

No. 8 ある成功者の顧客開拓の仕方

仕事柄、起業家の為『創業塾』の講師を担当することがあるのですが、創業はある程度、「思い切り」でスタートできても、その後の『顧客開拓』するのに、かなり苦勞をされている方が多いことをよく耳にします。

そこで今回は、ある建設会社の社長の話をご紹介します。



この会社は、木造注文住宅の販売、設計、施工の会社で、年間 100 棟の販売実績がある会社です。（現在厳しい不況の中で、中小企業としてはかなり活躍している企業です。）

『高断熱・高気密住宅』を売りにした注文住宅を販売しているのですが、創業当時、顧客を開拓する為に、モデルハウスを建築したり、分かり易いパンフレットを作成し、更には営業用のビデオをつくり顧客に提案していたのですが、なかなか成果が現れなかったようです。そして、モデルハウスをオープンして、5ヶ月を過ぎても1棟しか受注できないという有様でした。

そんな状況で、何か注文を増やす方法はあるものか…と考えていた社長。

ある12月の寒い夜、仕事が終わった帰宅途中、社長は、たまたま自社のモデルハウスへ立ち寄ったのでした。外は風も強くとても寒い夜だったそうです。

そのモデルハウスのドアを開けて中に入ると…。

外の寒さが嘘のように、とても温かく春のような温度のように感じたと言うのです。もしかして、最後に帰った営業マンがストーブを消し忘れて帰ったのかと思い、すぐさま、ストーブの電源を消そうと近寄ったとか。するとストーブ電源はOFFの状態。

翌朝、すぐ、モデルハウスの営業マンに『昨日は何時にストーブを消して帰ったのか』と尋ねてみると、夕方6時に消して帰ったとの返事。その時、この社長は、思ったそうです。『パンフレットやビデオを作っただけではダメだ。百聞は一見にしかず、まず、体験してみるが一番だ』と。

そして、即反省するやいなや、社員全員を2グループに分けて、モデルハウスに一泊させたのです。すると、全員がそのよさを体感し、社員達も自社商品に自信をもつことができ、施工協力会の60名の方々にも一泊体験をしてもらったのです。すると、すぐに協力業者の方より、2棟の注文を頂いたそうです。



現在では、2 箇所のモデルハウスに年間 150 組のお客様に一泊体験して頂き、口頭での説明だけでなく、実感を持って『良いものだ』と思って頂くことで、契約件数を伸ばしているようです。

また、アフターフォローの活動として、半年に一度、社員と協力業者で『6 ヶ月定期訪問』を実施し、お客様に親身になって、アフターケアをしているようです。

従来の建設会社は、完成してから半年、1 年過ぎると顧客へ関心を寄せてくれなくなるという実情がありますが、完成した、半年 1 年の間に、一番お客様の不満やクレームが出やすいという実情もあるようです。それをほっとかれるよりも、親身に対応してくれば、お客様の満足度は向上し、ご紹介にもつながるはずです。

このように、顧客の心理に注目して、確実な対応に心掛けているからこそ、この会社は地域の住民へ口コミで広がっていったのでしょう。

とにかく、凄いのは、この社長には、強い信念と誠実な人柄がベースにあるため、社員一人一人や協力業者さんも賛同を得て一体となって動いていることも要因にあるのだと思いました。

『顧客開拓』・・・一般的にパンフレット等のツールで一生懸命説明している営業マンがいますが、お客様はそれでは、ただ引いてしまいます。このような体験をして戴く、例えば、デモ機を自宅で試用し、ある一定の期間、体感してもらうとか、色々な方法があると思います。在り来りな方法から、ちょっとひねって考えてみることも必要です。

また、色々な本やテキストの表面的なテクニックだけを習得して、販売に 取り込むのではなく、自分を磨く、自分の哲学を持つ・信念を持つ・それをお客様の為に注力を注ぐ会社（または人）が、お客様に支持されるのだと思います。