



# 月40件の新規客を魅了する PC修理専門店の「信用力」

千葉県白井市に立地する「PCレスキュー」は、パソコン整備士の資格を保有するパソコン修理専門店だ。ホームページ経由で月40件の新規客を獲得し、リピート率5割という脅威の実力を持つ。新規客がつい連絡したくなる集客の仕掛けと、お客から見えにくい「技術の商品化」にノウハウが詰まっている。



PCレスキュー  
監物 真樹 社長

所在地	千葉県白井市
年商	約1,300万円
粗利率	85%
店舗	6坪
顧客数	762世帯(稼働ベース)
従業員	1名
系列	混売

「PCレスキュー」は、カフェやクラフトショップを運営する「アートワークス」(88.6坪)内の一角に店を構えている。パソコンの修理、廃棄、データ復旧、技術サポートなどをメインに展開するパソコン修理専門店だ。

同店の監物(けんもつ)真樹社長は元々音響メーカーの技術者だったが、2009年に脱サラして現在の店を立ち上げた。

店を立ち上げてからしばらくして、監物社長はパソコン整備士協会(Japa)が主催する「パソコン整備士」の2級と3級の資格を取得した。その狙いは、自身のパソコンの知識を深めるためと、パソコン整備士協会に加盟する同業他社とのつながりを持つことだ。

その中でも、同協会が発行する会報誌を通じて知り合った横浜市のパソコン修理専門店「PCクリニック」との付き合いは、同店の大きな財産になっている。PCクリニックの古屋伸介取締役から、集客方法やHPづくり、商品や部品の仕入れなどのノウハウを惜しみなく伝授してもらったからだ。

「古屋さんには本当にお世話になった。今でも技術に関する相談などで交流している。これは、パソコン整備士資格をとった一番のメリットだ」と監物社長は語る。

では実際に、PCクリニックから教わったパソコン修理専門店の集客方法などを具体的

に見ていこう。



## 新規も安心して問い合わせる 実名と顔入りの「お客の声」

PCレスキューの主な集客活動は、ホームページ(以下、HP)からの問い合わせだ。HPにはSEO対策(自社サイトが検索上位に表示されるために行う対策)を施している。一番分かりやすいのが「パソコン修理」「千葉県」「白井市」というキーワードによるSEO対策だ。

エリア設定は大事だという。新規客が「PCレスキュー」という店名を検索することはまず考えられない。居住エリアで、パソコン修理をしてくれる店を探すからだ。

次に、サイトには同店が提供するサービスメニューの料金表とその詳細を掲載している。お客はおおよその料金が分かるので、問い合わせしやすくなる。

インターネット上のサポート料金は不明瞭なケースが多いので、かえて料金を明示するとお客は安心するのだ。

さらに特筆されるのが、HPに掲載しているお客の声。お客の住所と実名、顔写真入りで、PCレスキューを利用した感想が紹介されている(写真①)。

これだけで同店の信用力はグンと上がる。同店のお客への対応力や技術力が確かなこ

と、そしてお客が満足していることを示す何よりの証拠だからだ。

修理内容も写真入りで具体的に紹介して、確かな技術力を伝えている。この点も、「自店のノウハウがライバルに知られてしまうから公開しない」とする閉鎖的な店とは異なる。

実際、HP経由の新規客の問い合わせ件数は毎月40世帯にも上るといふ。単純計算すると、年間約500世帯の新規客を獲得していることになる。

先述したように、サポートビジネスは料金も含めて分かりにくい販売店が多いだけに、情報を明らかにしてお客の満足度もしっかりアピールすれば、ライバルとの圧倒的な差別化につながれるということだ。

もちろん、修理が終わった後のアフターフォローも抜かりない。お客には、診断と実際の作業に掛かった行程を、過去の事例写真を使いながら丁寧に説明する。

その際のツールが自作の「作業報告書」(写真②)である。相談内容から診断内容まで詳細に書き込めるスペースが設けてある。

そして、作業報告書に「修理中気になった個所」などアドバイスも書き込んでいる。

例えば「お客様のPCはSSDモデルのデフラグツールが入っていました。デフラグは寿命を縮めますので注意してお使いください」といった具合だ。こうした親身のアドバイス

がお客の心をつかんでいるので、リピート率が5割というものうなずける。

高齢化社会でサポートビジネスのニーズは増すばかり。その中でライバルと圧倒的に差別化できるノウハウが、PCレスキューの取り組みの随所からうかがえる。



▶HPには「お客の声」を顔写真入りで紹介

▶作業報告書で作業を「見える化」する

