

社説

1231

BtoC

接客対応、社員の質高め差別化

7月の新設住宅着工戸数が前年同月比7.4%増と5カ月連続の増加となった。消費税増税の影響が大きかった持ち家も3カ月連続で増加。新築需要の回復とともに、省エネ住宅ポイントの発行ポイント数も月を追ってペースが上がってきた。予算に到達しない場合の申請期限は11月30日だが、今後駆け込み需

要があるかもしれない。住宅市場の景気は回復しているようだが、ガラス・サッシ流通業者から聞かれる声は芳しくない。新築のサッシで利益を出せる業者は限られ、販売店の多くは商流から外れてしまった。来年、消費税10%への増税前の駆け込み需要が終わると、住宅業界はリフォーム一色になるだろう。今後さらに競争が激しくなる市場で生き残っていくため、仕事がある今のうちから種

をまき、準備を進めていかなければならない。これまで「BtoB」がほとんどという販売店は、売り上げが低いリフォームでも新築同様下請けに甘んじるのか。元請けを目指すなら、少しでも早く対策を始めるべきだろう。「BtoC」のリフォームではチラシやホームページなど、集客に経費や時間、人手が掛かる。これからも多くの異業種が参入し、同業者が一層力を入れ

ていく中、同じことに力を入れても差別化するのは難しい。

YKKAPは窓リフォームの店舗ブランド「MADOシヨップ」を2010年から展開し、加盟店が1000店を超えるネットワークに成長した。当初は店舗数の拡大を進めてきたが、ここ数年は加盟店の質を高めるためのサポートに取り組む。全て有料で実施しているさまざまな研修もその一つ。例えば接客マナーは、人気講師の藤村純子氏による「接客力」の向上でリピート客を増やし、取扱商品や人を増やさなくても売り上

げを上げるといった内容で、参加者の反応は上々だ。

接客対応が良ければ、スターラインの時点で一般消費者から選ばれる可能性は高くなる。逆にいくら技術を持っていても、第一印象が悪ければ発注は来ないだろう。研修では第一印象など、客との接点の質を高める重要性を繰り返し説く。費用を掛けなくても、社員の意識改革で改善できることは多い。競合他社に顧客を囲い込まれる前に、まずは接客対応を磨き、社員の質を高めて差別化につなげていきたい。