



商品保有年数から
提案できる羅針盤

営業効率を高めて売り上げ増 保有年数検索し販売額1.5倍に

経営・販促

新潟県燕市に立地する「ホンマデンキ」は、三菱系列の地域店だ。ガス給湯器の修理案件をきっかけにオール電化提案を行い、年間10件前後を成約している。昨年7月の地デジ放送移行後は、「羅針盤」を駆使し、オール電化や太陽光発電のほかエアコン、冷蔵庫販売に注力し、薄型テレビの落ち込みをカバーしている。



新潟県燕市に店を構える「ホンマデンキ」は、三菱系列の地域店だ。2世経営者の本間正明社長とその母親の明美さん、パート1名の計3人体制で店を切り盛りしている。創業35年を迎える同店は、昨年5月に父の正さんが他界し、店は正明社長が引き継いだ。

顧客数は500世帯。店是最寄りのJR吉田駅から徒歩5分程度の場所に立地しているが、周辺はシャッター商店街と化している。「周辺の店は廃業か郊外のロードサイドに移転した。高齢化が進む商圏内のお客が家電難民にならないようここで頑張っていく」と本間社長は電器店経営者として意気込みを語る。

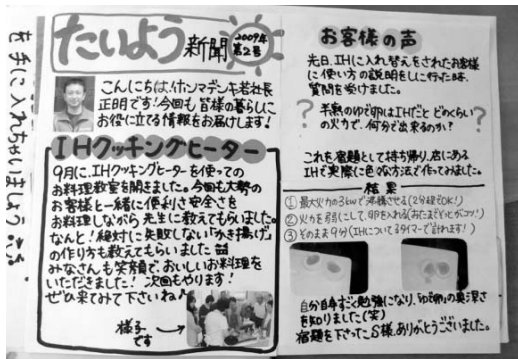
そんな同店は、オール電化に4年前から取り組んでいる。これまでの実績は年間10台前後。累計で約40台だ。従業員3人体制の地域店としてはまずまずの成果だといえるだろう。オール電化の訴求法は、経年劣化したガス給湯器からの置き換え提案だ。

ガス給湯器の取り扱いができる同店は、普段から「給湯器のトラブルは即日訪問します」というチラシを商圏に配りPRをしている。そのチラシが功を奏し、月に10件ほどの問い合わせがあるという。その問い合わせがオール電化提案のチャンスとなるのだ。



ホンマデンキ
本間 正明 社長

所在地	新潟県燕市
年商	約3,500万円
粗利率	35%
店舗	14坪
顧客数	500世帯(稼働300世帯)
従業員	3名(うちパート1名)
系列	三菱



▲同店で発行している「たいよう新聞」

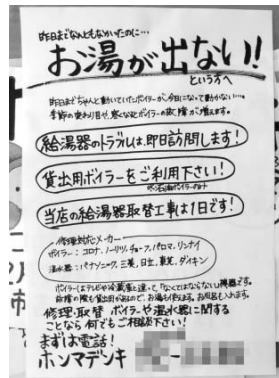
ガス給湯器の故障などにより訪問した際は、必ず「声掛け」を実践している。そこからエコキュートへの需要を狙うのだ。その際は「光熱費は一生払うローンみたいなものです」、「電気だけにまとめると光熱費は3分の1になる可能性がありますよ」など、光熱費メリットを主な提案トピックにしている。

もちろん、無理にオール電化を販売することはしないが、たとえガス給湯器の買い替えのみの案件であっても自店の売り上げになるので、訪問自体がまったくの空振りということはない。その後も、メンテナンスなどの訪問で、引き続きオール電化を提案できることもポイントだ。

一方、昨年8月以降は震災後のお客の節電志向によるオール電化の落ち込み、地デジ放送移行後の薄型テレビの売り上げダウンをカバーしようと、太陽光発電システムの販売に注力している。

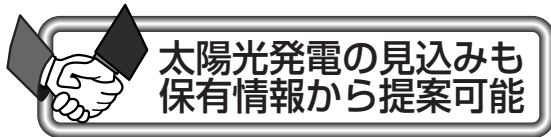
店舗兼用の自宅は太陽光発電を取り付けるスペースが制約されているため、本間社長は親せきに販売して、実際の工事の流れや申請の方法、工期などをしっかり把握した。自身で施工を経験しないことには、本気で太陽光発電のメリットをPRできないほか、工事も外注に出すか、自社施工をしたほうがよいのかの判断もつかないからだ。

また、施工事例を写真で記録しておけば今後の営業ツールとしても活用できる。その情報を3年前から隔月で発行しているかわら版「たいよう新聞」で発信している。イベントや売り出しで配る案内チラシと同梱し、500世帯を対象に手渡しで配っている。



