



得意分野で
新規を獲得

官公庁の「入札」事業で 年間100件超の新規獲得

長野県飯田市に立地する日幸電気は、パソコンやネットワーク構築を主要事業に展開する地域店だ。「コト軸」ビジネスを展開して、関連商品などの情報をお客に提供しながら家電品をセット販売している。同様の手法で太陽光などの住設商品も30セット以上販売した。同店の顧客維持策は「羅針盤」が下支えている。



日幸電気
松下 芳雄 社長

所在地 長野県飯田市
年商 3億円
粗利率 23%
店舗 40坪
顧客数 5,000世帯(稼働700世帯)
従業員 7人
系列 混売

確かな技術力は
600件の落札実績

長野県飯田市に店を構える日幸電気は、ICT (Information and Communication Technology) によるネットワーク事業を得意とする地域店だ。ICTとは、パソコン販売やインターネットの操作、それらを構成するハード・ソフトウェアの応用技術など幅広い範囲の情報通信技術の総称である。年商3億円の約50%をこのICT関連が占める。粗利率は23%。松下芳雄社長を含む7人体制で経営している。

そんな日幸電気では、自店の特徴を生かした新規客の獲得方法を実践している。それが、ICTによる技術力と「入札」を絡めた新規客獲得だ。

飯田市の官公庁関連施設(市役所、学校、図書館など)の入札制度を利用した電気や建設工事はお手の物。現在までに600件以上に及ぶ電気や建設工事を落札してきた。一例を挙げれば、パソコンや通信機器の設置、学校の視聴覚室の設備一式などだ。この落札実績が、同店の技術力に対する信頼を何よりも証明している。

「入札関連の仕事は実入りが多いわけではない」と語る松下社長だが、その狙いは別にある。現場で対応する各担当者すべてを、自店の新規客のターゲットにしているのだ。官公庁関連の仕事では、必ず庶務や経理、管理など複数の部署の担当者など、最低でも3人と打ち合わせし

日幸電気は
三菱電機太陽光発電システム
施工認定店

節電ご提案フェア

やっぱり気になる!?
太陽光発電のアレコレ

設置費用
現在家庭用で平均とされている約4kWhのシステムは、施工費込みで約22万円です。

太陽パネル1枚
200W発電×5枚=1kWh発電

電気を売る
自分の家で発電して使いきれない電気を買い取ってもらえます。1kWh=42円で売れます。(2012年6月現在)
実はこの金額、電力会社との契約開始から10年間固定されているので変わることがありません。

家の電気をまかなう
1kWhシステムあたりの年間発電量は約1,000kWh。
GNDシステムも設置すれば70%増量
太陽光発電でまかなうことも可能。

元が取れるのか?
一般的に10年くらいで元が取れると言われていますが色んな条件によって異なります。しかし、売電価格が10年間固定の現在では、個別差があるにしてもほとんどのケースで元が取れると考えます。
注意
この計画は、「今の電気代」を基にしています。

1世帯
年間総消費電力量
約5,650kWh

自分の家で得られる電気でまかなうの。電気の余りや融通・融通はどうもっているのかも取ってまわらなければなりません。約200kWhを削減できれば、余電が約5,450kWhになります。

エコキュート
ガスや灯油の燃焼機と比べると、電気でお湯を沸かすのでコストの削減になる!!

エコキュート
1年間で約14,000円
(1ヶ月約1,200円)

ガス・灯油
1年間で約57,700円
(1ヶ月約4,800円)

平均で1ヶ月あたり約3,600円
1年間で約43,700円もお得になるんです。

価格が変動しやすい灯油よりも、ほとんど変動しない電気の方が安心。

さらに!!
万が一、災害が起きて、断水になったとしても、エコキュートがあれば安心!!
貯湯タンク内の水で飲み水が確保できるんです!!

省エネ・安全・簡単 OH!!

