

「自社オリジナルのお中元」で こんな効果があった!

贈った数 100個 贈り方 〇約100社のクライアントに贈った。そのうち約半分には営業マンが訪問し、直接手渡した 〇福岡に事業所を新たに開設した際に、同じビルに入居する企業に配った

✓ 新規案件の獲得

(クライアントとの会話が弾み、自然に商談に入ることができた)

✓ クライアントとの関係強化に成功

(全社員の顔写真をお中元に印刷したことで、クライアントに親近感と信頼感を抱いてもらった)

全社員の顔写真つきお中元で クライアントとの会話が弾む

サウザンドクレインは7期連続で増収を続ける新進のテレマーケティング会社だ。同社は2010年に「自社オリジナルのお中元」を作成し、パッケージに全社員の顔写真を印刷。そのお中元を営業マンが挨拶回りに活用すると、クライアントとの会話が例年以上に弾んだという。今回は代表の高橋氏に話を聞いた。

お中元を営業ツールとして 活用し、新規案件を獲得

——なぜ御社は「自社オリジナルのお中元」を作ったのですか。

高橋：クライアントに当社の印象を残したかったからです。これまで当社は既製品のお中元を贈っていましたが、でも、せっかく贈るなら、当社の印象を残したい。だからオリジナルのお中元を作ったんです。価格も既製品とほとんど変わりませんでしたね。

——このお中元の特徴は何ですか。

高橋：「信頼」という当社の理念を表現したことです。具体的には、パッケージの内フタに全社員の顔写真を印刷しました。当社の展開するテレマーケティング事業は顔の見えにくい事業です。だからこそ、全社員の顔をクライアントに知ってもらおうことで、当社に対して一層の信頼感を抱いていただけるように工夫したわけです。このアイデアは「働くお菓子」のプランナーさんの提案でした。

——お中元の活用法を教えてください。

高橋：このお中元は約100社のクライアントにお配りしました。そのうち約半分は営業マンがお伺いし、直接手渡しました。すると、クライアントとの会話が例年以上に弾んだようです。中には、お中元の話題をきっかけに、新規案件を受注した営業マンもいましたね。8月は営業日が少ないので、毎年7月よりも売上が下がりますが、今年は売上が上がりました。少なからず、オリジナルのお中元の効果があったと感じています。また、私の知り合いの経営者からも「面白い！ウチも作りたい」という電話やメールが何件も来りましたね(笑)。

その他には、新たに福岡に事業所を開設した際にも、挨拶回りにお中元を活用しました。同じビルに入居する会社さんに営業マンが自己紹介する際、とても役立つと聞いています。今後はお中元以外のオリジナルお菓子も作りたいですね。

株式会社サウザンドクレイン

設立/2004年1月28日(創業2003年10月)

資本金/2,000万円(2010年1月現在)

売上高/8億5,000万円(2009年9月期)

従業員数/300名(2010年10月現在)

本社/福岡市中央区天神

CRSセンター/福岡市東区「West Tower」5F(TEL:092-680-0000)
URL: <http://www.thousand-cres.com/jp/>

サウザンドクレイン
代表取締役
高橋 良太
たかはしりょうた



POINT1 パッケージ
ロゴカラーの青を基調とした
本型のパッケージに
コーポレートロゴをプリントした



POINT2 全社員の顔写真
お中元の内フタを全社員の顔写真入りにした。
また、企業理念と行動方針を記し、
社内外に自社の想いを発信した

POINT3 お菓子
社名をプリントしたクッキー

