

コンテ

2009.9



技術提案で勝つ



昨今の公共工事の発注は、総合評価方式によるものが増えてきました。入札金額に加えて、企業と配置予定技術者の工事成績評定点、優良工事表彰の有無、ISOの取得状況、地域要件、そして、技術提案を総合的に評価して、落札企業を決めるといったものです。

特に、技術提案の評価は、所定のテーマに対して簡易な施工計画を作成し、その内容に対して加点される方式

行われます。

技術提案に企業格差が生じ、入札金額の高い会社が逆転落札する事例が増えてきています。ある県の入札では約1億円の工事に対して、4つの提案(工事のお知らせ配布、濁水処理、凍結防止剤配備、交通マナー監視)を出した企業が600万円の金額差を逆転して落札しました。一提案当たり150万円の値段がついたことになり、まさに技術が金になる時代になりました。

ではどのようにすれば勝つ技術提案を作成することができるのでしょうか。

1. 数値化した表現

「できるだけ、ほぼ、丁寧に、迅速に」などの表現は具体性に欠けるため、評価されません。数値を使った明確な表現にすることが大切です。

2. 施工時の配慮

提案したことは施工時に確実に実施しなければなりません。実施状況を発注者がチェックしやすいかが大切です。

3. 標準仕様書を超える

標準仕様書通りの提案では評価されません。規格値を超える提案にする必要があります。

4. 現場現物主義

現場に状況にあった提案でなければなりません。現場の事情を提案に加味します。

5. 顧客の立場を考慮

顧客が何を望んでいるか、どのような要望があるかを把握し、それに対応した提案である必要があります。

技術力を向上させることで、企業業績を改善させましょう。

ハタ コンサルタント株式会社

代表取締役 降旗 達生

ホームページの集客・反響率アップの秘訣 第2回

株式会社 designoffice KOUS
取締役 片山 清

今回は今 web プロモーションをする上で、ホームページについてもっと真剣に、かなりの労力を使って日々管理をしなければいけないということをお伝えさせていただきました。では今回は、具体的にホームページで集客を得るにはどうしたらいいのか、反響率をアップさせるにはどうしたらいいのかをお伝えさせていただきます。

あなたの会社のホームページには伝えたいことが明確に表現されているでしょうか? その情報を詳しく見たいときにスムーズに情報を閲覧することができるでしょうか?

ホームページで反響を得るためにはホームページのコンセプトを明確化し1サイトに対して1つの目的にすることが効果的です。売上アップ、知名度アップ、イメージアップ、リクルートなどの中から1つに絞ることが必要なのです。多くの方は見て欲しい情報を詰め込み、あれも・・・これも・・・と複数の目的を持ってしまい、プロモーションにかけた費用がどの目的に費やされたか不明確になってしまっている場合が多いのです。そしてプロモーションを検討する際に、損益判断ができなくなってしまいます。

ではそのプロモーション方法としてどういう方法があるのか。2007年から2008年のデータでは、インターネットプロモーションでアクセス誘導の対策でトップはSEO、次いで紙メディアにURLを記載しての誘導、3位にキーワード広告の出稿となっています。しかし、果たしてSEO対策や紙メディアにURLを記載、キーワード広告に出稿したからといって反響率は上がっているのでしょうか。アクセス数はあっても、問い合わせがあまりない。そう感じておられる企業様も多いのではないのでしょうか。今webプロモーションを行う上でアクセスアップは必須条件ですが、アクセスしてもらった後のことを考えていかなければいけません。プロモーション(入口) 導線(経路) コンバージョン(出口)の中で最も問題のある部分を認識し、問題のあるところを改善していかなければ反響率は変わりません。

検索エンジンで検索して入ってきたユーザーにTOPページでしっかりとその検索キーワードに見合った内容を瞬時に伝えられているか、ユーザーが求めている情報をわかりやすく伝えることができているのか、問い合わせや資料請求をしようと思ったときにすぐにアクションできる環境を用意できているのか。

検索エンジンから入ってきたユーザーはそのサイトの中に進むか、進まないかをほんの数秒で判断すると言

われています。せっかくアクセスしてくれたお客様を逃していないでしょうか。サイトのアクセス解析を基に常にサイトの改善改良をしていかなければいけません。

webはスピードが命。状態が悪いと判断すればすぐに戻ることができるのですからもっと改善改良をしていきましょう。

会社概要

株式会社 designoffice KOUS

大阪市西区西本町2-1-1

Re009-5a

http://www.kous-3d.com/

困っているお客様に笑っていただくために

株式会社 クリエイティブ サポート
工事部長 内藤義美



住宅に関する苦情原因のうち、半数以上が地盤事故によるものというデータがあります。地盤事故というのは外壁・内壁の亀裂、建物の傾斜、ドアや窓が閉まりにくいといったもので、地盤が弱いために建物を支えきれずに、不同沈下をおこしてしまうのです。

一般的にマイホームは、一生のうちで一番高価な買い物で、家族の拠り所になると私たちは考えています。そのマイホームが傾いてしまうと健康にも悪影響があり、その家族の幸せもゆらい揺らぎかねません。

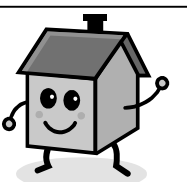
不同沈下は直すことができます。工法は地盤の状態に合わせて選択する必要があります。鋼管杭を建物の基礎下に圧入をして、弱い地盤を良好にしてから建物のレベルを修正するという工法では、修正後再び建物が沈下をするということはありません。

この工法で一般的な大きさの住宅を修正する場合、約一ヶ月かかります。基礎下に鋼管杭を圧入するため、建物基礎の下を掘削する必要がありますが、そのほとんどを人力でおこなっています。

施工中は家に住まれている方と接するわけですが、最初のうちは「どうしてうちだけこんなめに合うのか」とか「建築時に手抜きがあったのではないかと不安な様子や怒っている方がほとんどです。工事が進むにつれて、職人さんが泥まみれになり一生懸命掘削をしている姿を見られると、「大変な工事ですね」とお声をかけて頂きます。建物レベルが修正でき、完工時には「直った記念に写真を撮ろう!」と大変喜ばれます。職人さんにとって「困っているお客さまに喜ばれる仕事をしている」という使命感が、きつい仕事と感じさせない要因だと思います。

いつまでも安心して住める家を、汗まみれ、泥まみれになって、提供している多くの職人さんに拍手を送りたいです。施主様と職人さんに感謝です。

会社概要



株式会社 クリエイティブ サポート

鳥取県米子市久米町253

http://www.enjoy.ne.jp/~kazumagumi/

