リフォームビジネス 2021年7月5日(月)・6日(火)・7日(水)・8日(木)

13:00~16:00
(ログイン時間12:30より)
オンライン開催

チラシ反響 激減・反響コスト 高騰
～脱 チラシ戦略～

デジタル集客大全

トップ企業が取り組む「デジタル網の目販促」のすべて

年間960件をデジタル集客する
県下No.1リフォーム会社の
最新デジタル集客戦略

特別ゲスト講演
株式会社
陽だまり工房(岩手県)
代表取締役社長
菊池 大助氏

- ▶来店予約とオンライン相談の2つを出口にするHP
- ▶WEBで"クチコミ商圏内一番化"を実現した方法
- ▶リスティング広告はAI活用でターゲティングを最適化
- ▶WEBキャンペーン、成果が出たもの・出なかったもの

わずか1万円で見積創出
最新 **AI活用リスティング販促**
Google Ads　YAHOO!広告

WEB反響50%増! 契約率10%アップ!
なんと500件以上、★平均4.9以上事例も!!
Googleクチコミフル活用術

コストはほぼ0 2日間10件以上の見積獲得!
チラシ0のWEBキャンペーン集客

広告収入を得ながら販促!?
チャンネル登録7,300人超で月30件を集客
ビジネスYouTube販促

1年で1,000人の『友だち登録』で実現!
電話 メール に続く第3の集客ルート
最新 **LINE集客**

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、および関係者の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

主催
明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken
脱・チラシ戦略!リフォーム会社のデジタル集客大全セミナー　お問い合わせNo.S073634
TEL.0120-964-000 平日 9:30～17:30
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　お申し込みに関するお問い合わせ:横田　内容に関するお問い合わせ:矢川