「コト軸」の「モノ」の紹介ではなく、その商品を使うとお客の生活がどのように変わるのか、どのようなメリットが得られるのかという「コト」からアプローチする訴求法だ。

例えばテレビであれば、インターネットを使ったサービスで、離れた孫とその場で会話ができるというコトを軸に、ルーターの設置をはじめとするネットワーク構築につなげていく。

商品単体を訴求しない同店の自作チラシ

ながら進めていく。
松下社長は、工事の手際の良さをPRして、その担当者との信頼関係を高めながら、日幸電気のお客になってもらうのである。そのお客の紹介も含めて、1回の入札工事で10世帯以上の新規獲得につなげたケースもある。特に学校の先生からの紹介や口コミは大きなビジネスへの発展が見込めるという。こうして官公庁関連の入札で獲得した新規客は、年間で100世帯を超える。

パソコンから太陽光まで
「電気のなんでも屋」

新規客を提案する際に松下社長が心掛けていることが「コト軸提案」である。「コト軸提案」とは、商品単品の「モノ」の紹介ではなく、その商品を使うとお客の生活がどのように変わるのか、どのようなメリットが得られるのかという「コト」からアプローチする訴求法だ。

例えばテレビであれば、インターネットを使ったサービスで、離れた孫とその場で会話ができるというコトを軸に、ルーターの設置をはじめとするネットワーク構築につなげていく。

お客の関心事はルーターの機能ではなく、それを使って何ができるのかである。松下社長はそこを上手に伝えることで、テレビ単体ではなく、その周辺機器やサービスをセット販売している。パソコン販売でも同じだ。「やりたいことはどんなことですか?」とお客がしたいことを具体的にヒアリングし、「ネットワーク構築やプリンタの設定も必要になるので、まとめて〇〇万円はいかがですか?」などと伝えている。

さらに、購入後のサポートでお客との接点が切れないようにしているものポイントだ。例えば、プリンタのインクなどの消耗品は、配送サービスで対応している。

自店のオリジナルチラシを使った提案では、上写真のように、普段から「節電ご提案フェア」などのテーマを決めて、それに関連する商品を「群」で提案している。このような「コト軸提案」に慣れてくると、お客の方から「こんなこともできるの?」といった問い合わせが来るという。

「まずはお客のやりたいことを聞き出すこと。お客のやりたいことを実現させる関連商品の情報を提供していくと、スムーズに商売につながっていく。オール電化も、『節電』をテーマに太陽



▲部屋にさまざまな家電を展示して「コト軸提案」を展開

光と絡めて情報提供していけば、販売にもつながるので、普段から『電気のなんでも屋』をPRしておけばお客を獲得できる」と松下社長は語る。

同店では、オール電化に10年前から取り組んでおり、これまで100件以上の販売実績がある。3年前から取り組み始めた太陽光発電システムは累計で30件。今年の1～9月では10件の成約に結び付けている。

故障・修理コールも きめ細かくフォロー

経営面では、顧客管理ソフトを重視していた松下社長は、2011年7月にそれまで使っていたソフトから、新たなソフトに切り替えた。

それが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」である。羅針盤は、さまざまな角度から顧客情報を管理し、データベースマーケティングを可能にする地域店経営に特化したソフトである。それまで使用していた管理ソフトは、顧客の保有データを基に絞り込み検索ができないなど店舗経営に必要な機能を備えていなかった。羅針盤を選択した理由のひとつに、この絞り込み「多重検索」機能があった。

「多重検索」機能とは、「売上」、「保有」など複数の台帳から多項目にまたがって条件検索できる機能だ。例えば、「テレビ、レコーダーを持ち、デジカメを持っていないお客」など「肯定/否定」も含めた多角的な検索ができる。この機能は羅針盤のみが備えている機能だ。



▲テレビの展示。和室をイメージし周辺機器も展示



▲羅針盤の入力は事務員2人で行っている

また羅針盤には「顧客マスター」という顧客台帳がある。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。つまり顧客マスターの画面ひとつで日常の業務がこなせる。

顧客マスターの中で、特に松下社長が活用しているのがお客の保有家電の情報だ。羅針盤には、顧客が持っている家電品の情報を修理履歴や購入日も含めて細かく管理する機能が搭載されている。

お客の商品購入履歴を登録しておけば、お客からの修理コールにも顧客画面を開きながら適切な対応ができるというわけだ。例えば、5年前にプリンターを購入したお客から修理コールがきたとする。羅針盤は、これらの保有情報を1台ずつ型番から管理ができるため、故障個所の特定やアドバイス、インク切れの期間の割り出し、もしくは買い替え提案が行えるのである。

日幸電気では、故障や修理などでも、きめ細かく適切な対応をすることで、お客との信頼感をさらに高めている。