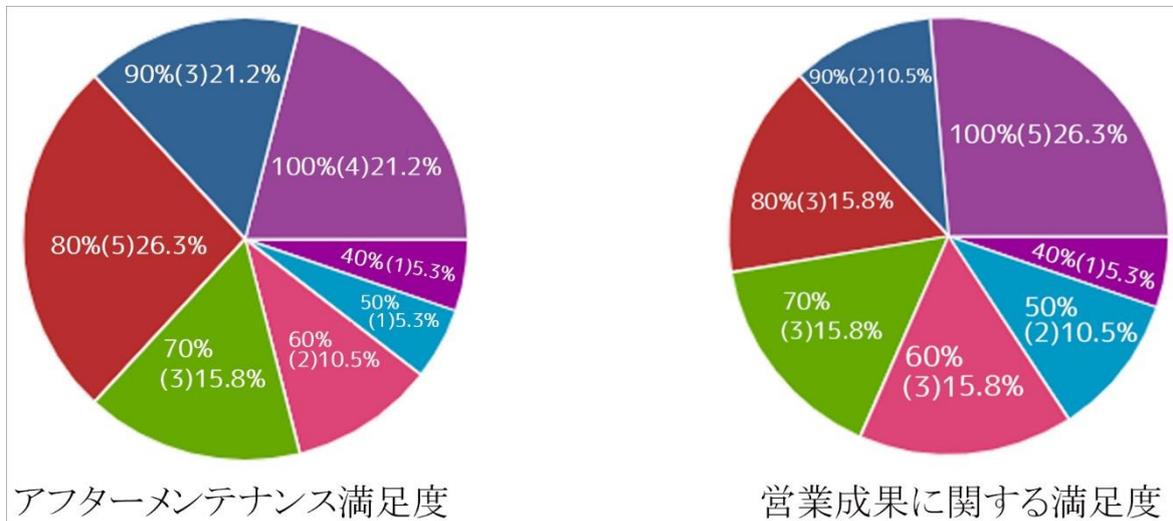


ハウスメーカー、ビルダー、販売店の「困った」を支援 1年に1度の訪問でOB顧客との信頼関係を構築

アフターメンテナンスは実施すべき その必要性を100%実感

リフォーム事業をおこなう株式会社NEXTAGE GROUPの子会社、^{ネクステージグループ}MED Communications株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：佐々木洋寧）は、当社と提携するハウスメーカー、ビルダー、工務店、太陽光販売会社など19社に対して、アフターメンテナンスの支援事業を取り入れたことによる企業の満足度調査を2020年6月に実施しました。

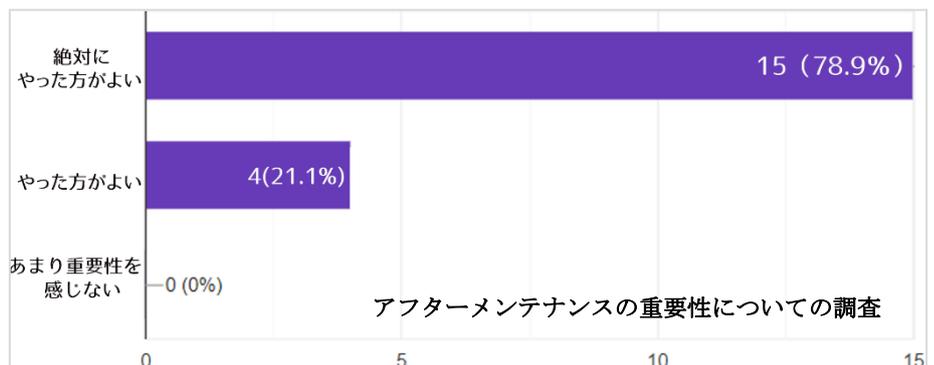
建設業界では、人手不足が進み住宅点検に人員を割くことができず、販売後のOB顧客に対して定期的なアフターメンテナンスを十分に実施できないことが問題となっています。そのため、当社は長年アフターメンテナンスに力を入れてきた実績を活かし、2012年からアフターメンテナンスの支援事業をスタートしました。近年アフターメンテナンスに関する需要の高まりから、当社の支援を求める企業が増え現在40社ほどの企業の依頼にこたえています。今回当社と提携する企業19社に対し、アフターメンテナンスに力を入れることによって得られるプラスの効果やその必要性についての満足度調査を実施しました。



【アフターメンテナンスを実施した方が良いと回答100% 信頼の構築が新たなサービスへ】

今までのアフターメンテナンスの実施状況を聞くと、「費用や時間がかかる上に、地域によってはメンテナンスの人員を確保できず困っている」「事業の縮小によって対応できない」など、アフターメンテナンスに十分に取り組むことが出来ない実情がわかります。

