

二期連続赤字、保険解約までした
貧乏ヒマ無しのオフィス家具販売店が!?

営業マン無しでできる新規物件開拓で

社員を増やさず、残業も減らしたのに

粗利2倍

粗利実績

2倍

営業利益率

7.8%

残業時間

82%削減



社長インタビュー

株式会社マルゼン(従業員6名)

代表取締役 比嘉 基氏

- 1 営業が何もしなくても**新規物件問合せ**を年間**197件**獲得!
- 2 新規物件にも関わらず**相見積もり無し**、**無競合**で受注できる仕組み
- 3 **デザイン会社との協業モデル**によって高いレベルの提案が可能に
- 4 90%の高確率で見込があるリストにだけ訪問する**超効率営業**

詳細
は中面

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Fundai Soken

オフィス家具販売店が営業マン無しで新規物件開拓する方法

TEL.0120-964-000 平日 9:30~17:30

問い合わせNo. S041542

FAX.0120-964-111 24時間 対応

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041

大阪市中央区北浜4-4-10船井総研大阪本社ビル

担当:時田

WEBからもお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に『お問い合わせNo.』を入力ください。)→

041542

- ✓ オフィス家具の粗利が年々低下している
- ✓ 通販カタログとの比較をされて厳しい
- ✓ レイアウト作成までしたのに相見積もりを取られる
- ✓ 物件の粗利が工数と見合わない
- ✓ 大型物件に依存をして経営が不安定

オフィス家具の商売は年々厳しくなっている。同業者もそう言っている。

今は、それなりに仕事があるが、働いた割には利益は残っていない。

もしまた不景気になってしまったら、どうなってしまうんだろう…

そんなオフィス家具販売店の社長に読んで欲しい。

社員を増やさず、残業を減らして定時帰社を実現しながらも

粗利を2倍にした、少し前まで貧乏ヒマなしだった販売店の逆転物語

オフィス家具販売店の社長様へ

この厳しい時代、オフィス家具の粗利率が年々低下していることもあり、忙しいけれども儲からないという販売店の社長の声をよく聞きます。株式会社マルゼン様(従業員数6名)も少し前まで同じような状況だったそうです。

- ・2期連続赤字。運転資金を用意するために保険も解約
- ・同業他社との競争に巻き込まれ、忙しいけれども儲からない…

しかし、改革に取り組むことで短期間で業績は急回復！

粗利2倍、残業時間は82%削減、営業利益率は7.8%という高収益販売店に生まれ変わりました。このたびはV字回復の秘訣を株式会社マルゼンの代表取締役 比嘉基(もとい)氏にインタビューをしました。

株式会社マルゼンの会社概要

創業	1966年(創業52年)
年商	2.05億円
従業員数	6名(正社員4名、パート2名)
取扱メーカー	プラス、コクヨ、内田洋行 など

商圏	沖縄県那覇市(人口32万人)
顧客属性	民間の中小企業中心
売上構成	オフィス家具・内装: 85% 文具事務用品: 15%



少し前まで二期連続の赤字の経営危機だった…

まず、マルゼンがどんな会社か教えてください。

はい。マルゼンは私の父が創業した会社で、今年で創業52年になります。沖縄県那覇市を中心に事業を展開しています。創業時は紙を中心に取り扱い、徐々に文具事務用品を取り扱うようになっていきました。現在は時代の変化に合わせて、オフィス家具やオフィス内装工事を提案し、お客様のオフィス環境作りをサポートしている会社です。



厳しい時代に順調に業績を伸ばしていると聞いています。本日はその秘訣をインタビューさせてください。

いえ、決して順調ではありませんでした。3年前は課題だらけの会社でした。ご存じのとおり、弊社の主力商材であった事務用品の利益率は、通販文具の浸透や、競合との価格競争によって低下し続けていました。どんなに頑張っても営業活動をして、去年の利益を下回る状況が続いていました。3年前は二期連続赤字になり、夜は眠れませんでした。

【 3年前のマルゼンが抱えていた課題 】

- 1 通販カタログの浸透によって事務用品の利益率低下
- 2 競合他社との競争が激化
- 3 頑張っても営業活動をして（利益率低下のため）結果が出ない



二期連続赤字。経営危機に陥る

3年前はとても大変な時期だったのですね…。

はい。手元に現金が無く、保険を解約して現金を作るなど、経営者の私が運転資金を作って支払をすることに集中していました。とても経営をしているとは言えない状況でした。当時は月末になると、営業成績が悪いのに危機感の無い社員達に怒ってばかりいました。創業者の父ともよく衝突し、とても辛い時期でした。

