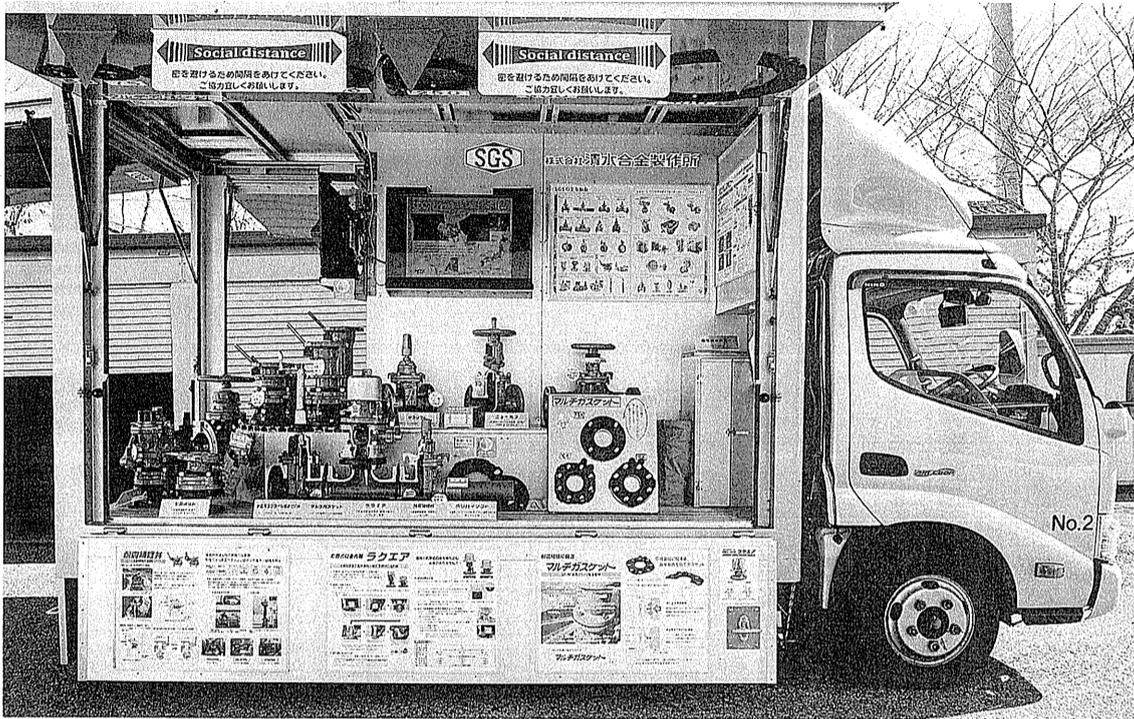


清水合金製作所 時流を踏まえた営業活動

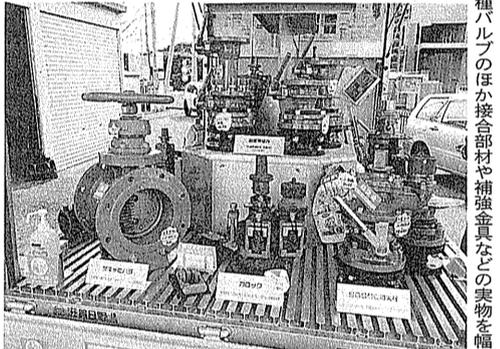
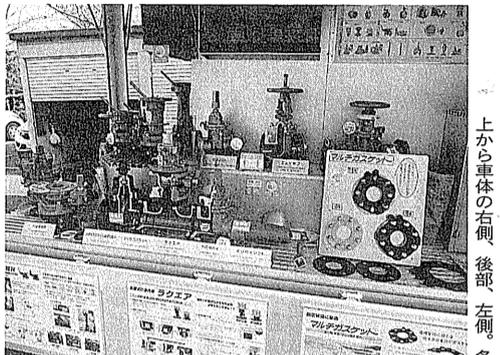
バルブが走る!