WEBから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。)→ 073634

年間960件のデジタル集客を達成する秘密を大公開！

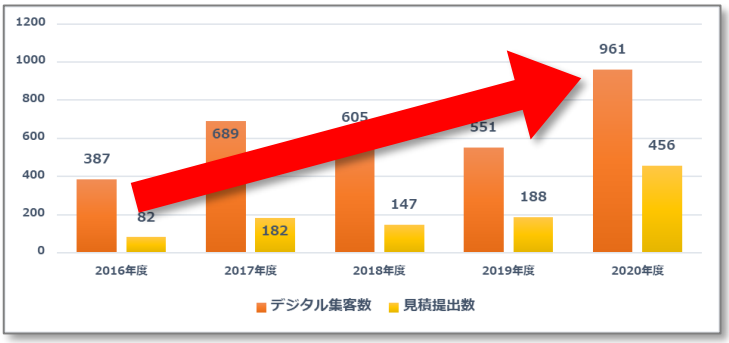
デジタル集客にて驚異的な成長を誇る陽だまり工房様の軌跡

5年で

デジタル集客数：2.5倍

見積提出数　：5.5倍

年度	2016	2017	2018	2019	2020
デジタル集客数	387	689	605	551	961
見積提出数	82	182	147	188	456

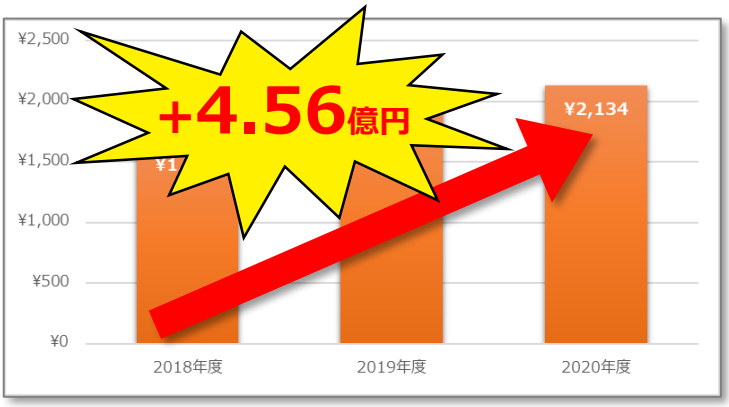


2年でリフォーム売上

16.7億円から21.3億円

に成長！

（百万円）	2018年度	2019年度	2020年度
全体売上	¥1,677	¥1,961	¥2,134



陽だまり工房様の“これが凄い！”特集 特別に3つ紹介します

コレが凄い　年間960件のデジタル集客を創出！

コレが凄い　年間見積総額7億円超えのデジタル集客！
単価200万円前後の案件を安定獲得

コレが凄い　とにかく“やり切る”組織を構築し、
取り組みへの徹底度を圧倒的に向上！

読めば明日から使える！陽だまり工房様の秘密を一部ご紹介！

スペシャルコンテンツ
陽だまり工房様の取り組みレポート

本セミナー限定

菊池社長の視点でWEBの取り組み内容を解説していただきました！

株式会社陽だまり工房

代表取締役社長　菊池 大助　氏

今回のスペシャルレポートでは

質問01　デジタル集客に取り組み始めた経緯とは？

質問02　デジタル集客に取り組む中で苦労した事とは？

質問03　成果を上げた背景とは？

質問04　デジタル集客を成功させるポイントとは？

上記4つの内容をご紹介させていただきます。

改めて陽だまり工房様では、
年間960件のデジタル集客を創出し、
単価200万円前後の案件を安定獲得することで
年間見積総額7億円超えのデジタル集客を実現しています。
その素晴らしい実績がどのように実現されたのか？
早速ではございますが、
本レポートにて成功の秘訣を一部ご紹介致しますので、
ぜひ全てお読みいただけたら幸甚です。

デジタル集客のポイントが分かる“本セミナー限定”の特別レポート

Q. デジタル集客に取り組み始めた経緯とは？

A. 主な経緯としては下記3点が挙げられます。

①チラシ販促に代わる好コスパ媒体の模索
②イベント集客の加速
③販促コストダウン

①の好コスパ媒体の模索については、チラシ販促もある程度成果が出ていましたが、**年々1件当りの獲得コストが上がっている状況**もありました。また、スマホの普及や様々な場面でデジタル関連の話題が多くなっていたこともあり、**デジタル集客の時代が来る**のではないかと感じ、注力し始めました。

②のイベント集客の加速について、弊社の場合は定期的に年4~5回程度各店イベントを行うのですが、1回当りの集客を最大化させたいという思いは常々持っていました。現在はイベントを行う際、**チラシ折込と並行して、**陽だまり工房のウェブサイトへ訪問してくれた方に対して**画像広告で告知**をします。（画像①、画像②、画像③）

※画像①

※画像②

※画像③

③の販促コストダウンについては、事業規模を大きくしていく上で、**販促をしっかりと行っていくことが重要**だと認識していました。と同時に販促コストを下げる、適正化していくことはできないかとも考えていました。そういった観点で言うと、ホームページのコンテンツは、様々な場面で活用できる**自社の資産**になっていき、**自然にお客様を集客できるようになる**ため、力を入れるべきだと考えました。