新規開拓をするために、注力して売る商品を変えた

どのように経営危機の会社を立て直し、生産性倍増をしたのですか？

はい。根本的に何かを変える必要を感じていました。しかし、何に着手していいかも分からなかったため、まずは全国の業績好調な販売店の社長の話を聞くことに集中しました。実際に顔を合わせて直接質問ができる環境に身を置きました。伸びている販売店の社長は、何をすれば成功するかを惜しげもなく教えてくれます。そこで学んだことを真似て、実践していきました。

業績好調な同業者から成功事例を聞き、実践をしたのですね。

具体的には何をされたのですか？

やはり、新規開拓をして購買力のある顧客と付き合いことが重要だと分かりました。今までのマルゼンは紹介などで1年に数件ほど新規取引がスタートするぐらいでした。新規開拓を大幅に増やすために、大きく3つの取り組みを実践しました。1つ目は、“注力する商品を変えた”ことです。今までのマルゼンは、事務用品をフロント商品にしてお客様のオフィスに入り込み、物件情報を取得してオフィス家具を販売することで収益を確保していました。しかし、収益を確保する商品だったオフィス家具は、通販カタログと価格比較されるようになり、利益率が悪化していました。また、事務用品は既に他社が入り込んでいるので、少額とはいえお客様の反応が薄く、新規開拓は困難でした。“文具事務用品で入り込み、家具物件を獲得するという成功法則は既に過去の物となっていました。”

そこで、今までの物売り中心の業態から、工事中心の業態へと転換をはかりました。具体的には、事務所内のちょっとした補修工事を元請けする“オフィスメンテナンス工事”に注力をしてお客様に入り込み、移転やリニューアルのタイミングで、家具だけではなく内装工事まで一括受注をするようにしました。

【改革① 注力する商品を変えた】

以前		改革後
文具事務用品	フロント商品	オフィスメンテナンス工事
オフィス家具	収益商品	移転、リニューアル (家具、内装工事を一括受注)

“物売り”中心の業態から、“工事”中心の業態へと転換

メンテナンス工事は無競合なので開拓がしやすい

なぜ、オフィスメンテナンス工事に注力をされたのでしょうか？

はい。建物には必ず補修工事が発生します。オフィスのちょっとした修繕をしたいのに、「依頼先が分からない」と困っているお客様はたくさんいます。実は、オフィスのあらゆるメンテナンス工事を法人向けに提案している企業はいません。工事会社は下請け体質で法人営業はほとんどしていません。ゼネコンや設計事務所は新築後にアフターフォローをあまりしません。同業者はオフィス家具や事務機のPRばかりで工事のPRはしていません。マルゼンも内装や配線工事などのオフィスメンテナンス工事の実績は以前からありましたが、お客様から言われたら対応するぐらいで、自分達から積極的にPRはしていませんでした。

【 実は、オフィスメンテナンス工事は非競争領域だった 】

工事会社



下請け体質。法人営業はほとんどしていない

設計事務所・ゼネコン



新築後のフォローをあまりしていない

文具事務用品販売店



オフィス家具、事務機、文具のPRに注力



オフィスメンテナンス工事のPRをした事で、すぐに成果が出たのですか？

いえ、すぐに成果は出ませんでした。工事は今まで実績があったので、私もすぐに成果が出ると思っていました。しかし、お客様に工事を依頼されて受注するのと、こちらからPRをして受注するのでは大違いだということを実感しました。今までの文具屋のイメージを払拭できず、施工品質を信用していただくことに苦戦しました。そこで、営業ツールや営業トークを整備して工事の営業手法を改善しました。すると、フタが外れたようにオフィスメンテナンス工事の実績が増えていきました。顧客ニーズがあるのに誰も取り組んでいないので、価格競争に巻き込まれず、新規開拓をする際も事務用品より入り込みやすいです。

