

地域密着のおもてなし
ドッグラン・遊び・交流
共感を呼ぶ生活目線

毎回100組近い来客があるというから「旭造園流イベント」はちょっとと別格。スタッフの誰も彼もが若さに溢れ、その空気感にお客様も誘い込まれてゆく。親近感たっぷりに語りかけてくる人気の展示場なのだ。そして、この展示場では、イベントの他に旭造園さんならではの「タネと仕掛け」がある。その一つが『ドッグラン』だ。人の暮らし以上に犬の暮らしを気遣う家族もいる。愛犬が元気よく遊ぶ風景は癒しであり、家族の会話も弾むという。お客様との距離が、ぐっと近くなる瞬間なのだ。



地域密着にこだわりを持つ旭造園さん。「他愛もない世間話からちょっととした相談事まで対応することで、お客様の信頼が得られるんですよ。」とスマイル顔の西村さん。この笑顔と、設立(1978年4月)当初からの地域密着スタイルは崩していない。その一つが、地域交流と感謝の気持ちを込めたイベントだ。毎年2回、事務所に隣接する展示場で開催している。

地域密着のおもてなし



少数精銳！ あえて利益を求める姿勢が お客様の信頼につながる。

旭造園さんの最大の武器の一つ：それは、外構のおすすめや打ち合わせをする際に、「具体的にお伝えする」ことだ。その商談ツールとして登場するのが2台の大型モニター。これで施工前後の現場のイメージ『Before→After』を理解してもらおう。モニターに映す絵は、お客様の現状を撮った現場写真とオーセブンCADソフトで描いた施工後の平面図や3Dパースだ。時には、VR(動く3Dパース)でお話しすることもあり、説得力が違うという。

口コミや紹介で 4ヶ月先まで予約が一杯

ブログやSNSに旭造園さんとを書いてくれたら、感謝の気持ちを込めて、ちょっととしたガーデングッズをプレゼンしているという。ネット集客は、口コミや紹介でホームページを見た人がきている。あえて対策することなく4ヶ月先まで仕事で一杯だという。ホームページトップに掲載中の『お庭のお遊びプランナー』の反響は月3件くらい。柔軟性に富んだ発想が、お客様を楽しませる地域密着につながっている。

2台の大型モニターによるCADプレゼン