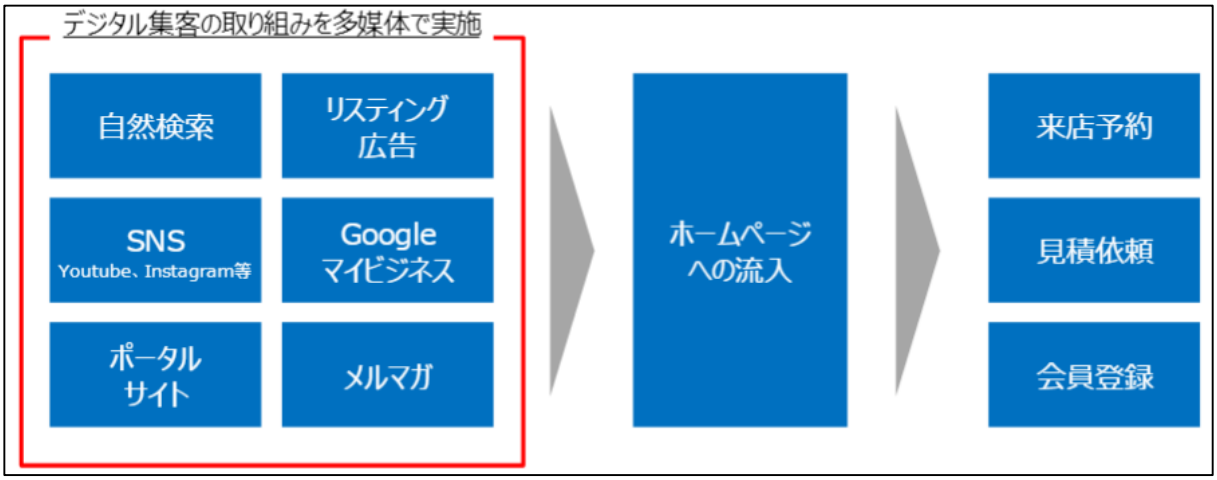
デジタル集客のポイントが分かる“本セミナー限定”の特別レポート

Q. デジタル集客に取り組む中で苦労した事とは？

A. 主に下記2点が挙げられます。

①成果が出るまでに少し時間がかかったこと
②デジタル専任スタッフ中心の仕組みづくり

①については、デジタル集客について試行錯誤の連続でした。以前はLP中心の集客も実施してみましたが、制作業者が対応できないなどの問題がありました。様々な方法を試した結果、**自社のウェブサイトを制作し、そこへ流入を集中させる**今の形にすることで成果に繋げることができました。



②のデジタル専任スタッフ中心の仕組みづくりについては、専任スタッフがすぐに見つからなかったこと、見つかってからも仕組みづくりには苦労しました。デジタルに関する知識の無いスタッフが頑張ってくれていたことや、営業スタッフとデジタル集客担当の間にも少し温度差があったため、外部の力も借りながら**デジタル集客に力を入れる意味を伝えていったり、仕組みづくりに注力**しました。
ただ、先にも述べた通りデジタル集客の時代が来るというのは感じていたため、成果が出ない・大変だから止めるのではなく、**どうしたら成果が出るのかを考える**ようにしていました。
今では**専任スタッフ1名**で**8店舗分のデジタル集客施策が回る**仕組みにまでなりました。

デジタル集客のポイントが分かる“本セミナー限定”の特別レポート

Q. 成果を上げた背景とは？

A.
正確に数字を把握した上で、やるべきことを決めたらにかく**やり切る**ことかと思います。また、**試してみる**覚悟も必要だと思います。一括りにデジタル集客と言っても、ホームページの起ち上げや施工事例の更新、イベントやキャンペーン情報の登録、Googleマイビジネスの口コミにコメントを書いてくれた方への返信など、やるべきことが多いのではないかと思います。手数が多い反面、どれが成功するのかなどはやってみないと分からないという側面もあります。
ですので、まずは**やってみて数値で成果を見てみる**ことが重要ではないかと考えています。成果を測る上でも、そこから次の一手を考える上でも、**正確に数字を把握すること**は重要であると考えます。

また、取り組み内容が多く、現場スタッフへの負担が大きくなりそうな場合には、**既存施策の優先順位付け**や**スケジューリング**を行い、スタッフへの負担が大きくなりすぎないようにしています。
ただ、現状は**成功事例に基づき**新しいアイデアが活発に出てきており、**自発的に取り組みを進めてくれている**ので、非常に良い状態が作れていると思います。

