



## 事前見積りで成約率100% ショールームの効果的活用

経営・販促

広島県福山市に立地する「福菱電機」は、リフォームの見込み客をタカラスタンドのショールームに案内してクロージングする。あらかじめ導入機種と見積りを決めてしまうのがポイントだ。一方、電力会社のリースプランを活用して、3,300世帯のリース契約客も日々フォローする。顧客データは「羅針盤」できめ細かく管理している。



創業43年目の「福菱電機」は、家電不況の中でも前年比100%前後の年商で健闘中だ。尾藤武士社長を筆頭に息子の芳信さん、社長夫人の清子さん、芳信さんの奥さまのまゆみさんの4人体制で、年商1億円、粗利率25%という生産性の高い経営を実践している。

年商の内訳は家電販売が3割、住設販売が7割という構成で、住設販売のウエートが高いのも特筆される。10年前から取り組み始めた太陽光発電システムは月に1~2セット販売し、8年前から取り組んでいるオール電化に至っては累計で700セットを販売した。

このような華々しい実績をどのように上げたのか。実際に店の陣頭指揮をとる芳信さんにノウハウを聞いた。



福菱電機  
尾藤 芳信 さん

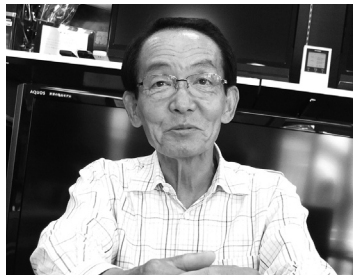
|     |                   |
|-----|-------------------|
| 所在地 | 広島県福山市            |
| 年商  | 1億円               |
| 粗利率 | 25%               |
| 店舗  | 15坪(売り場)          |
| 顧客数 | 700世帯(稼働)+3,300世帯 |
| 従業員 | 4人                |
| 系列  | 三菱                |



### ショールーム活用のコツと リースプランの合わせ技

「ウチは約700世帯の固定客に向けて、年3~5回開催する個展を案内しているが、個展1回当たりは約300世帯に絞り込んで案内している。1回の個展で約20%のお客が来場してくれるので、あらかじめ決めた商品を、そのお客に向けてクロージングしていく」と芳信さんは語る。

最近ではリフォームなど住設商材の訴求が



▲同店の尾藤武士社長は広島県電機商業組合の理事長を務めている



▲窓の提案もお客にニーズがある



▲3年前に改装してリフォーム商材も展示している

多いため、例えばキッチンを提案したい場合は、IHクッキングヒーターと併せてフローリングの張り替えもセット提案する。商品単体で提案するよりも、導入後の顧客満足度が高く、クレームにもなりにくいという。

その理由を芳信さんはこう分析する。「商品単体で提案すると、後でお客から『イメージしていたのと違う』『せっかくならこの部分もやってほしかった』などという要望やクレームにつながりやすい。初めから部屋まるごとで提案した方が、お客が想定する見積りや施工後のイメージのブレが少なくなる」。

さらに、成約率を上げるために同店では、商圈内にあるタカラスタンダードのショールームを活用。お客を連れて行き、導入後のイメージを膨らませてもらおう。

ただしその際に注意すべきポイントがある。それは、単にお客をショールームに連れて行くだけだと、お客はサイズや価格を気にせずに期待ばかりを膨らませていく。結局最後は予算面で折り合いがつかず、破談になるケースも少なくないのだ。そのため同店では、あらかじめショールームに連れて行くお客に対して、欲しい商品の見積りと設置機種などがある程度決定しておくという。

「ある程度の機種を選定しておけば、お客もその機種を軸に検討するし、細かい個所にも注目する。導入後のイメージもより明確になる。結果、それで予算などに余裕が生

まれたらアップセールスに望めばいい」と芳信さんは説明する。

事実、この手法でショールームに案内したお客のほぼ100%が成約に至るというから驚きだ。お客との事前の綿密なシミュレーションがいかに重要であるか分かる。

同店の住設機器の提案は、これだけではない。中国電力グループ「エネルギー・ライフ&アクセス(以下、エネラ)」が推進するオール電化のリースプラン「あっと!電化パック」を積極的に利用している。

リースプランの料金は、月々3,900円から。オール電化の購入に折り合いがつかなかったお客などに提案して、その後も自店のお客として囲い込むことができる。さらに自店の商圈でエネラのリース契約を結んだお客をあっ旋してもらい、委託業務としてメンテナンスの巡回訪問ができるのも大きな魅力だ。

