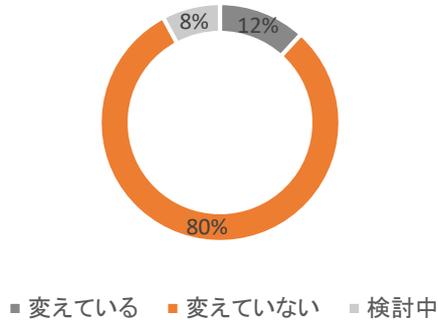


01

緊急事態宣言の発令後、営業時間や働き方の変更や状況

働き方の状況



働き方を変えている会社様の対応

- ・在宅勤務中（お問い合わせが来たら随時対応）
- ・雇用形態によって（パートさん・事務等）は在宅勤務、もしくは在宅待機中
- ・会社勤務と在宅勤務を交代制で行っている
- ・時短営業・定休日を増やすことを検討中

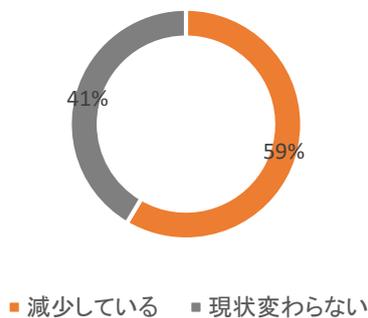
通常営業されている会社様の対応

- ・店舗にいる人数をなるべく少人数にする
- ・換気・消毒・検温の徹底をしている
- ・ショールームは閉鎖もしくは予約制にて対応中

02

コロナウイルスによる案件数・売上などの状況

案件数・売上などの状況



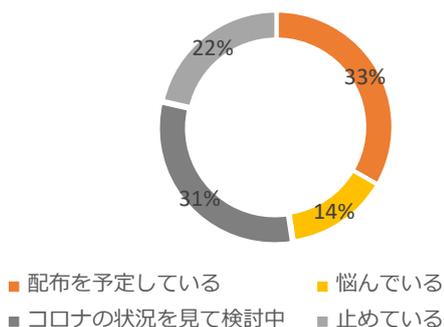
コロナウイルスの影響

- ・最近では訪問も嫌がるお客様が増えている
- ・開催したくても相談会・イベントが行えない
- ・水廻りはとにかく商品が入らない
- ・お客様からの問い合わせや来店も通常より減少傾向
- ・コロナの影響でキャンセル案件・延期案件も増えている
- ・問い合わせは少なからずある。減っている感じはない
- ・水廻り、内装は減少傾向、
外壁・エクステリアの案件はあまり変化なし
- ・小修繕のご依頼はある
- ・各メーカーショールームが閉まっているので、
困ったお客様からの問い合わせがある

03

チラシの配布状況

チラシの配布状況



チラシの反響と配布状況

- ・今、チラシを撒いても効果は通常よりも減少気味
- ・自粛傾向にあり、お客様の中で
今リフォームをやらなくていいという意識がある
- ・相談会・イベント・勉強会などはほぼ中止
- ・自社でOB様向けのニュースレターをコピーして配布している
- ・現状撒きづらい環境だが、集客を止める訳にはいかないので
通常通りチラシを配布する
- ・様子を見つつ、梅雨シーズンに向けてチラシは考える予定
- ・小修繕・外装・エクステリア（庭）は反響あり
- ・反響数は減っているが、お客様の質は良い

対策と今後の販促提案

お客様に安心感を持ってもらう

・現場・現調ではスタッフのマスク・手袋・消毒の徹底

- 打合わせ後など必ずテーブルやインターフォン・ポストなど消毒する
- 無理に対面しない。挨拶廻りなどもインターフォン越しに話し、ポストへDMや挨拶文入れる
- チラシやHPには『コロナ対策を徹底してお伺いする旨』をお知らせする

・WEBでの打合わせを活用

- 会って打合わせをすることに抵抗のあるお客様にはWEBでの打合わせ・相談を行う会社様多数
- 『ZOOM』を使ってのお打合わせや相談・会議など
- パソコンを持っていなかったり、わからないというお客様には『LINE』などで対応。
- チラシやHPにも『WEB相談』入れるとお客様の安心にも繋がる

スタッフへの配慮

・働くスタッフのモチベーション維持

- 現状の自粛ムードや売上減少によってスタッフのモチベーションを維持する為に『社内SNS』を実施して明るいニュースや情報の交換を行っている

・働くスタッフの体調管理

- 在宅勤務が難しい会社様も多い（全体の8割以上は通常営業されている）
- 室内では換気・消毒を徹底。また、検温も徹底されている会社様もある

チラシの配布を迷っていたら

・逆転の発想をされている会社様もいらっしゃいます

- チラシが少ない（競合が配布をやめている）今だから、チラシを目にしてもらう機会が増える
- 在宅率が多い今だから、チラシを目にしてもらう機会が増える
- すぐの反響にならないかもしれないけど、見てもらえる確率は高く、それをチャンスと捉えるかどうか
- 数を減らして小商圏でも撒き続けることをお勧めします

・この状況の中でも反響大のチラシもあります

- これからの梅雨シーズン・台風シーズンに向けてメンテナンス系のチラシはいかがでしょうか？
- いざという時に向けたチラシです。インパクトのある紙面で反響がでています
- 気になった方は是非お問い合わせください