【 オフィスマンテ工事の施工風景 】 売上50万円未満の小規模工事が中心になっている



オフィスメンテナンス工事が物件の受注につながった

オフィスメンテナンス工事で入り込むことで、

バックエンド商品である移転やリニューアルの受注につながるのですか？

はい。オフィスメンテナンス工事の受注をいただいたお客様からは、移転やリニューアルのタイミングで家具と内装工事を一括で任せさせていただく事が多いです。お客様は家具・文具などの物販の場合は”価格”を気にされますが、工事となると”施工品質”を最も気にされます。普段からオフィスメンテナンス工事での実績があり、安心して任せられるマルゼンに相談が来るようになります。今年はオフィスメンテナンス工事で入り込んだお客様から5,000万円ほどの大型リニューアルの受注を頂いたのですが、無競合でした。

【 移転やリニューアルの施工風景 】



オフィスメンテナンス工事で入り込むことで、施工品質の信頼を獲得して物件を受注しやすくなった。

2つ目に取り組んだことは何ですか？

2つ目に取り組んだことは、”新規開拓の仕組み構築”です。オフィスメンテナンス工事の受注が順調に増えていきましたが、既存顧客に一通りPRをした段階で受注が頭打ちになっていました。そこで、新たな顧客層の新規開拓の必要性を感じていました。飛び込み営業は効率が悪いので、何か他に効率的な営業手法はないかと検討を重ねました。

ホームページで年間150件超の新規問合せを獲得

今は新規開拓が難しい時代だと思いますが、どのように新規開拓をしたのですか？

様々な新規開拓の手法に取り組んでいますが、最も成果が出ているのがホームページによる新規開拓です。2016年にホームページを専門家に依頼をして、施工物件を受注することに特化したホームページへとリニューアルしました。現在、ホームページからは年間で150件以上の物件の新規問い合わせがきています。問い合わせが来た案件のうち3~4件に1件は受注することができます。大きい物件ですと1,000万円を超える商談もありました。物件の見込案件が毎月自動で入ってくる仕組みができたことで、営業マンが数字に直結する商談にだけ時間を使うことができるので生産性が向上しています。

また、元気のある企業や中堅・大手企業をホームページを経由して開拓できました。こういった企業様は購買力があるので、毎年リニューアルやレイアウト変更などの依頼をしてくださり、マルゼンの業績を支えてくださっています。新規開拓の数は、毎年増え続けているので今後も顧客数を増やし、業績を上げ続けていくことができると予想しています。

新規開拓数が増え続けている秘訣は何ですか？

ホームページ1点張りではなく、様々な取り組みを組み合わせているからだと思います。1つはメールマガジンです。マルゼンではアドレスを知っているお客様に「オフィス創り通信」というメルマガを定期配信しています。メルマガを送るたびに数件の物件相談が発生しています。営業マンが訪問をすることなく案件化することができるので非常に効率が良いです。2つ目はホームページに”マーケティングオートメーション”というシステムを組み込んでいます。このシステムを利用することで、「どの会社の誰が」「どのページを」「いつ見たか」を事細かに把握できるようになりました。ホームページの閲覧状況をもとにシステムが自動で見込み客リストを作成してくれます。実際に訪問をしてみると、9割以上の会社で実際に見込がありました。この営業手法は業界でも知っている方はほとんどいないと思いますよ。とても効率が良いです。

【マルゼン様のホームページ】



**年120件以上の新規問合せがある
問合せ数は年々増加中**

新規物件でも無競合で受注できるオフィス創りセミナー

3つ目に取り組んだことを教えてください。

はい。3つ目に”物件を無競合で受注できる仕組みを構築”しました。以前は物件の受注はできて工数に対して適正な利益を確保できないケースが多くありました。他社との価格競争が原因です。この課題の解決を営業マン個人に任せるのではなく、会社として物件を無競合で受注でき、利益を残せる仕組みを構築しました。具体的には、オフィス創りセミナーを開催してマルゼンのオフィス作りの実績やノウハウを顧客に伝える機会を設けました。セミナーで自社の実力を知ってもらうことで、新規物件でも無競合で受注できるようになりました。

新規物件でも無競合で受注できるのはすごいですね。オフィス創りセミナーについて詳しく教えてください。

はい。オフィス創りセミナーは1か月に1、2回の頻度で社内で開催しています。定員は5名程度のミニセミナーです。講師はマルゼンがつとめます。セミナーでは、ただキレイなオフィス事例ではなく、オフィスをリニューアルしたことで「採用力が上がった」「社内コミュニケーションが活性化した」「生産性が向上した」など、会社の業績アップに効果があった事例を厳選して紹介しています。オフィス創りセミナーに来場していただくことで、「マルゼンさんに依頼をしたい」と指名をしていただくことができ、競争から脱却することができています。また、オフィス作りの付加価値を高めたことで、レイアウト設計に入る前に設計費用を頂いてからレイアウト作成を開始できるようになっています。

