

営業のデジタル化、新規顧客獲得にアドバイス

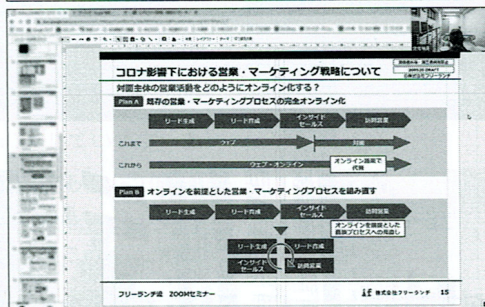
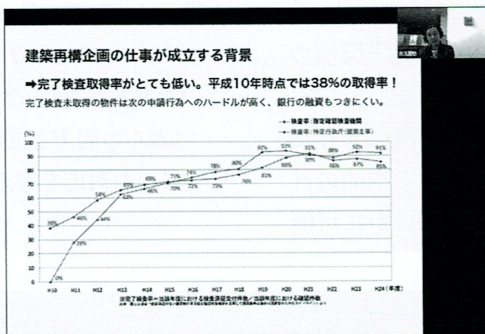
フリーランチ
▷東京都中央区

納見健悟

1 リモートワークは 予行演習済み

フリーランチでは、常勤・非常勤・アルバイトなど、約10名のスタッフが働いています。2月末の時点で、通勤に30分以上かかるスタッフは、リモートワークに切り替えました。3月の打ち合わせも1件以外はリモートに変更し、3月26日から完全リモートへの移行が完了しました。

コロナ以前から、フリーランチでは多様な働き方を実践する試みとして、「全員リモートワーク制度」という、特別な事情なく定期的にリモートワークをする制度を設けていました。キャリアのどこかでリモートが必要になることを見越して導入した制度でしたが、今回抵抗感なくリモートにシフトするのに役立ちました。



「建物の法律家」建築再構企画の佐久間 悠氏を招いてのオンラインセミナー。「withコロナ時代の設計事務所の働き方と営業とは？」というテーマで、約100名の参加があった

また、フリーランチがサポートしている設計事務所やPM/CM会社も、緊急事態宣言後のウェブ経由での問合せが増加しました。社会的にセミナーや電話などの接触機会が減ってしまった結果、コロナ以前から地道にウェブ改善に取り組んできた会社への問合せの増加につながったようです。

3 ZOOMで オンライン セミナーを 開催

4月7日(火)の緊急事態宣言後に、すべてのクライアントと今後の経営・営業・マーケティングをどのように変えていくべきなのかを、徹底してディスカッションしました。クライアントの多くは、積極的に変身することを決断し、先行者利益を獲得できたように感じます。

フリーランチでは、新しい試みとして

ZOOMでオンラインセミナーを開催しました。最大で100名程度の方に参加いただき、新たな出会いの場を創出することができました。クライアント企業の中には見込客との営業打合せ後のフォローアップとして、会社説明動画の提供を開始したところもあり、成果につながっています。施設の発注者企業の担当者が建築系企業への発注のための社内稟議を上げるための添付資料として、「動画」が好意的に受けとめられ、建築業界における営業のデジタル化を目の当たりにした数カ月でした。

2 緊急事態宣言で 問合せ増加

フリーランチは建築に特化したコンサルティング会社です。建築系の大手企業には、大型施設の発注者であるBtoB企業や自治体を対象とした営業・マーケティング改善、中小の設計事務所には、上記に加えて経営も含めた会社運営全般のサポートをしています。

対面営業が機能しない状況になったことで、営業のデジタル化や、顧客・新規受注の獲得を目的としたマーケティング改善の相談・問合せが増加しました。オンラインのみで新規の顧問契約を受注するなど、忙しく過ごしていました。

「グリーンインフラ」という名の新しい社会基盤

ランドスケープ・プラス
▷東京都新宿区

平賀達也

1 現場から 現場へ移動、 伝統的 まち並みの 意味するものを 実感した

オリンピックイヤーだったので3月から5月は大型案件の竣工時期が重なり、スタッフの作業はリモートに切り替える中、現場確認をリモートというわけにもいかず、私自身は感染対策を講じながら国内の現場を頻繁に移動していた。空港や新幹線はガラガラ、京都のような観光地からは

人が消えている状況を目の当たりにし、パンデミックの恐ろしさを改めて実感するとともに、京都のような幾多の災禍を乗り越えてきた古いまち並みの中に身を置くと、日常の暮らしの中に庭園や坪庭などの身近な自然を取り込んできた理由を実感として理解できた。日本の風土に立脚した自然回帰のまちづくりを志向するためにどのようなアクションを起こせばよいだろう。そんなことを考えながらコロナ禍の日々を過ごしていた。