デジタル集客のポイントが分かる“本セミナー限定”の特別レポート

Q. デジタル集客を成功させるポイントとは？

A.
これは**自社でやるべき内容**と**外部を頼る内容**に分けて、やるべきことをやり切ることにあると思います。
自社でやるべき内容とは、**ホームページの更新**や**情報充実**がそれに当たります。2016年にホームページを立ち上げた時からお客様が興味のありそうな内容を投稿したり、定期的に施工事例を上げ、累計の掲載件数は700件を超えるまでになりました。また、この1~2年でさらにお客様の多様化したニーズに対応するため、3つの専門ページを作成しました。

※キッチン専門ページ　※塗装リフォーム専門ページ　※断熱リフォーム専門ページ

外部を頼るというは、**リスティング広告**であったり、**成功事例の情報収集**などです。広告については、専門的な内容も多く、外部を上手く活用することで効率的に回っていくと考えています。
また、成功事例などは自社で集められる範囲には限りがありますし、特に最近は新型コロナウイルスの感染拡大の影響で情報収集も難しくなっていると感じていますので、特に有効だと感じます。

また、デジタル集客を成功させられたポイントとしては、**早めに、本格的にデジタル集客に取り組んだ**ことも大きかったと感じます。
デジタル集客は今後まだまだ伸びると思いますので、**新たなノウハウを取り入れながら、より一層強化していきたい**と考えています。

本セミナーゲスト
株式会社 陽だまり工房

ここがみどころ
徹底解説レポート

本セミナー限定の特別レポートをお読みいただきありがとうございます。
最後に株式会社陽だまり工房様の成長の軌跡を
私（矢川）より解説いたしますのでお付き合いいただけたらと思います。