【 オフィス創りセミナーの様子 】



定員： 5名程度

頻度： 月1～2回

会場： 自社オフィス

講師： マルゼン

社員の夢実現を応援できる会社になってきた

設計費を頂けるのはすごいですね。社内デザイナーがいるのですか？

いえ、社内デザイナーはいません。東京のオフィスデザイン会社と提携をすることでレベルの高いオフィスデザイン提案ができる体制を築いています。マルゼンでは「業績アップにつながるオフィスの提案をしてほしい」というお客様に対しては、いきなりレイアウトプランを提出するのではなく、経営課題や社長の想いをヒアリングシートを使ってヒアリングした上で、必要に応じてオフィスデザイン会社にもサポートを頂き、オフィスレイアウトに落とし込みをしていきます。もちろん、業績アップにつながる提案を求めているお客様には通常通り、無料でレイアウト作成をしています。

素晴らしい成果が出ていますが、こういった成果は沖縄の地域性も関係しているのでしょうか？

そんなことは無いと思います。私は、取扱メーカーに関係なく、全国の前向きな販売店の社長が集まる会に身を置いています。3つの取り組みはこの会でヒントを得ました。他の販売店でも同じ取り組みを全国で実施していますが、各地で成果が出ているようです。もちろん地域性は少なからずあると思いますが、何をしたら顧客に支持をされるのか？という本質的な部分はどの地域でも変わらないのだと思います。

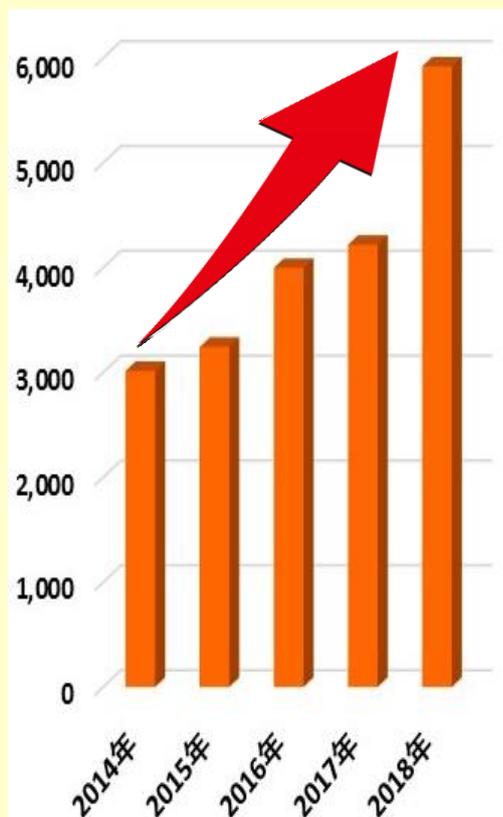
3つの施策で業績が倍増したことで、会社にどのような変化がありましたか？

2014年から比べると、2018年は粗利が2倍になりました。営業利益率も赤字から営業利益率7.8%になりました。経営者としては不安が無くなり経営が楽しくなりました。社員にとっても以前よりいい会社になっていると思います。以前は残業をしている社員も多かったですが、最近では18時過ぎには皆帰宅をしています。繁忙期の3月でも20時には皆帰宅できるようになっています。2017年からは土曜出勤日を無くして完全週休2日制にしました。有給休暇も以前より取得しやすくなっています。また、会社として社員の夢実現を支援するようになりました。マルゼンでは社員全員が仕事やプライベートも含む25か年計画を立て、全員で応援・アドバイスし合っています。社員は幸せになるために仕事をしているのであって、仕事のために生きているわけではありません。マルゼンが社員の幸せを実現する場であってほしいと考えています。以前は社員の夢を応援できる会社になりたいと思いつつも、業績が厳しく、社員に怒ってばかりいました。やっと目指していた経営に近づいているように思います。

