

30年間連続、増収増益。 地元密着でファンづくりに徹する 飛騨の匠の家づくり

「顧客が顧客を連れてくる」

今回ご紹介する株式会社弘栄工務店様は、地元、飛騨の木をふんだんに使い、木架構の美しさを活かした日本の伝統的な家づくりを特長として新しい顧客の獲得につなげておられるトップランナー。顧客獲得の秘訣を今井幸蔵副社長様におうかがいしました。

“実例写真満載のアプローチブック”と “建てた住宅”が会社案内

まるで、2泊3日の旅行に行けそうなくらい荷物でパンパンに膨らんだ黒いトートバッグ。それは、今井副社長様がいつもお客様のところへ持って行かれる営業カバンです。中には、これまで弘栄工務店様が手掛けられた住宅の写真がギッシリと詰まっています。

「施工写真などできるだけ具体的なものをお見せするようにしています。ですが、カタログや口だけではしっかりと伝わらないので“とにかく、現場を見てください”と、見学をお奨めしています。その場に足を運んで見てくださいということです。現場に行っていたら、社員がしっかり説明します。そこで、はじめて無垢の木の肌触り・あたたかさを実感してもらえるのです」

現場見学会を行うと、来場者は常に50～60人。多いときは、100人ということもあるとか。

「お客様がご親戚やお友達を誘って来てくださいます。チラシ(4～5万枚)やDM(200通)でご案内します」



チラシに現場周辺の地図しか記されていないのは、何よりも、建てた家を見てもらいたいから。すべて副社長の奥様の手作り。

職人さんから既存のお客様まで 弘栄工務店に関わるすべての人が営業マン

また、実際にお住まいになっている既存のお客様の家へ見込み客をお連れするのも効果的だとか。

1つは、生活の様子がよく分かり、自分の生活を想像できるから。

2つ目は、既存のお客様との信頼関係の良さがお客様の安心感につながるから。そして、

3つ目は、既存のお客様が営業マンになってくださるからです。

「うちのお客様は、“どうぞ、わが家を見てください”という感じ。非常に協力的でありがたい。おまけに、“弘栄さんはいいですよ”なんて褒めてくださいます」

お客様の生の声は、弘栄工務店様にとって、自社をアピールするのにこれ以上ない強い味方。顧客満足度の高い同社ならではの営業スタイルです。また、職人さんの仕事に取り組む姿勢も大きなアピール要素となっています。

「うちの職人さんは朝が早くて有名です。7時には現場にいます。お客様からも『朝早くから夜遅くまで仕事熱心ですね』とよく言われます」

職人さんが、一生懸命仕事に打ち込む姿を見たお客様は、「自分の家をこんな職人さんのいる会社に任せたい」と思うはず。です。

「うちは良いお客様と職人さんのおかげで、もっているようなもんですよ(笑)」

一級建築士としても活躍の副社長様が設計された住宅。日本の伝統的な匠の技が息づく木造軸組工法。和と洋の絶妙なバランスが心地良い。近年では、職人の技、若い世代にあったデザイン性、コストパフォーマンスを意識した家づくりにも注力しておられます。(1棟当たり4～5千万円が中心)



「顧客の期待」を超える家づくりが 紹介率90%に直結

「うちは90%が紹介です。当社で家を建てていただいたお客様の娘さんや親戚の方が多。家を見て気に入ってくださったということですね」

この驚異的とも言える紹介率が意味するところは、顧客満足度の高さです。その秘訣は、社員から協力業者まで全員が、常にお客様の存在を意識して仕事をするように訓練がなされているからにはかなりません。

①営業する大工さん。提案型大工が可能にする 「自慢したくなる家づくり」

今、必要とされている大工さんは、技術力に加えて提案力のある人だと今井副社長様は言われます。

「お客様に言われなくても、図面に書いていなくても、お客様に合わせたご提案がその場でできることが必要。そのことで、お客様は、自分のことを特別だと思えるんです」

弘栄工務店様では、他人に自慢したくなるような部分を必ず、1つ作ることを心掛けておられるそうです。

「奥さんの書斎に趣味の絵を飾れるような場所を作るなど、些細なことでもいいんです。それよりも、お客様が気づく前に、こちらから提案することが大事です」

いつもお客様のことを考え、お客様の生活スタイルを見ながら提案する……そんな提案力向上のために欠かせないのは、大工さんだけを集めた月1回の「勉強会」です。お客様から喜ばれている事例を大工全員で共有し、それが、次の提案に活かされるという好循環です。このような取り組みが効を奏してか、弘栄工務店様では「大工さん指名」の発注が多いのです。

「いちど指名される喜びを味わうと、今度もまた指名されたいという思いが出てきます」

②現場パートナー 「マナーの会」

この会は、その現場に携わった大工・業者さんが、文字通り、お客様へのマナーを徹底しようという会です。現場には、守るべきマナーやお客様の写真入りの手づくりポスターが貼られています。そこには、“お客様満足の家をつくろう。〇〇様に感謝の心を忘れずに”と書かれています。

「例えば、ユニットバスを取り付ける業者さんは、半日で作業を終え、お客様の顔を知らずに帰っていきます。ですが、お客様の顔を知って仕事をするのが、本来あるべき姿です」

顧客の存在を意識させることで、常に、お客様への感謝の気持ちを忘れず、より丁寧な仕事ができる土壌をつくっておられるのです。

月に1回開かれる「座談会」は、職人さんとの意思疎通・意見交換の場。参加したい人だけが、自主的に集まります。

「あの現場ではどうだったとか、現場で困ったこととか、いろいろな話が出てきます。現場とは違って打ち解けて話せるんです」

こうして、事前に問題を解決する場を設けることが、トラブルゼロ・顧客満足向上につながっています。

弘栄工務店様の「お客様の期待を超える家づくり」とは、素材・工法は当然ながら、プラスアルファのサービス「提案力・お客様への感謝の気持ちに裏打ちされたマナー」です。約5年前から始まったこの取り組みを、これからも徹底して追求していくことで、弘栄工務店様は、地域に愛される工務店として、より深く根ざしていくことでしょう。



今井副社長様

