

リフォーム経営 最前線

売上高の9割超がリピーター

ブログは最も重要な仕事



ブログは、広告に代わる重要な情報発信ツール。日曜日以外は毎日更新。社員大工も持ち回りで毎日書く。ブログに書かれた高橋社長の考え方に共感し、社員に応募してくる大工は多い。同社の価値観に共鳴するファンづくりにも役立っている。広告を打たなくても、人材も顧客も集まってくる。「ブログは仕事の中でも非常に重要度が高い。ブログを見て共感してくださった方だけを集客することもできますから」

技術より「意識」磨く

研修会では、コミュニケーション力を磨くことに力を入れている。「人

なぜ同社はこのような取り組みを始めたのか。「チラシをまいては集客する時期がありました。最初は反響が良かったのですが、時間が経つと必ず効果が落ちる。またお金をかける。これではいつか潰れると思いました」

高橋社長は自分たちの内部にある強みに目を向け、それを徹底的に磨き上げて発信する「インパクトマーケティング」を開始。広告を一切やめ、ブログで自分たちの思いや価値観を発信する手法に切り替えた。

そして、浮いた広告費で始めたのが人材育成だ。「工務店の技術なんてどこも似たり寄ったり。差別化できるとしたら『人』しかない」。すべての大工を正社員にし、保険加入や交通費・ガソリン代全額支給などの福利厚生を充実。

スキルが上がれば昇給する給与体系を整えた上で、コミュニケーション力やマネジメント力といった、従来の大工が目を見てきたヒューマンスキルを鍛え抜く研修会を実施。大工の意識改革に乗り出した。

だが、自由な働き方を好む大工には、それが耐えられない。「でも、マーケティング発想で仕事をしてこなかったから、人工いくらで仕事を請け負う大工の収入は増えず、自分の家すら建てられない、必要なのは意識改革。マーケティングができるようになったとき、大工はただの職人から『稼げる職人』に変わります」

顧客の困り込み
同社の最大の特徴は、12人いる大工自らが営業し、顧客を囲い込んでいく点だ。「施工中の大工は、施工はもちろん近隣の人も顔を合わせている。つまり、仕事を通して見込み客との間にすでに関係性ができています」と高橋社長。

そのため、近隣への挨拶には大工自身が出向き「ちょっとしたことならサービスでやります」と言う。「大工さん自ら挨拶に来てくれる業者はほかにない。うちのリフォームも安心してお願いできそう」という印象が生まれるという。

予算管理や業者手配も大工が行う。「リフォーム中、施主から『棚を追加して』という要望が出

年商5億円の原動力は「営業する大工」

社員大工が定期的に管理顧客を訪問する「無料メンテナンス巡回サービス」も同社ならではの「大工さんの方から来てくれる、しかも自分から不具合を見つけて全部無料です」と高橋社長が、猛烈なコミコミ効果を発揮している。これこそが「意識改革」の成果だ。

「給与は高いのに、すみません、もう無理です、と言って辞めていった大工が何人いたことか」。毎日の日報提出、予算の月次報告、月2回の会議や研修会への出席は必須。会議では月次報告をもとに赤字の理由を追及され、原因を全員でシェアする。

「給与は高いのに、すみません、もう無理です、と言って辞めていった大工が何人いたことか」。毎日の日報提出、予算の月次報告、月2回の会議や研修会への出席は必須。会議では月次報告をもとに赤字の理由を追及され、原因を全員でシェアする。

「給与は高いのに、すみません、もう無理です、と言って辞めていった大工が何人いたことか」。毎日の日報提出、予算の月次報告、月2回の会議や研修会への出席は必須。会議では月次報告をもとに赤字の理由を追及され、原因を全員でシェアする。



高橋剛志社長

すみれ建築工房(兵庫県神戸市)

「大工に必要なのは意識改革」と語る高橋剛志社長に、業界の常識を破る経営について聞いた。

チラシはジリ貧になる

なぜ同社はこのような取り組みを始めたのか。「チラシをまいては集客する時期がありました。最初は反響が良かったのですが、時間が経つと必ず効果が落ちる。またお金をかける。これではいつか潰れると思いました」

職人起業塾をスタート

3年前から、社員大工に行っていた研修会を「職人起業塾」として公開。社外の大工はもちろん、会計士、弁護士、プランナーなど、様々な参加者が自分磨きのためにやってくる。「当社の研修はコーチングがベース。こちらが一方的に講義するのではなく、参加者自身に今後の仕事の展開や人生を考えてもらい、全員の前で発表してもらいます」。月一回、夜7時から2時間半毎回入りきらないほど参加者がいっぱいになる。

天窓トップメーカーの日本ベルックスが

古い天窓を見つけたら
ご連絡ください!
私どもが対応します。

“他社天窓”の雨漏れ診断と 総合的屋根診断サービスを始めました。

日本ベルックス
社長 野澤昇

1 なぜ始めたのか?



築20年を超える天窓はなんと**約100万窓**。老朽化による雨漏りなどの不具合が多数発生しています。

3 問題を発見した場合



診断によっては、最新天窓への交換や屋根リフォームにつながり、オーナー様の満足度もあがります。

施工は弊社の認定施工店が引き受けます。

4 お問い合わせ



まずは
お問い合わせ
ください。

①東日本受付
0120-70-0833

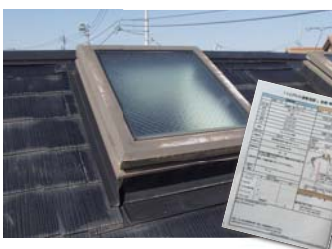
②西日本受付
0120-70-5036

営業時間 9:00-17:30(土日・祝日・年末年始を除く)

③WEB受付
日本ベルックス

VELUX 日本ベルックス(株)
〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷1-23-14

2 実際の診断はどこがする?



全国50社のベルックス認定施工店がメーカーを問わず診断を実施。診断書を発行します。

※キャンペーン期間中は無料ですが地域、設置条件によっては無料対応できない場合があります。

つまり古い天窓を契機に
売上UPを狙えます!!



キャンペーン期間につき(9/30迄)無料で診断いたします。