

ビジネス塾のOB会を開催 卒業生はその後も頑張ってます



取材も受ける。現在、自身の経験を元に「いくつかのルールを守るだけで凡人でも短期間でダントツの成果を上げる営業ノウハウ」をテーマにビジネス塾を主催講演中。

倉田豊治(くらた・とよじ) (前)サンユウ専務取締役。オリックスに4年、日本興亜損保に10年間営業マンとして勤務後、99年サンユウ創業。当初は本当に売れない日々が続いて、2月の2Cの中寒さで死にそうになったり、カードローン地獄も経験する。オール電化普及で次第に売れはじめ三菱電機・東芝などの関東地区販売実績で度々第1位を獲得。最近では文化放送・ニッポン放送などのマスコミにも出演。FMで毎週火曜日にビジネス番組も持つ。日経ホームビルダーなどの

8月1日にリックで、「オール電化&太陽光ビジネス塾」のOB会を開催しました。ビジネス塾も1期生(2010年6月~11月)、2期生(2011年2月~8月)、3期生(2011年11月~12年6月)と卒業生が増え、卒業生同士の情報交換の場を作ろうと企画しました。

エアコン工事で忙しい時期にもかかわらず、7人の参加申し込みがありました。当日、奥さまが体調を崩された社長と、ご自身の体調を崩されてしまった方の2人が残念ながら欠席しましたが、「オール電化を120万円で成約して7月は前年を上回りました」との報告がありました。誌面を通じてOBの活躍を紹介しましょう。

エアコンの高級機種が売れるように

3期生の栄電気(東京都江東区)の沼澤栄一さんは、昨年よりもエアコンの高級機種が売れるようになりました。これまでは「このお客さんは普及タイプだな」と勝手に決めつけていた

のですが、思い込みを捨ててすべてのお客に高級機も提案したのです。

提案の仕方が面白く、普及機と高級機のリモコンを触ってもらって「どちらが使いやすいですか」と提案するのです。すると、多くの人が、文字が大きくて使いやすい高級機のリモコンを選ぶそうです。7月のエアコンは、昨年よりも金額ベースで上回りました。

また、沼澤さんは7年前前からブログ(<http://blog.goo.ne.jp/sakae-dk/>)をやっていて、江東区の地域ブログで常にトップです。店舗の毎日のレジ通過客は50人という多さで、ブログの効果もあって4割は新規客だそうです。

「地域店では当たり前に行われているサンキュレーターやニュースレーターという存在自体、この塾で初めて知った」と話していた沼澤さんは、ビジネス塾に参加してからニュースレーターも配るようになり、反響のよさにとっても驚いてました。デジタルのブログとアナログのニュースレーターがシナジーを生んで、栄電気のスーパーストアは着実に高まっています。

太陽光とオール電化で7月は前年増

1期生の沼野電器(埼玉県さいたま市)の高橋堅二郎さんは、昨年10月に店舗を改装。新規客から「ここに電気屋さんがあったことを知らなかった」と言われるなど、やはり地域店にとって店舗力を磨くことは重要です。

7月もオール電化1件、太陽光発電1件の工事を終えたのですが、太陽光発電は飛び込み客でした。毎日、通勤で駅に行く途中に沼野電

器さんの前を通って、のぼりが気になっていたそうです。

千葉や東京の訪販業者からも声を掛けられていたようですが、「地元で安心」ということと、たまたま子どもの幼稚園が一緒だったことで、お客との信頼関係が一気に縮まり、成約につながりました。

現在は、3棟のアパートを所有するオーナーから、2棟分の産業用太陽光の見積もり依頼を受けています。高橋さんは「訪問すれば面白いように反応がある」と話していました。

きっかけが何になるのかは分からないので、情報発信は、チラシ以外にも日ごろからいろんな形で行っていくことが重要です。

情報発信という意味では、2期生のサカモト電器(静岡県焼津市)の坂本明弘社長は、営業車に電気自動車のミニキャブ・MiEVを導入しました。8月号のP26で紹介したとおりで、2件の太陽光発電の成約に結びつきました。

ケーブルテレビの宣伝で地域一番店に

ブランド化というテーマでは、1期生の高村電器(熊本県阿蘇郡)の高村喜威さんがすばらしい取り組みを発表しました。高村さん自身が、町内のテレビによく出ているのです。

町内に光ケーブルが張り巡らされて、町にケーブルテレビ局ができ、店のすぐ前にスタジオがあって、地元のコミュニティー情報を放送しているのです。高村さんはPTAの会長を引き受けているので、学校の行事があるたびに町中のテレビで放送されるのです。町の人から「昨日、テレビに映ってるの見たよ」と声を掛けられるそうです。

それもそのはず、同じ内容で2週間も繰り返して放送されるので、町民の視聴率は高く、ほとんどの人が見ているのです。

昔から趣味でやっている「高村電器楽団」も、町内のイベントや老人ホームなどからよく呼ばれます。すると、そこでも高村電器楽団の活



▲8月1日に開催したOB会の模様

動が、テレビや新聞で紹介されるのです。高村電器は、地域一番店としてブランド化することに成功しました。

地元の店が2店閉店

3期生の東山電気(東京都板橋区)の大島宏史さんは、コツコツとお困りごとのサービスチラシをまくようになり、その反応がすごくいいそうです。特に、隣町の電器店が廃業したので、そのエリアにまいたら、そこのお客が来るようになりました。

最初は部品交換などの小さな仕事が多いですが、その仕事をどのように対応するのか、お客も見ているのだと思います。

ほかの電器店が廃業したときも、お客の方から「〇〇さん、店たたむって知ってた? がんばるのはこれからだよ」と励まされたり、エアコンを取り付けに行ったお客からは「小さな仕事でも、嫌がらずにちゃんと行くんだよ」と言われるなど、お客との良好な関係が伝わります。

ニュースレーターを合展の招待状と一緒に渡したら、「あれ、すごくいいよ」と評判になり、合展来場者は昨年よりも多かったとのこと。

オール電化JPのブログ(<http://blog.alldenka.jp/higashiyama/>)は、始めてからちょうど1年が経ちました。ブログでスイッチ交換や換気扇工事を紹介したら、換気扇の工事依頼が来るなど反応がありました。この1年間で、ブログ経由の仕事は59件もあったそうです。

卒業生は、ビジネス塾で学んだことを生かしてその後もメキメキと力を付けています。



▲江東区の地域ブログで常にトップの「栄電気のココロ」