▲手書きでPRする「ガス給湯器のトラブル対応」チラシ

施工事例をかわら版に反映させたことでさくそくお客から見積もり案件の依頼が舞い込んだ。ホンマデンキの太陽光ビジネスはまだ始動したばかりだが、確実にその成果は現われている。



同店は、実質本間社長一人で営業や納品、電気工事などの業務を行っている。そこで、売り上げ増を図っていくには、営業効率を高めていくことが重要なポイントになる。本間社長が目をつけたのは顧客管理ソフトの変更だ。

というのも、従来の顧客管理ソフトでは、例えば、修理データの項目内容が詳細に記入できないことや、顧客とのやりとり(見込み情報など)を記入するメモ欄もなく不便を感じていた。さらに請求書や納品書などは手書きで作成しており時間と手間ばかりが掛かっていた。

これ以上の発展がこの顧客管理ソフトではのぞめないで、本間社長はメディアネットワークジャパン(東京都北区・03-3906-3561)の経営情報販売管理システム「羅針盤総合管理Pro」を11年3月に導入した。羅針盤とは、あらゆる角度から顧客情報を管理する機能を網羅した地域電器店経営に最適なソフトである。

羅針盤導入の理由は「操作がしやすく、画面の切り替えが簡単。データの打ち込み以外にも必要な情報検索が素早くできる点が魅力だった」と本間社長は語る。



▲1日の終わりに顧客情報の入力を欠かさず行う

羅針盤には、顧客情報を詳細に入力できる顧客台帳がある。この画面1つで、顧客の住所、電話番号などの基本情報はもちろん、職業、家族構成、保有家電の情報、修理サービス履歴、売り上げ金額などがチェックできる。つまり日常の業務が画面ひとつでこなせるのだ。

顧客マスターの中で、特に本間社長が活用しているのが「商品保有年数」だ。「商品保有年数」とは、顧客が持っている家電品の情報を管理する機能。販促や提案には欠かせない顧客情報機能だ。お客の商品購入履歴を登録しておけば、さまざまな角度から分析や検索が行える。

お客の商品保有年数を検索すれば、買い替え時期を迎えたお客をピックアップできる。その情報を基にすれば見込み客への販促に生かせるというわけだ。例えば、洗濯機の保有歴が9年以上経っているお客を検索し、10年前と現在の洗濯機の省エネ効率の違いなどを訴求して買い替え提案を行うことができる。

昨年の8月以降は、薄型テレビの落ち込みをカバーするため、特にエアコンと冷蔵庫の販売に力を入れた。顧客の保有履歴を調べ、保有歴7~10年目を迎えるお客をリストアップ。8月から12月までの期間に、エアコン50台、冷蔵庫15台を販売した。冷蔵庫の販売売り上げ高は、それまでの10年度同期比で1.5倍に伸びたという。

「以前は、自分の記憶と手書きの台帳を照らし合わせてお客の買い替え時期に提案していたが、羅針盤は保有情報が瞬時に検索できるので、時間の短縮ができ、需要の取りこぼしを極力抑

日付	品名	数量	単価	金額	合計
H24/03/17	標準電話	1	16,800	16,800	58,800
H24/03/17	付帯	1	13,800	13,800	
H24/03/17	付帯	1	1,800	1,800	
H24/03/17	付帯	1	15,000	15,000	
H24/03/17	付帯	1	7,400	7,400	
H24/03/17	付帯	1	3,800	3,800	

▲伝票発行が素早く簡単に作成できる

えられる」と本間社長は話す。

さらに、羅針盤は、顧客マスターを開き、見積書や請求書を選ぶだけで簡単にプリントアウトすることが可能。伝票発行のスピードがアップすると、見積書から請求書などへの切り替えもスピーディーに行うことができるのだ。

伝票発行のスピードが増せば、お客への提出の早さにもつながる。例えば、商談でお客宅へ訪問した際も、「とりあえず見積書を作ってすぐ持ってきますので、考えてみてくださいませんか」と伝えることができる。見積書提出までの時間が空けば、お客の購買熱も冷めるからだ。また、見積書を即日提出することによって、即時対応の良さもアピールできるメリットもある。

今後は羅針盤で太陽光発電の需要を刈り取る考えだ。例えば、自店でオール電化などを購入してくれたお客に対して「来年まとまったお金が入るのでその時考えてみるよ」といった見込み情報を羅針盤に登録しておくことで、1年後の提案も可能になるからだ。今後ますます厳しい市場となる家電業界だが、ホンマデンキは羅針盤効果で順調に売り上げを伸ばしている。