比嘉社長、本日は貴重なお話を聞かせて頂きありがとうございました。

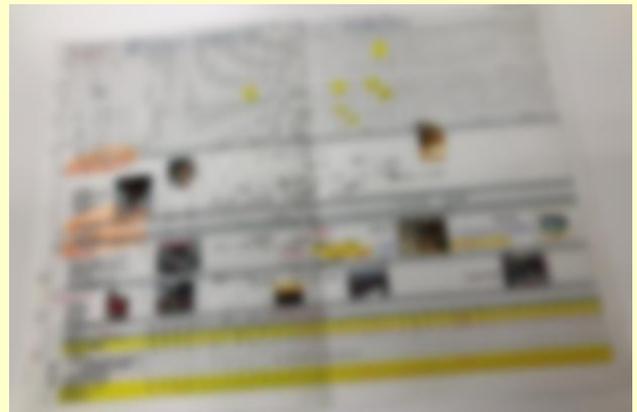
こちらこそありがとうございました。私も経営危機の時には、他県の販売店の社長に成功事例を聞かせて頂き、今があります。インタビューの内容が少しでも参考になれば幸いです。

【マルゼンの粗利実績（万円）】



2014年から比較して
2018年は2倍の粗利実績に

【人生25か年プラン】



人生の夢を全員が共有をして、
お互いに夢の実現を応援している

【社内風景】



お互いに夢実現を応援し合う会社へ
社内の雰囲気も以前より良くなった

マルゼン様が**新規開拓の仕組み**を構築して 得た**5つのメリット**

こんにちは。インタビューをつとめさせて頂いた船井総研の細井です。比嘉社長のインタビュー記事はいかがでしたでしょうか？マルゼン様が経営危機からV字回復した流れを振り返ると、

- ①新規開拓しやすい商品(=工事)中心の業態に転換した
- ②営業マン無しでできる新規開拓の仕組みを構築した
- ③新規問合せ物件を無競合で受注できる仕組みを構築した

一般的な販売店と比べて10倍以上の件数の新規開拓をしていることが、マルゼン様のV字回復を可能にしました。営業マンが活動をしなくても、新規案件が発生する仕組みを構築したことで、マルゼン様が得た5つのメリットがあります。



(株)船井総合研究所
細井 錦平

メリット① 営業マン1人当り粗利が倍増した

常に見込み案件が発生する状況を構築したことで、マルゼン様の営業マンは数字に直結する商談にだけ集中することができるようになりました。その結果、営業マン1人当り粗利が3年で倍増しました。マルゼン様では営業1人当り粗利1,973万円/年の粗利実績をあげています。

メリット② 購買力のあるVIP顧客を開拓できた

ホームページやメールマガジン、セミナーなどを経由して発生する新規案件の中には、地元優良企業や上場企業なども含まれています。購買力のある企業は毎年リピートで工事やレイアウト変更が発生するので、マルゼン様の収益を安定させる要素になっています。

メリット③ 大型物件依存体質から脱却

以前のマルゼン様では大型物件の有無が業績を左右していました。現在では新規開拓の仕組みによって、小型・中型物件の問合せが増え、大型物件依存体質から脱却できています。

メリット④ キツイ飛び込み営業を止めた

マルゼン様は以前、飛び込み営業によるPUSH型の新規開拓をしていましたが、構築したPULL型の新規開拓モデルの方が営業効率が高く、精神的負担も少ないことから、飛び込み営業を3年前から止めています。

メリット⑤ 若手でも営業成績をあげやすくなった

新規開拓が進んだことで、購買力のある顧客数が増えました。営業成績は、「営業マンの営業力」と「顧客の購買力」の掛け算です。いい顧客が増えたことで若手でも実績をあげることができるようになりました。

レポートを最後までお読みいただいた熱心な社長様へ
業界に特化した**特別セミナー**のお知らせです。



過去のセミナーの様子

今回、インタビューに応じてくださいました
(株)マルゼン 比嘉社長がゲスト講師として**ご登壇！**
業績V字回復の秘訣を本人から語って頂きます。

マルゼン様の成功事例をお読みいただき、「マルゼンさんは具体的にどのような営業活動をしているのか？」「現場を動かすにはどのような仕組みを用意すればいいのか？」「どう伝えれば社員が動くのか？」など、実践に移すにあたっての疑問も出てきているのではないのでしょうか？