販売してからが顧客との関係性のスタートだと考える当社のアフターメンテナンスは、顧客宅に毎年訪問しながら信頼関係を構築し、メンテナンス活動だけでなく、その時々

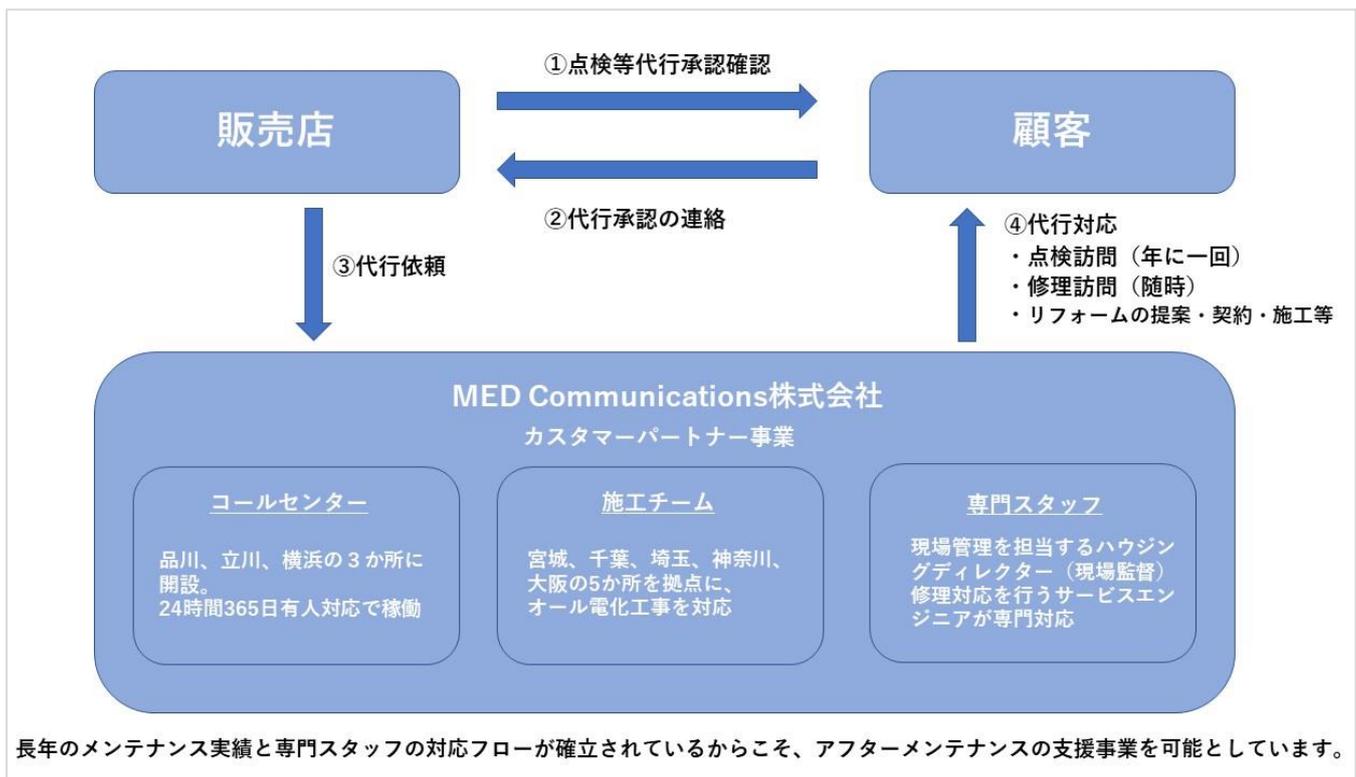


顧客が潜在的に感じているニーズを掘り起こし、提案営業にまでつなげます。そのため、当社の支援事業を取り入れることにより、今まで対応しきれなかったOB顧客へのアフターメンテナンスが充実するだけでなく、顧客との信頼関係が再構築され、顧客満足度が向上し、さらにOB顧客からの売上が期待できるようになります。当社が実施した満足度調査結果では、「アフターメンテナンスの必要性を感じ、今後多くの企業で取り組んだ方が良いと感じている」と回答した企業が100%となりました。また、アフターメンテナンスの満足度やその後の営業成果に対する満足度調査に関しても、ほとんどに高い満足度を感じてもらっていることがわかりました。今後も当社ではアフターメンテナンスの取り組みを実施できない企業を積極的に支援しながら、業界全体のOB顧客に対する満足度向上に努めていきたいと考えています。

【ハウスメーカー、ビルダー、工務店、太陽光販売会社から支援事業に対するコメント】

社	提携時期	満足度について
A社 ハウスメーカー	2016年	今までは少人数体制の中で対応していましたが、定期的なアフターメンテナンスと、そこから新たなニーズの掘り起こしを支援してもらったことにより、少人数という体制を変えることなく昨年に比べて5倍に売り上げを上げることができました。大変満足しています。
B社 太陽光メーカー	2017年	私たちはメーカーのシステム対応を行っているため、取引先の販売店が倒産してしまった場合、エンドユーザーの方から直接問い合わせをいただいても現地の原因確認が出来ないことに困っていました。支援事業により、その一次対応やその後も全てをお任せできて大変感謝しています。
C社 営業会社	2017年	私たちは販売主体の会社で、アフターメンテナンスは顧客から依頼がきてから初めて実施するというスタイルでした。 支援事業により、OB 施住宅に定期的に電話や訪問、点検等していただくことで顧客満足度アップにつながっていると実感しています。 また、アフターメンテナンスを通じて新たな売り上げにもつながり「施主、御社、弊社の三方良し」の体系ができているため非常に満足しています。
D社 営業会社	2018年	心配していたクレームを受けることもなく、顧客に対してマメにフォローをしてくれているので、とても助かっています。

【提携のフローと支援可能な企業】



支援可能な企業

- ・OB 顧客へのアフターメンテナンスが実施できていない企業
- ・OB 顧客に対してその後のフォローや信頼関係の構築の仕方がわからない企業
- ・OB 顧客との関係性を維持できず他社に顧客を奪われている可能性がある企業
- ・OB 顧客のアフターサービスでの顧客満足度を向上させたい企業