

営業マンの育成にお悩みの不動産経営者様、必見!

社長のための 営業マン育成 スゴイ仕組み



仕組み化 課題の見える化 デジタル化 がポイントです。



神戸市
神戸不動産リアルティ株式会社

営業生産性が **2,000万円** ▶ **3,000万円** へ

媒介取得件数 **19件** ▶ **90件** へ



神戸不動産リアルティ 株式会社
代表取締役

白石 康雄 氏



金沢市
株式会社さくらホーム

デジタル化 で平均残業時間 **5時間** へ

年商150億、社員1人当たり売上 **1億** 越えへ



株式会社 さくらホーム
ビジネスソリューション事業部
ゼネラルマネージャー

上妻 堯甫 氏

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。



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

営業力強化セミナー

今すぐスマホでチェック!

お問い合わせNo.S075487

開催日時：2021年8月23日(月)・31日(火)・9月8日(水)オンライン開催

主催：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

TEL.0120-964-000 平日9:30~17:30
お申込みに関するお問合せ：中田 内容に関するお問合せ：丸山

WEBページから
セミナー情報をご覧ください。



営業社員様を育成できる会社とできない会社の違いとは？

『業績アップをしたい。』『営業マンを早期育成したい。』

『営業マンを管理できる店長をつくりたい。』など、様々な悩みからこのDMを開いていただいたと思います。

ありがとうございます。経営も同じですが、売上を昨年対比で伸ばし続けることは簡単ではないと思います。営業マンも一緒に、年間を通して好成績で成果を出し続けることは難しいです。

しかし、どのような状況下でも伸ばし続けている会社や営業マンがいるのも事実です。船井総合研究所では、毎年、**全国の約350名の不動産営業マンの数字・行動・プロセスを徹底分析して、活躍している営業マンの法則を共有**しています。たまたま活躍できたのではなく、活躍し続けることが重要です。反響案内率なのか、成約率なのか、平均客単価なのか。それともすべてが必要なのか。秘訣は、どの数字も劇的にアップさせることができる。

しかもそれを維持できる、つまり**営業マンが活躍し続ける育成の仕組み**が秘訣です！それぞれ個々の独自の営業のやり方を進めるのではなく、不動産未経験社員でも入社6ヶ月以内に活躍できる育成環境づくりが非常に大切だと思います。この重要性に気が付き、取り組んでいる会社（経営者）はコロナ禍においても順調に業績を伸ばされています。**営業マン育成は社長の大きな仕事**だと思います。

本レポートをご確認いただき、営業マンの育成強化に本格的に取り組んで欲しいと思います。

営業マン育成の仕組み事例をチェック

兵庫県神戸市
神戸不動産リアルティ株式会社
代表取締役 白石康雄氏

兵庫県神戸市で、不動産売買仲介業に従事。
未経験社員の採用を積極的に行い、前期は未経験
1年未満が半数を占めながら、粗利3.4億円を達成。

ゲスト
講師

営業9名うち、未経験1年未満新人社員が6名

1店舗 粗利3億円を達成

■ 営業9名うち未経験新1年未満社員6名で 粗利実績3億円達成！高生産性の仕組み！

兵庫県神戸市西区を中心に活動されている、
神戸不動産リアルティ株式会社様は、2012年1月設立。今期11期目を
迎える会社様です。2019年度より更なる業績アップを目指し、
未経験者大量採用、営業の仕組み化に取り組むよう方向性を転換。
既存の経験者の離職があったが、積極的に未経験若手採用・育成に
取り組み、業績を落とさずに粗利3億円を突破。

2020年度も既存経験者の離職があったが、**期末社員9名うち未経験
1年未満社員6名で事業粗利3.7億円**を達成。今年度にはエリア最大規
模の店舗への移転を進める予定である。

営業の「専任化」「分業化」、「仕組み化」「業績の見える化」に
注力することで、**未経験の新人社員**であっても**入社2か月目契約、2年
目粗利3000万円**を達成する仕組みが作り出せました。この2年間で実
際に取り組んだ内容についてお伝えさせていただきます。