陽だまり工房様のみどころとして

０１　年間960件のデジタル集客が獲得出来ている

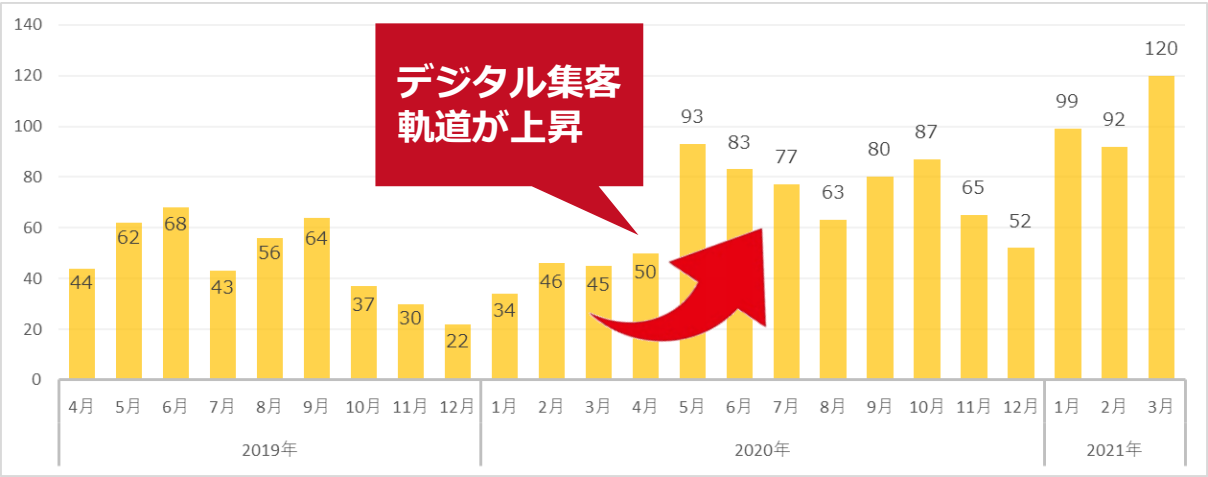
０２　見積総額7億円超え！単価200万円前後の集客を獲得

０３　とにかく“やり切る”組織を構築出来ている

の3つが挙げられます。
なぜこの実績を出すことができているのか
その秘密を本レポートにて徹底解説いたします。

０１　年間960件のデジタル集客が獲得出来ている

こちらが陽だまり工房様のデジタル集客数の推移になります。



なぜ集客軌道が上昇したのか？次項よりポイントを解説します。

本セミナーゲスト
株式会社 陽だまり工房

ここがみどころ
徹底解説レポート

01 年間960件のデジタル集客が獲得出来ている

デジタル集客を伸ばすためのポイントは、

- リスティング（広告）
- MEO（Googleマイビジネス）
- SEO（自然検索）

まずは、この3つで1位になることです。それぞれで1位になるためには、

- リスティング（広告） → **どんなキーワードに対してどの程度の広告費をかけて運用するか**
- MEO（Googleマイビジネス） → **写真・口コミ・投稿をお客様に魅力的に感じてもらえるように掲載できるかどうか**
- SEO（自然検索） → **サイトをお客様のニーズに合わせて品質を高めていけるかどうか**

様々な手法がありますが、これらのやるべきことをやり切ってきちんと強化し、**自社の商圏地域内で1位を獲得**できたからこそ、陽だまり工房様では、デジタル集客力が格段に上がりました。
1位を獲得するまでの工夫やポイントは、**成功しているノウハウを導入する**ことが有効です。船井総研ではそういった各社の成功事例を数多く持っておりますので、本セミナーにて詳細の内容を大公開させていただきます。

（株）船井総合研究所
リフォーム支援部
Reformビジネスグループ
FAST-Reformチーム　リーダー

本セミナーゲスト
株式会社 陽だまり工房

ここがみどころ
徹底解説レポート

02 見積総額7億円超え！単価200万円前後の集客を獲得

陽だまり工房様で見積ボリュームを増やすことができた要因の一つとしては、**水廻りの複合工事や増改築、塗装工事など単価の高い案件**をある程度**狙って集客できている**ことにあります。それを実現するためには、自社が集めたいお客様に向けて、**魅力的なコンテンツを発信**することが重要です。
例えば、キッチンに特化したキッチンマルシェページを作った時には、
そもそも自社が集めたいお客様とはどういったお客様なのか？
そのお客様はどういった内容が知りたいのか？
といったことから深掘りを行うことで、魅力的なサイト作りをしていきました。
そのため、通常のリフォームページ、塗装専門のページ、断熱専門のページがありますが、それぞれページのデザインや構成を上記のような観点から、それぞれの**お客様像に合った内容**に作り込んでいます。
結果として、デジタル集客関連のキッチンや水廻りの複合工事が、**2~3倍程度集客**できるようになりました。

