

# お客様の心を掴むカルチャー教室を通じた顧客育成

## 1. 現状と問題点、課題解決のための催事販売会

「愛和商事株式会社」は、住宅設備販売とリフォーム売上が全体売上の85%を占める地域密着企業です。灯油の宅配業務からスタートし、石油ストーブの分解整備を経て住宅設備に参入したので、アフターサービス力の強さが特徴です。また、高額商品の販売力や独自性の高い商品にも強みを持っています。

顧客動向として、商圈約3万世帯、売上・粗利ともに一般客が8割を占め、OB客数が約7,500軒、OB顧客のリピート率が90~95%、見積決定率85~90%と秀逸な現状にあります。長年のお付き合いが多い反面、顧客も高齢化し、将来のために新規顧客を増やし続ける課題があります。

問題点は3区分されます。結果系として、住宅設備部門の粗利率が低い点、手段系として、若手の成長が急務である点と灯油顧客に住設の重ね売りができない点、原因系として、OB客への定期的訪問ができていない点とショールームを利用した企画が不足している点、などが挙げられています。

そこで、2006年3月3~5日の『愛和春の住設大感謝祭』では、「愛和ショールーム」を会場として「OB客への徹底訪問」を行動目標に、CTPTマーケティングの成果に学び、原因系問題点の解消に迫ることとしたわけです。

## 2. 『2006春の住設大感謝祭』の成果

過去最高の来店数311組は、正社員11名パート2名で達成しました。来店率の目標15%に対し実績24.7%で、164.7%の達成率ですが、これまでの平均7.4%の実に333.8%の大躍進となりました。

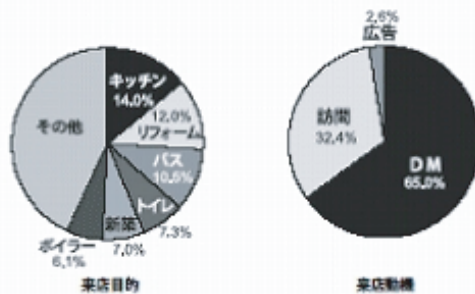
粗利目標の2,000万円も達成。なかでも各種教室参加者の来場は、全体の23.8%を占めました。そこで以下では、カルチャー教室を通じた顧客育成について触れることにします。

## 3. カルチャー教室を通じた顧客育成

10年前専務の渡辺公美子さんは、アフターサービス力だけでは今後も勝ち続けることはできない、不足するものは何か？ という疑問を抱いておりました。

「2006春の住設大感謝祭」の成果

来店組数	3/3 (金)	3/4 (土)	3/5 (日)	合計
	77組 24.8%	129組 41.5%	105組 33.7%	311組 100%



	目標	実績	目標実績対比
来店目標	300組	311組	103.7%
子配り枚数	1,350枚	1,258枚	93.2%
直前来店予定目標	200組	179組	89.5%
DMチラシ反応数	100組	210組	210.0%
来店率	15%	24.7%	164.7%

目標実績対比



「ミセスのためのカラーレッスン教室」ツール



渡辺公美子専務

たどりついた結論が、「心と心のつながり」でした。そこで渡辺専務は、1998年カラーコーディネーターの資格を取得、3年程かけて教室を準備。「ミセスのためのカラーレッスン教室」「ケアリフォームセミナー」など、取引メーカーの協力を得て各種教室を継続開催し、7年を経た現在、会員500人を組織化しました。

「人のお役に立つ企業たれ、人生たれ、永遠なれ」という愛和理念の実践として教室運営のコンセプトは、「喜んでいただけること」と「心を伝えること」の2つです。決して商売色を出さないことを実践の指針としたのです。

カルチャー教室のひとつ、「ミセスのためのカラーレッスン教室」は、全4回、春と秋の年2回、昼コースと夜コースで開催されました。受講受付ハガキ、ウエルカムプレート、握手、おみやげエッセイなどツールは、いずれも細やかな気配りが凝らされました。

お客様の喜びの声として、「教室で勉強している時から描いていた夢が実現できた！」「あの時勉強に行きって本当によかった！」など、寄せられております。継続を望む声も多く、現在教室OB講座も毎月開催。キッチンバスルーム講座、ショールーム見学会IHヒーターを使った料理教室、予約制で優待相談会、など行っております。

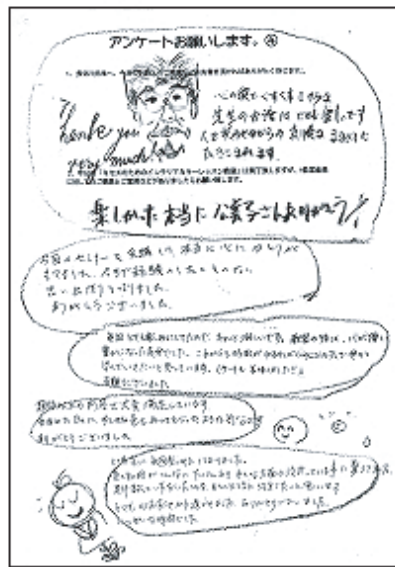
『2006春の住設大感謝祭』には、受講生さんが自家製花鉢をエントランスに飾ってくれたり、フラワーアレンジを届けてくれたり、さらに友人10人を誘って来場してくれたり、と親身なご協力もいただくほどでした。

もちろん本来業務への波及効果も非常に高く、ここ5年間は年間売上ベスト5に受講生さんの2~3人が含まれています。

カルチャー教室を通じた顧客育成の成功要因としては、主に以下の点が挙げられます。

- a. 感謝善循環サイクルができてきていること。毎日誠心誠意一生懸命仕事する→会社の評判がよくなる→安心して講師ができて、お客様が求める情報を提供できる→お客様から得た情報を案件化する→絶対的な愛和ファン化→感謝の相互関係ができる→仕事が発生する
- b. 関係醸成7年間の教室を通し、一緒に勉強する楽しみを分かち合う、何回も会うことが受講生(お客様)との距離を縮めたこと。
- c. 教室やセミナー開催という「長期戦略」と、営業が毎月の目標を追いかける「短期戦略」が整合したこと。
- d. 「総務と営業の両軸体制」のもと、教室やセミナーを開催する総務が、営業を的確にサポートしていること。
- e. 教室が顧客育成の場であり、知識や技術、最新情報を受講生に伝えることで、受講生(お客様)の自主性を促し、夢の実現に駆りたてる機能としての役割を發揮したこと。

「愛和商事」さんは、これからも「心と心のつながり」を大切にしつつ、さらなる躍進を遂げることと思います。



「ミセスのためのカラーレッスン教室」アンケート結果

社名	愛和商事株式会社	創業	昭和42年3月10日
所在地	秋田県由利本荘市石籠字赤穴1-126	設立	昭和56年1月1日
TEL	0184-22-7557	事業内容	住宅設備機器販売、住宅リフォーム、石籠販売
FAX	0184-22-7739		
URL	http://www.aiwa-shouji.co.jp/		
代表取締役	渡辺啓次郎		