そこで、読者の皆様の疑問にお答えするために、船井総研が主催となり、取材にご対応いただいた(株)マルゼンの比嘉社長に特別ビデオ出演をしていただき、「オフィス家具販売店向けに特化した経営セミナー」を開催することが決まりました。比嘉社長からは「私も同業の社長にアドバイスをもらって今があるので、マルゼンが取り組んでいることは余すことなくお伝えします！」とご快諾をいただきました。紙面ではお伝えしきれなかった、業績アップの秘訣をお話していただきます。

一昔前は、オフィス家具販売店は従来のやり方で業績を上げることができていました。しかし、現在は過去と同じやり方では厳しくなっているのはご存じの通りです。一方で、全国には、マルゼン様をはじめ、伸びている販売店が数多く存在します。伸びている販売店がある一方、相変わらず伸び悩んでいる販売店が存在しています…。その違いは何でしょうか？伸びている販売店様は、業界の常識や過去の成功法則に囚われず、他社がやっていない新たな施策に取り組んでいます。その結果、物件の新規開拓や粗利率改善、契約率向上などに成功して業績を上げ続けています。

マルゼン様や全国の業績を伸ばしている販売店の事例を学べるセミナーに、席数に限りはありますが、あなた様のお席をご用意することができます。マルゼン様が数年かけて実証実験した成功ノウハウを得るための投資額…わずか2.5万円(税別)です。

セミナーへのご参加をご検討いただくにあたって、最後に1つだけお願いがございます。社長様が経営戦略を考えるための講演テーマですので、必ず社長様自らご参加ください。ゲスト講師の比嘉社長も、船井総研のコンサルタントも経営戦略を考えられる社長向けの講演をします。経営戦略を考えられない担当者様だけのご参加では、講演内容にご満足いただけないかもしれません。本気で現状を打破したいとお考えの社長様のご参加を心よりお待ちしております。

株式会社船井総合研究所

細井 錦平

追伸 お席の確保が確実にお約束できるのはご案内到着から**7日**です。

「あとで考えよう」とレポートを置いた途端、7日はあっという間に過ぎます。今すぐ手帳を開いてスケジュール調整をして、申込用紙に記入をしてFAXで送ってください。これが来年以降の業績を変えるきっかけになります。繁忙期に突入して未来のことを考える余裕が無くなる前に、ぜひセミナーにご参加ください。

オフィス家具

Office Furniture Dealer Management Report

販売店経営レポート

このような方はぜひ本レポートをお読みください。

- ✓ オフィス家具の粗利が年々低下している
- ✓ 通販カタログとの比較をされて厳しい
- ✓ レイアウト作成までしたのに相見積もりを取られる
- ✓ 物件の粗利が工数と見合わない
- ✓ 大型物件に依存をして経営が不安定

マルゼンのV字回復の秘訣を 社長から直接聞ける機会！

～ オフィス家具販売店向け 経営セミナー ～

東京会場 2019年2月7日 木曜日

大阪会場 2019年2月14日 木曜日

各回定員20名



赤字から粗利2倍を実現した事業戦略

～マルゼンの戦略・事例を大公開～

ゲスト講師： 株式会社マルゼン 代表取締役 比嘉基 氏

主催

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

オフィス家具販売店が営業マン無しで新規物件開拓する方法

問い合わせNo. S041542

TEL.0120-964-000 平日 9:30～17:30

FAX.0120-964-111 24時間
対応

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10船井総研大阪本社ビル 担当：時田

WEBからもお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に『お問い合わせNo.』を入力ください。)→

041542

何でも屋だったオフィス家具販売店が 業態転換に成功して粗利倍増する方法

このような社長様の課題を解決するセミナーです。

- ✔ もう家具や文具の販売だけでは利益を確保することができないと感じる
- ✔ 利益率の高い移転やリニューアルを新規受注していきたい
- ✔ 頑張っても営業活動をして業績が横ばいの状態が続いている
- ✔ 働き方改革をして生産性を向上させたい
- ✔ 再現性のある新規開拓の仕組みを構築したい

マルゼン様が使っているツールをセミナー会場で特別公開



物件情報を収集できる
オフィス工事カタログ



若手も工事物件を受注できる
オフィス工事パッケージ化



物件受注するための
HP運用マニュアル



誰でもオフィス作りセミナー講師になれる
全文シナリオ&プレゼン資料



オフィス作りセミナー
運営マニュアル



オフィス作りセミナー
集客ツール



内装工事の受注を支援する
クラウドシステム



毎月、内装工事を
PRできるニュースレター



若手も受注の肝が分かる
工事営業研修テキスト

～ 当日の講座内容 ～

第1講座 2019年 オフィス家具業界の時流と対策



株式会社 船井総合研究所 オフィスデザインチーム チームリーダー 細井 錦平

- ポイント1 オフィス家具の粗利率一桁時代が数年以内にやってくる!?
- ポイント2 全国の伸びている事務用品販売店の共通点
- ポイント3 なぜ今、マルゼン様をはじめとした工事に取り組む販売店が伸びているのか?