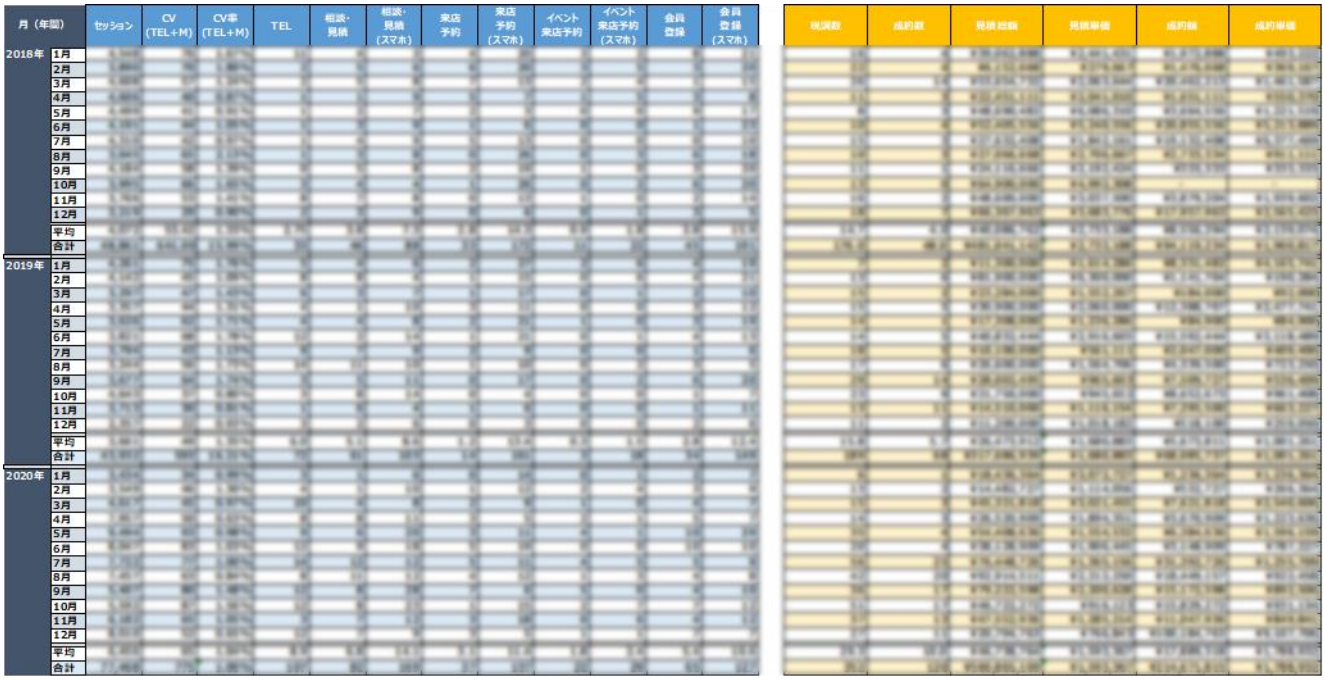
（株）船井総合研究所
リフォーム支援部
Reformビジネスグループ
FAST-Reformチーム　リーダー

本セミナーゲスト
株式会社 陽だまり工房

ここがみどころ
徹底解説レポート

03 とにかく“やり切る”組織を構築出来ている

陽だまり工房様では、**デジタル販促担当者1名**で実績や進捗管理ができる体制を敷いています。施策決定する会議は月に1回行っており、綿密な**実績管理シート**を活用しています。参考例としてはこちらです。



月（年間）		セッション	CV (TEL+M)	CV率 (TEL+M)	TEL	相談・見積	相談・見積（スマホ）	来店予約	来店予約（スマホ）	イベント来店予約	イベント来店予約（スマホ）	会員登録	会員登録（スマホ）	現調数	成約数	見積提出数	見積単価	成約額	成約単価
2018年	1月																		
	2月																		
	3月																		
	4月																		
	5月																		
	6月																		
	7月																		
	8月																		
	9月																		
	10月																		
	11月																		
	12月																		
	平均																		
	合計																		
2019年	1月																		
	2月																		
	3月																		
	4月																		
	5月																		
	6月																		
	7月																		
	8月																		
	9月																		
	10月																		
	11月																		
	12月																		
	平均																		
	合計																		
2020年	1月																		
	2月																		
	3月																		
	4月																		
	5月																		
	6月																		
	7月																		
	8月																		
	9月																		
	10月																		
	11月																		
	12月																		
	平均																		
	合計																		

こちらは各月の成果を把握する資料で、ホームページへの流入数や問合せ数、見積提出数や成約数について、デジタル集客関連の数字が一目で分かるようになっています。毎月、この資料を使って全体感を把握しながら必要な施策を整理しています。**正しい現状把握を行える体制**があるからこそ、正しい方向に向かって**やり切る習慣**が組織に根付いているのだと感じます。

以上が株式会社陽だまり工房様の見どころになります。
本レポートだけでも多くの学びがあったかと思いますが、本セミナーではもっと踏み込んだ深い内容をお伝え致します。
これからデジタル集客に力を入れていきたい、**デジタル販促の成果を上げて業績アップを図りたい**会社様は、ぜひご参加いただけたらと思います。
最後までお読みいただきありがとうございました。