キャンペーンカーで全国PR

新型コロナウイルスによる移動制限や展示会の中止で、事業者にとって「新技術の情報が得にくい」という状況が生まれた。そこで清水合金製作所は、ウイングボディの2tトラックに製品を目いっぱい搭載したキャンペーンカーを製作し、全国の事業者を訪ねて営業活動を展開している。千葉県勝浦市でのPR活動取材し、その工夫に迫った。

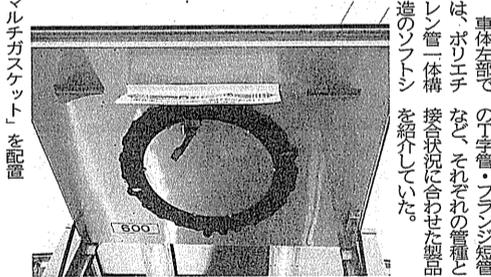
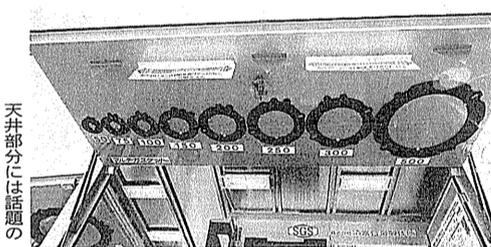


昨年来のコロナ禍により、民間企業においては、営業活動の中心を対面形式の営業活動から、必要不可欠な活動に絞る必要があった。一つの答えとして、同社が取り組んだのが、キャンペーンカーによる全国展開のPR活動だ。屋外で距離を取りながら、さまざまな感染症対策を講じて、準備期間の短縮にも工夫を凝らした。キャンペーンカーの右側は、

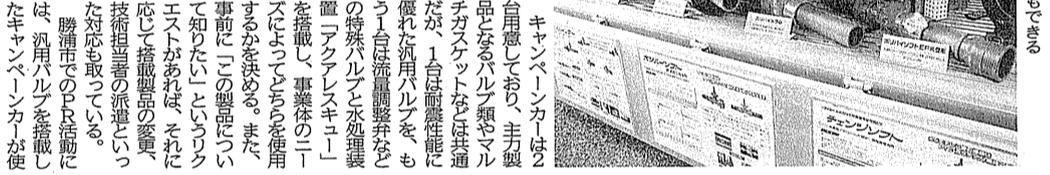


上から車体の右側、後部、左側、各種バルブのほか接合部材や補強金具などの実物を幅広く搭載し、直接触れることもできる

主力製品・新製品を1台に搭載



キャンペーンカーは2台用意しており、主力製品となるバルブ類やマルチガスケットなどは共通だが、1台は耐圧性能に優れた汎用バルブを、もう1台は流量調整弁などの特殊バルブと水処理装置「アクレスキュー」を搭載し、事業者のニーズに合わせて使用することを決めた。また、事前にこの製品について知りたいというリンクエントがあれば、それに沿って搭載製品の変更、担当者の派遣といった対応も取っている。

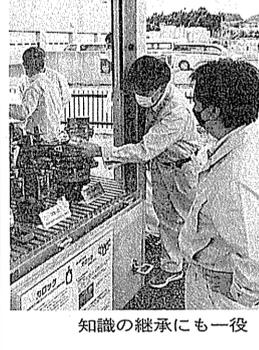


製品に触れ、情報を得る良い機会

勝浦市水道課 木津 洋一 水道技術管理者兼施設係長に聞く



首都圏の緊急事態宣言が明けた今年10月、勝浦市でキャンペーンカーによる職員向けのPR活動が行われた。キャンペーンカーが水道課事務所(市役所庁舎分館)の駐車場に到着後、すぐさま準備を完了し、トラックを運転してきた清水合金製作所の社員がそのま説明員となり、感染症対策に注意を促した上で、搭載した製品を一つ一つ紹介した。水課課長は施設係を中心に、ベテランから若手まで幅広い層の職員が参加。すでに採用している製品手に取って職員間での情報共有を図ったり、今後の改良やラインナップ拡充を社員に要望したりと、有意義なコミュニケーションが随所からあった。



ソーシャルディスタンスを確保

3密防止の工夫で万全の感染症対策

間隔を保ちながら少人数で屋外開催



上部に貼られた距離の目安

モニターは3面に設置

天井部分には話題のマルチガスケットを配置

首掛け型の拡声器で説明

ソーシャルディスタンスを確保