌です。OB施主様、地元商店の



年4回お届けする
自社PR誌。
お婆ちゃん達にも
好評です。



オーナー様に年に4回郵送。この電気通信を楽しみにしていただいているお客様も多く、特にご高齢の方には活字で見せる紙媒体も有効です。

業績は相変わらずの大波小波ながらも 従業員一人一人の進化で新展開

会社の売上は大波小波。仕事が入ると忙しくなって営業ができず、結果、売り上げが落ちる。零細企業にありがちなパターンですが、元請けなので利益率が高いため、売上に波があっても倒産せずに持ちこたえることができています。

もうひとつ、従業員の進化も会社を支える力になっています。一番変わったのが「私の家内」。近畿のエキスパート工事店の女子会に参加して良い刺激を受け、今では自ら仕事づくりをするようになりました。請求書の封筒に貼るシールを女性の目線で考えて作ってくれています。



仕事づくりを始めた
平井様の奥様のチャレンジ第一弾。

従業員全員が草の根営業を展開し 地域とのつながりを強化

社長ひとりのキャパシティはたかが知れています。従業員一人一人が、お客様と真剣に向き合い、じっくり話をする。24時間対応で、「いつでも電話をかけてきていいですよ」と伝える。地域の行事や活動に参加する。そんな地域密着の関係作りをしてきたからこそ会社としてのパワーが備わってきました。京丹後というローカルな市場では人と人とのつながりが一番大切です。地域に根を張る雑草のように、人と人とのつながりを強くする。誰もができそうで、なかなかできないことを地道にやるのが成功の鍵のように思います。