次ページよりセミナーのご案内をさせていただきますので、引き続きご覧下さい

最後に、特別なご案内がございます。最後までお読みください。

(株)船井総合研究所　リフォーム支援部　Reformビジネスグループ
FAST-Reformチーム　リーダー　矢川　魁人

リフォーム支援部において、専門工事業からのリフォーム事業新規参入や活性化支援などに30社以上携わり、戦略立案から実務支援まで多面的にサポートしている。特に、1日で終わるリフォーム小工事専門店（1dayリフォーム）、水廻りリフォーム専門店（FAST-Reform）の立ち上げ支援を中心に日々コンサルティングを行っている。最近では、WEBサイトを活用したリフォーム集客のサポートまでコンサルティング領域を広げて、成功事例をプロデュースしている。

ここまで、本レポートをお読みいただきありがとうございます。

今回レポートを作成した株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部の矢川 魁人と申します。

株式会社陽だまり工房様は**デジタル集客の強化**により、デジタル関連のお問合せ数が年間960件獲得といった驚異的な実績を残されています。さらに、デジタル集客額7.5億円を達成し、**圧倒的地域一番店**へと変貌を遂げられました。

- ☑ **デジタル集客に力を入れているが成果に繋がっていない**
- ☑ **ホームページを作ったが、全く生かし切れていない**
- ☑ **チラシ反響が落ちているため、他社の販促戦略を知りたい**

このように思われる経営者様の不安をすべて解決したのが、株式会社陽だまり工房様なのです。**デジタル関連のお問合せ数を増やし続け、かつ業績も伸ばし続けている。**これが今伸びている**リフォーム会社**の形なのです。

菊池社長のお話をもっと詳しく知りたいと思われる経営者様は多くいらっしゃると思います。ですので、今回はここまでお読みの経営者様に特別なご案内があります。

チラシ反響 激減・反響コスト 高騰

～脱 チラシ戦略～

デジタル集客大全

WEB開催 2021年7月5日(月)・7月6日(火) ・7月7日(水) ・7月8日(木) 13：00～16：00

（ログイン開始12：30より）

当日のスケジュール

講座	セミナー内容
第1講座 13：00 ～ 13：30	**データから見る伸びている会社の共通点** 成熟期マーケットであるリフォーム市場の 最新動向についてお伝えします。 株式会社船井総合研究所　リフォーム支援部 Reformビジネスグループ　FAST-Reformチーム　リーダー **矢川　魁人** リフォーム支援部において、専門工事業からのリフォーム事業新規参入や活性化支援などに30社以上携わっている。特に最近では、WEBサイトを活用したリフォーム集客のサポートまでコンサルティング領域を広げている。
第2講座 ゲスト講座 13：30 ～ 14：15	**県下No.1リフォーム事業の成長を支えた最新デジタル集客戦略** 県下No.1リフォーム会社の 最新デジタル集客戦略をお伝えします。 株式会社 陽だまり工房 代表取締役社長 **菊池　大助氏** 岩手県、宮城県を中心に住宅リフォーム事業を展開。岩手県No.1の売上実績を誇る。 先進的なデジタル集客への取り組みを実施し、年間900件を超えるデジタル集客を実現している。
第3講座 14：30 ～ 15：30	**デジタル網の目販促戦略と取り組みのポイント** デジタル集客のポイントとなる「デジタル網の目販促戦略」や 具体的ノウハウ＆事例について分かりやすく解説します。 株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 Reformビジネスグループ マネージャー **齋藤　勇人** リフォーム支援部において住宅リフォーム事業の新規参入および活性化に携わり、現在は全国各地の地域1番店や 有力リフォーム会社において、成熟マーケットで勝ち残るためのビジネスモデル転換を数多くプロデュースしている。
第4講座 15：30 ～ 16：00	**まとめ** リフォーム会社が取り組むべきデジタル集客について 株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 Reformビジネスグループ シニアコンサルタント **井手　聡** 1996年入社。以来、リフォーム会社のコンサルティングには一貫して従事し、累計支援先は250社、講演回数は600回を超える。毎月15社の経営支援に飛び回り、戦略立案から実務支援まで、社長を多面的にサポートしている。