同店が担当するエリアの顧客数は3,300世帯で、これらのお客に日々フォローしながら新規の開拓につなげている。例えば、家電の保有年数を聞き出して、新しい商品への買い替え提案をするといった具合だ。

さらに、IHクッキングヒーターのリース契約をしたお客に対して「浮いたお金でリフォームを考えませんか」と提案すれば、トイレやフローリングといったリフォームに発展することもあるという。

「いまは10年前にオール電化を取り付けた

▲エネラ(中国電力グループ)が展開するオール電化のリースプラン

お客宅へ、リースプランを延長するか買い替えるかを提案できるちょうどいい時期。訪問するお客をどうするかで困ったことはない」と芳信さんはリースプランを上手に活用することのメリットを説明する。

### 顧客情報の共有で チャンスを逃さない

一方、自店の700世帯のお客と3,300世帯のリース客を一括で管理するのは容易ではない。芳信さんはこれらタイプの違う顧客を一元管理して、なおかつ拡張性の高い顧客管理ソフトへの移行を決意して、8年前にあるソフトを導入した。

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て、地域密着型ビジネスを展開する電器店経営に最適なソフトである。

同店が羅針盤を導入した8年前は、ちょうどエネラのリースプランを活用し始めた時期と重なる。芳信さんが羅針盤の機能で注目したのは、顧客データの入力項目の多さだった。特に、前述のリース契約のお客のメンテナンス履歴をこれから管理して閲覧するのに



▲羅針盤は従業員が誰でも閲覧できるように情報共有する

保有商品一覧表

| 品番 | 機種名  | メーカー   | 機種   | 保証 | 金額(税込)   | 残高       | 購入日        | 保証期限       | 保証番号     |
|----|------|--------|------|----|----------|----------|------------|------------|----------|
| 0  | 洗濯機  | パナソニック | 洗濯機  | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000001 |
| 0  | 冷蔵庫  | パナソニック | 冷蔵庫  | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000002 |
| 0  | エアコン | パナソニック | エアコン | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000003 |
| 0  | 洗濯機  | パナソニック | 洗濯機  | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000004 |
| 0  | 冷蔵庫  | パナソニック | 冷蔵庫  | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000005 |
| 0  | エアコン | パナソニック | エアコン | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000006 |
| 0  | 洗濯機  | パナソニック | 洗濯機  | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000007 |
| 0  | 冷蔵庫  | パナソニック | 冷蔵庫  | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000008 |
| 0  | エアコン | パナソニック | エアコン | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000009 |
| 0  | 洗濯機  | パナソニック | 洗濯機  | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000010 |
| 0  | 冷蔵庫  | パナソニック | 冷蔵庫  | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000011 |
| 0  | エアコン | パナソニック | エアコン | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000012 |
| 0  | 洗濯機  | パナソニック | 洗濯機  | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000013 |
| 0  | 冷蔵庫  | パナソニック | 冷蔵庫  | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000014 |
| 0  | エアコン | パナソニック | エアコン | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000015 |
| 0  | 洗濯機  | パナソニック | 洗濯機  | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000016 |
| 0  | 冷蔵庫  | パナソニック | 冷蔵庫  | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000017 |
| 0  | エアコン | パナソニック | エアコン | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000018 |
| 0  | 洗濯機  | パナソニック | 洗濯機  | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000019 |
| 0  | 冷蔵庫  | パナソニック | 冷蔵庫  | 標準 | ¥108,000 | ¥108,000 | 2014/03/01 | 2017/03/01 | 00000020 |

▲お客の保有履歴も一覧で見やすい仕様

欠かせないと感じた。これらの顧客情報を活用すれば、オール電化のメンテナンスだけでなく、新しい家電への買い替え提案が、適切なタイミングで行えると考えたからだ。

例えば、現在では次のように威力を発揮させている。リース契約のお客からエコキュートの修理依頼がきた。羅針盤で電話番号を検索すれば、普段は家電部門で接点がないお客でも、6年前に修理で訪問したことが瞬時に分かる。

さっそく6年前の担当者にとそのときの状況を詳しく聞いて、それを伝えることでお客は安心する。それから今回の症状を聞いて訪問。後日、このお客からはエコキュートの買い替えとユニットバスのリフォームが決まった。羅針盤の顧客情報がお客の信頼を獲得して、成約を支援する形となっている。

福菱電機は、電力会社のプランを上手に活用して、羅針盤で顧客管理する。家電不況をものともしない盤石の経営体制だ。