第2講座 何でも屋からオフィス空間創りのコンサルタントへ 業績をV字回復させた事業戦略の事例紹介



特別ビデオ出演 株式会社 マルゼン 代表取締役 比嘉 基 氏

- ポイント1 社員を巻き込み、業態転換をしていくために必要なこと
- ポイント2 マルゼンの業績を倍増させた5つの施策と実践事例
- ポイント3 オフィス工事で業績アップするために必要なノウハウと、障害の乗り越え方
- ポイント4 若手営業マンが工事を受注するために、マルゼンが整備している営業の仕組み
- ポイント5 受注型ホームページと見込み客化の自動化ツール”マーケティングオートメーション”による新規開拓事例

第3講座 伸びている販売店が実践しているビジネスモデル

株式会社 船井総合研究所 オフィスデザインチーム 金子 慶彦



- ポイント1 内装工事による業績アップを最短・高確率で実現できる！
パッケージ化された事務用品販売店向けのビジネスモデルとは？
- ポイント2 毎月15件の物件の新規問合せを獲得できる受注型ホームページ
- ポイント3 新規物件でも無競合で受注できるオフィス作りセミナーとは!?
- ポイント4 業界の営業手法を変えてしまう”マーケティングオートメーション”とは？
- ポイント5 販売店がオフィスデザインを提案して設計費を獲得できる協業モデルとは？

第4講座 明日からオフィス家具販売店が取り組むべきこと



株式会社 船井総合研究所 オフィスデザインチーム チームリーダー 細井 錦平

- ポイント1 マルゼン様が業績を上げた3つのポイント
- ポイント2 業態転換を成功させて業績UPするために経営者に必要なこと
- ポイント3 生産性向上をして業績アップするために明日から取り組むべきこと

累計200名以上の家具販売店経営者が参加

セミナー開催、販促ツール・HP(等) 実際、
事業展開されている経営者の話 聞けて 有益であった。

(長野県 販売店/代表取締役)

手塚様下 業績を上げる方法は 身近にえ 下くさんあることに
気がきました。

(北海道 販売店/代表取締役)

オフィスクリエイション部門を専ら 今までは 専ら 専ら 専ら
クリエイション ツール 下 今までは 専ら 専ら 専ら
クリエイション ツール 下 今までは 専ら 専ら 専ら
クリエイション ツール 下 今までは 専ら 専ら 専ら

(福島県 販売店/代表取締役)

正直 オフィス家具は粗利が取れないと思っていたが、やり方(仕組作り)次第だと思いました。

(山形県 販売店/代表取締役)

利益はこれ以上確保できないと思っていました。
このセミナーに参加させて頂き、利益はまだまだ確保できると
思いました。佐賀へ帰って今日学んだ事を皆に伝えたい。
本日はありがとうございました。

(佐賀県 販売店/代表取締役)

今回のお話しで、お聞きした内容の中で、弊社に足りない部分は、
お聞きした仕事の内容を、より一歩進めたい。そして、これを活用して、より
多くの人と結びたいので、本日お聞きした話を社内にフィードバックし、
行えることはすぐに実施したいです。

(京都府 販売店/代表取締役)

何か業態変化をしなければならぬのでは、分かって
いたが、今日のセミナーを受けて、近道にしよう
と、一歩一歩進めたい。

(神奈川県 販売店/代表取締役)

既存規模両顧客に於いて競争。相見積りで受注率が低下
している事。元日に社へ今回のマツコトを出発する事を明確に
実行してみたい。

(大阪府 販売店/代表取締役)