当日お伝えする内容はこちら！

当日のセミナーでは陽だまり工房様の成功事例の他にも明日から使える具体的な内容をお伝えします！

01）リフォームホームページで成果を出すための工夫
02）業態別ホームページの具体的な実践施策
03）最新AI活用リスティング販促
04）成果に繋がるWEBキャンペーン集客
05）店舗の魅力を上げるGoogleマイビジネス活用術
06）平均★4.9以上のGoogleクチコミフル活用術
07）広告収入を得ながら販促できるYoutube販促
08）1年で1,000人の友達登録を実現するLINE活用
09）自然検索順位1位を可能にするSEO対策のすすめ
10）広告文作成の具体的実践内容
11）デジタル集客進捗状況を確認できる体制づくり
12）現状を正しく把握するための会議資料
13）デジタル関連の案件成約率を高めるための営業フロー
14）単価を200万円前後にコントロールする施工事例の見せ方
15）デジタルから10件以上集客するイベントバナーの作り方
16）リスティング広告におけるキーワード選定の基準
17）1件当りいいねが100件を超えるFacebook投稿活用術
18）ユーザービリティを高めるホームページの導線づくり
19）お客様のクリックを促すページタイトル、説明文の見せ方
20）デジタル集客数値把握に必要な観点と使うべきツール
21）イベント集客を最大化させる画像広告の作り方
22）成果の出るデジタル集客の全体設計
23）問合せ完了率を上げる問合せフォームの作り方
24）デジタル集客施策の優先順位の付け方について
25）投稿品質を向上させるための取り組み
26）社内コミュニケーションのデジタル化推進
27）会社の良さを発信し続け、自社ファンを増やす取り組み
28）現場調査を無くすLINE活用術
29）お客様との関係性を強くする！メルマガ活用術
30）自社サイトだけでない！ポータルサイト活用術

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

脱・チラシ戦略！リフォーム会社のデジタル集客大全セミナー

お問い合わせNo. S073634

開催要項

日時・会場

オンライン にてご参加

2021年 7月5日（月）
7月6日（火）
7月7日（水）
7月8日（木）

開始 13：00 ▸ 終了 16：00（ログイン開始12：30より）

＜お申込期限＞
7月5日開催分：7月1日（木）
7月6日開催分：7月2日（金）
7月7日開催分：7月3日（土）
7月8日開催分：7月4日（日）

本講座はオンライン受講となっております。
諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。
オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。ご参加方法の詳細は「船井総研web参加」で検索

受講料

一般価格　税抜 15,000円（税込16,500円）／一名様
会員価格　税抜 12,000円（税込13,200円）／一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内（メール）をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内（メール）をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、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、下記お申込み担当者へご連絡ください。なお、ご入金が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3営業日（土・日・祝除く）前まではマイページよりキャンセルをお願い致します。それ以降は下記事務局宛にメールまたはお電話にてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は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。
●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン（旧：FUNAIメンバーズPlus）へ ご入会中のお客様のお申込に適用となります。

お申込方法

下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済、銀行振込が可能です。 受講票はWEB上でご確認いただけます。
または、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.の数字6桁 073634 を入力、検索ください。

お問合せ

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）
●申込みに関するお問合せ：横田　●内容に関するお問合せ：矢川

お申込みはこちらからお願いいたします

7月5日（月）
申込締切日：7月1日（木）

7月6日（火）
申込締切日：7月2日（金）

7月7日（水）
申込締切日：7月3日（土）

7月8日（木）
申込締切日：7月4日（日）

オンラインにて開催

下記QRコードを読み取り
お申し込みをお願い致します。