

エクステリア WEB マーケティングの現場からのインタビュー —人気エクステリア販工店のインターネットとの付き合い方とは—

第2回「人気エクステリア販工店×WEB集客」
中京エクステリア協会会長
株堀央創建 代表取締役 堀尾将之氏

WEBマーケティングの現場から読み解くエクステリア業界 特別編

人気エクステリア販工店は、どのようにインターネットと付き合い、活用しているのでしょうか？その考えを紐解いていくことにより、エンドユーザーから選ばれる理由が見えてきます。
本企画では、今注目のエクステリア業界の方にインターネットについてお話を伺います。参考書でも、ビジネス本でもない、「人気エクステリア販工店はインターネットとどのような付き合い方をしているか」といったリアルな声をお届けします。

聞き手 株クラッソーネ
「エクステリアの匠」事業部長・加納拓



株堀央創建・堀尾将之社長

前回に引き続き、中京エクステリア協会の会長であり、株堀央創建・堀尾将之社長に伺いました。
堀尾社長は、「社員が育つ社風」や「リピーター続出のエクステリア販工店」といった経営方針で、エクステリア業界でも注目されている経営者です。全国でのフェアやセミナーなどで講演をされる際には惜しみなくその手法を開示され、その経営手法や成功事例を参考・共感するエクステリア販工店は少なくありません。
住宅会社の下請メインだったエクステリア業界から、いち早く「脱・下請」に舵を切られ、成功されている経営感覚より、「今」のエンドユーザーに求められるエクステリア販工店について伺います。

堀尾：弊社は100%エンドユーザーと直接の商談です。また、エクステリア業界全体で見た場合でも、直接エクステリア販工店を探されるお客様の割合は増えてきている感覚はありますね。

—エンドユーザーが、初見で優良なエクステリア販工店を見分けようとするときにどういったところに違いが出ると思えますか？

堀尾：個人的な感想としては、ホームページやブログに、①現場の情報 ②スタッフの顔写真を載せて

いる会社はいいと思いますね。
現場の情報を載せられる会社は施工の手抜きはないと思います。隠してないですからね。手抜きしている会社は隠したがりですよ。
弊社のブログも、すべて現場の完成写真や施工中の写真載せることに徹しています。

—現場の情報の開示ができるエクステリア販工店は、施主様はもちろん、検討中のエンドユーザーにとっても安心に繋がるといえますね。

堀尾：また、弊社はホームページで職人の顔写真を紹介するだけではなく、ブログでも職人を含めたスタッフが度々登場します。これは、いろいろな良い影響が出ています。

—どのような良い影響ですか？

堀尾：弊社のホームページとブログ更新は、施主様、検討中のエン

ドユーザー、スタッフ、そしてスタッフの家族に向けて発信しています。
施主様と検討中のエンドユーザーには、「このスタッフが工事に伺います」と見えるようにすること、より信頼してもらいやすいです。

スタッフは、堀央創建という会社の中に自分の存在があることをちゃんと視覚化できることで、モチベーション向上に繋がっています。事務スタッフ、現場スタッフ、下請さんも営業も関係なく作業風景写真をたくさん撮ってブログにアップするように言っていますので、スタッフみんなすごくブログを見ますね。

—スタッフの家族に向けての発信とはどのようなことですか？

堀尾：特に結婚して子供なんかいる場合は、家でブログ見せて「ほらお父さんだよ」って子供に言える。スタッフの家族にとっても、お父さんの存在意義をちゃんと確かめられることはうれしいはずですし、スタッフ本人も家族に誇れるはずですよ。



最近、ブログに加え、ホームページに動画を入れてみました。仕事をしている全員の動画がひとり一回は出てくるようになっていきます。これはまさにスタッフの家族に向けて、「昼間のお父さん」を見てもらうことを意識しています。
—お客さんが見るだけのブログじゃないということですね。
堀尾：だからこそ、隠すことはできませんし、個々のスタッフが誇りを持てる会社でなくてはなりません。



■今回の対談から見てきたこと

- 1、ブログは、お客様だけではなく、スタッフやスタッフの家族までも見ている。
- 2、ブログに稼働中の現場の情報を掲載することは、施主様、検討中のお客様に安心感を得てもらえる。
- 3、スタッフの作業風景をブログに掲載することは、スタッフのモチベーションにつながる。

ウェブに包み隠さず、どういったスタッフがいる会社で、どういった現場が動いているかを露出することが重要で、リアルとウェブがいかに近いところにあるかという部分が大切であると感じました。

また、スタッフの家族までも意識したホームページにより、スタッフが高いモチベーションと誇りを持って働ける会社を作られている工夫には驚きでした。

2回にわたり、中京エクステリア協会会長であり、株堀央創建・堀尾将之社長へのインタビュー記事を掲載してまいりましたが、いかがでしたでしょうか。次回は再びコラムに戻り、「エンドユーザーを惹きつける初回対応」についてお届けします。初回打ち合わせのタイミングで「この担当者に任せたい！」と思うエンドユーザーが大多数であることをご存じですか？エンドユーザー向けに実施したアンケート結果と、人気エクステリア販工店の傾向から、惹きつける初回対応術をお届けします。