

プレスリリース

# 「知らない番号は着信拒否」アポ電や詐欺被害で警戒高まる 一味違うチラシが目を引く 新入社員が自転車移動 毎年定期点検で安心の自宅訪問

～2019年入社の新入社員 32名が配属前に大きく成長するチラシ配り～

リフォーム事業をおこなう株式会社NEXTAGE GROUP ネクステージ グループの子会社、MED Communications株式会社 メッド コミュニケーションズ（本社：東京都港区、代表取締役社長：佐々木洋寧）は、未接触期間の長い顧客に対して、自宅へ訪問し住宅点検やアフターメンテナンスの案内をするチラシ配りを行っています。

当社は一年に一度顧客宅に訪問し住宅点検やアフターメンテナンスを行っています。しかし、昨今アポ電や詐欺被害などの影響により、顧客宅にアポイントの電話をかけても繋がらない件数が増えてきています。当社では3年以上連絡が取れない顧客、約25,000件を対象に、住宅点検やアフターメンテナンスの案内を行い、今後も長く顧客との関係性を深めていけるように取り組んでいきます。

## ■訪問すると・・・「助かる」との声

訪問時、アポイントを取るための電話が何年もつながらなかった旨を説明すると、「知らない番号からの電話はでないようにしている」「物騒な事件が多いので、警戒してしまう」などの回答が多く、電話がつながりづらい原因が見えてきます。訪問の目的を説明すると、住宅点検を希望する顧客や、今までメンテナンスをしていなかったため、家の悩み相談ができて助かると話す顧客もいます。また、今後は毎年定期的に訪問することを伝えることにより、顧客に安心感を与え、顧客との関係性を深めることができます。

日々使うキッチン、バス、壁紙や、外壁など、住みやすい家を維持するためにはメンテナンスが必要不可欠です。顧客が長く住み続ける家だからこそ、今後の生活も見守っていけるように、定期的なメンテナンスの重要性を伝え、連絡がとれない顧客へは直接訪問し、関係性の継続を大事にしています。

## ■新入社員の配属前現場研修で大きく成長

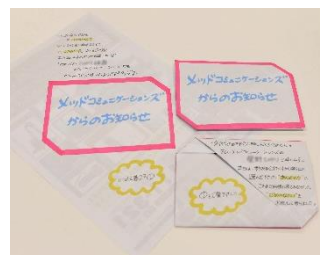
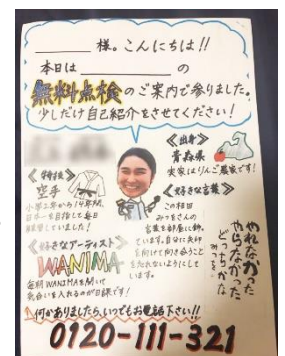
新入社員の研修をかねて行うチラシ配りは、顧客とのコミュニケーションの取り方や、わかりやすい説明の仕方など、自身でより良い方法を考えるきっかけになっています。「同期の仲間はどうのように提案を行っているのか」、「玄関先まで出てきてもらうためには、どう伝えたらよいのか」など日々工夫をしながら自分に合った方法を模索し、配属前ながらも、営業マンとしてのメンタルやコミュニケーション能力が磨かれていきます。また、顧客との接し方以外に、アピールツールのチラシ作りにも力を入れています。自身の自己紹介をチラシに盛り込んだり、手紙風にチラシを折りたたみ、少しでも読んでもらえるように違いをもたせることで、顧客からの問い合わせの件数も増えています。

手書きで書かれたチラシをもとに、顧客と自然な会話を楽しむことができたり、趣味の話題から盛り上がり、社員のファンになってくれるケースも多く、顧客からも好評です。

今後も当社では、社員教育を通して顧客との関係性を深め、顧客に喜んでもらえるサービスを提供し続け、当社の熱狂的なファン創りに邁進していきます。



資料をもとに顧客の家を探す様子



個々に工夫を凝らしたチラシ

## 【スケジュール】

9：00～ 顧客宅へ訪問、不在時は案内のチラシを記入し、ポストに入れる



9：30～13：00 次の顧客宅を iPad で調べ、自転車で移動し訪問を繰り返す



13：00～14：00 昼食休憩

14：00～16：00 顧客宅を iPad で調べ、自転車で移動し訪問を繰り返す

16：00 頃終了 自転車で支店に戻る

17：00 夕礼 一日の振り返り、アポイントの件数確認、良かった点と悪かった点を話し合う



(多い日で1日平均15～30件訪問、約10件のアポイント獲得)

## 【チラシ配り概要】

期 間： 2019年6月～8月まで

対 象： 2019年入社の新入社員32名

訪問先： 東京、神奈川、埼玉周辺の約25,000件の顧客

内 容：

- ・現役営業マンから顧客との接し方、商品知識について指導
- ・顧客宅に訪問し住宅点検、アフターメンテナンスの案内
- ・支店に戻り良かった点、悪かった点の話し合い、練習