



ノウハウ 最前線

粗利管理は
羅針盤で把握



見込み客の約8割が成約 ショールーム見学会の活用

経営・販促

兵庫県神戸市長田区に店を構える「ホームテック・サノ」は、07年からリフォームなど住設商材の販売ウエートを高めて粗利を確保することで、地デジバブル崩壊以降も安定した経営をしている。「悩みごと解決チラシ」でリフォームニーズを掘り起こし、粗利管理は羅針盤で徹底する体制で、日々商圈のお客をきめ細かくフォローしている。



「ホームテック・サノ」はもともと「佐野電気商会」という屋号だったが、これからはリフォームや太陽光発電などにもっと傾注するとの佐野正典社長の強い思いから、07年に「ホームテック・サノ」に改めた。


「家電販売だけに特化していると、仕事の幅が広がらない。家まるごとビジネスを成功させるには、店に対するお客のイメージを変えさせて、住設関連の仕事をすべて引き受けられるぐらいの強いアピール力が必要だった」と佐野社長は屋号を変更した当時の思いを語る。

同店の年商は1億5,000万円、粗利率は36%。このうちリフォームなど住設関連の販売ウエートは、07年から6年かけて約5割まで高めた。約7,500万円がリフォーム関連の売り上げだ。

リフォームニーズで高いのは、クロス張りや床のフローリング張り、カーペットや襖の張り替えなど1日で完了する、いわゆる「ワンデーリフォーム」が多いという。料金が安いので提案しやすく、お客も頼みやすいので、両者のニーズが合致しやすい。

同店は、このワンデーリフォームをきっかけに、その後のフォロー活動を通じて、家電販売やより大きなリフォーム案件につなげている。

このワンデーリフォームを獲得するためのツールが、自作のチラシだ。同店が商圈の約3,500世帯にまいているチラシを紹介しよう。



**ホームテック・サノ
佐野 正典 社長**

所在地	兵庫県神戸市
年商	1億5,000万円
粗利率	36%
店舗	18坪
顧客数	3,500世帯(稼働1,000世帯)
従業員	4人+パート2人
系列	三菱