オフィス家具販売店が営業マン無しで新規物件開拓をする方法 お申込用紙

お問い合わせNo.S041542

開催概要

お申込方法	<p>【WEBからのお申し込み】 下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。受講票はWEB上でご確認いただけます。</p>	<p>【FAXからのお申し込み】 入金確認後、受講票と地図を郵送いたします。お振込いただいたにも関わらずお手元に届かない場合は、下記担当者までご連絡ください。</p>
日時会場	<p>(受付12:30~)</p> <p>東京会場 2019年2月7日(木) 13:00~16:30 フクラシア八重洲(東京) 〒104-0028 東京都中央区八重洲2-4-1 ユニゾ八重洲ビル(常和八重洲ビル)3F JRI[東京]駅 八重洲地下街5番出口目の前</p>	<p>(受付12:30~)</p> <p>大阪会場 2019年2月14日(木) 13:00~16:30 (株)船井総合研究所 大阪本社 〒541-0041 大阪府大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル 地下鉄御堂筋線淀屋橋駅10番出口より徒歩2分</p>
受講料	<p>諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。</p> <p>一般企業 税抜25,000円(税込27,000円)/一名様 会員企業 税抜20,000円(税込21,600円)/一名様</p> <p>※ご入金の際は、税込金額でのお振込をお願い致します。 ●受講料のお振込みは、お申込み後速やかにお願いいたします。 ●ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。 ●万一、開催4営業日前までに受講票の案内が届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記へご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただく場合がございます。 ●ご参加を取り消される場合は、開催日より3営業日(土・日・祝除く)前の17時迄にお電話にて下記申し込み担当者までご連絡ください。 ●ご参加を取り消される場合は、受講料の50%、当日および無断欠席の場合は、100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。 ●会員企業様とはFUNAIメンバーズPlus、各業種別研究会にご入会中の企業様です。</p>	
お振込先	<p>下記口座に直接お振込下さい</p> <p>お振込先 三井住友銀行(0009) 近畿第一支店(974) 普通 No.5785697 口座名義:カ) フナイソウゴウケンキウシヨ セミナーグチ お振込口座は当セミナー専用の振込先口座となっております。 ※お振込手数料はお客様のご負担とさせていただきます。</p>	
お問合せ	<p>明日のグレートカンパニーを創る Funai Soken 株式会社 船井総合研究所 TEL.0120-964-000 平日 9:30~17:30 FAX.0120-964-111 24時間対応</p> <p>●申込みに関するお問合せ:時田 ●内容に関するお問合せ:細井 ※ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。</p> <p><small>年末年始の休題のため、12月28日正午から1月7日まで電話がつながなくなっております。ご迷惑をお掛けいたします。1月8日以降にご連絡いただきますようお願いいたします。なお、FAXは24時間受け付けしております。</small></p>	

参加会場に✓をお付けください		<input type="checkbox"/> 東京会場 2月7日(木)	<input type="checkbox"/> 大阪会場 2月14日(木)
料金には60分の無料経営相談が含まれています。当日・後日のどちらを希望しますか?		<input type="checkbox"/> 当日	<input type="checkbox"/> 後日
フリガナ		フリガナ	
会社名		代表者名	(役職:)
会社住所	〒 -	フリガナ	
		ご連絡担当	
TEL		FAX	
E-mail			
ご参加者	フリガナ	役職	
ご参加者	フリガナ	役職	
ご参加者	フリガナ	役職	



お申込はこちらから

●弊社会員組織(ご入会中の弊社研究会があれば○印をお付け下さい)

FUNAIメンバーズPlus 各業種別研究会(研究会)

【個人情報に関する取り扱いについて】

- 申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった船井総研グループ各社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。(ご案内は代表者様宛にお送りすることがあります)法令で定める場合のほか、お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。
- お客様の情報管理につきましては船井総研グループ全体で管理いたします。詳しくはホームページをご確認ください。
- セミナーのご案内時に、いただきました住所・貴社名・部署・役職・ご担当者氏名を船井総研グループが個人情報の管理について事前に調査した上で契約しましたダイレクトメール発代行会社に発送データとして預託することがございます。
- 必要となる情報(会社名・氏名・電話番号)をご提供いただけない場合は、お申込みご連絡や受講票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございます。
- お客様の個人情報に関する開示、訂正、追加、停止又は削除につきましては、船井総研コーポレートリレーションズ・顧客データ管理チーム(TEL06-6232-0199)までご連絡ください。

【個人情報に関するお問い合わせ】
株式会社船井総研ホールディングス 総務部法務課(TEL03-6212-2924)

ダイレクトメールの発送を希望しません

※ご提供いただいた住所のダイレクトメールの発送を希望されないときは、☑を入れて当社宛にご連絡ください。