未経験入社2か月で契約・1人当たり生産性 3000万円達成の成功ストーリー

■ 実際に取り組んだ具体的実践内容

1. 未経験新人社員の採用

これまで、経験者の即戦力採用を意識していましたが、人員増を図るために未経験者採用に取り組みました。経験者はある程度自分の「型」をもって入社してくるため、会社の「型」に従ってもらうことが難しいと当時から考えていたためです。

採用は補充採用ではなく厳選採用を意識しました。

2. 営業の仕組み化

未経験者採用を行って人員増加を図っていくことを決めたので、営業フローの構築・営業資料の作成（営業のマニュアル化・仕組み化）を次に行いました。これまでは新人未経験者が入社した際に、どのタイミングで何を教えたらよいのかも、どうやって教えたら良いのかも分からない状態でした。また、入社後の予算イメージの作成や1か月目～3か月目の実施事項を決め、育成の流れも体系化しました。

1年目	1か月目	2か月目	3か月目	4か月目	5か月目	6か月目	7か月目	8か月目	9か月目	10か月目	11か月目	12か月目
	試用期間			100	100	100	150	150	150	150	150	150
2年目	13か月目	14か月目	15か月目	16か月目	17か月目	18か月目	19か月目	20か月目	21か月目	22か月目	23か月目	24か月目
	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
3年目	25か月目	26か月目	27か月目	28か月目	29か月目	30か月目	31か月目	32か月目	33か月目	34か月目	35か月目	36か月目
	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250

研修用教育ステップアップ			インプット		アウトプット		
			日付	項目	日付	項目	項目
入社～1か月目	営業教育・基礎知識	インプット			アウトプット		
1か月目	入社～1か月目の業務に慣れてみる	アウトプット					
2か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
2か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
3か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
3か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
4か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
4か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
5か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
5か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
6か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
6か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
7か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
7か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
8か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
8か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
9か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
9か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
10か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
10か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
11か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
11か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
12か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
12か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
13か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
13か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
14か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
14か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
15か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
15か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
16か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
16か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
17か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
17か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
18か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
18か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
19か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
19か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
20か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
20か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
21か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
21か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
22か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
22か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
23か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
23か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
24か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
24か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
25か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
25か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
26か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
26か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
27か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
27か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
28か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
28か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
29か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
29か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
30か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
30か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
31か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
31か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
32か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
32か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
33か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
33か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
34か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
34か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
35か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
35か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					
36か月目	営業教育・基礎知識	インプット					
36か月目	営業教育・基礎知識	アウトプット					

未経験入社2か月で契約・1人当たり生産性 3000万円達成の成功ストーリー

営業フローに関しては、反響対応の流れや初回接客の流れを構築しました。どの順番で何の説明をするのかを決めておくことで、未経験者でも接客がしやすくなっていると思います。

また、上長も忙しく、教育の時間も満足に確保できない中で、営業のマニュアル化が非常に効果的でした。反響対応のトークマニュアルや接客時、訪問査定時の活用資料を仕組み化することで、誰でも一定水準のトークが早期にできるようになりました。



■日々の営業ロープレも 仕組み化し、営業の即戦力化が加速

営業マニュアルの整備により、今まで正解がわからないまま営業ロープレをしていたため、取り組んでも中々成果につながりませんでした。が、営業マニュアルを活用してロープレすることで着実に個々の契約率が向上しました。ロープレの実施日・実施時間も店舗として決めることで、ロープレの仕組み化にもつながりました。今では入社2~3カ月で1契約、2年目で粗利3000万円が達成できるレベルまで早期育成が進んでいます。

未経験入社2か月で契約・1人当たり生産性 3000万円達成の成功ストーリー

3. 専任化と分業化

不動産未経験社員が多い弊社において、売り買いどちらも営業させてしまうと結果、中途半端になって成果につながらないと判断し、媒介取得担当はトップ営業1名と適任者だけを売り専任にし、その他の営業社員は買い営業だけに専念させることで役割を分業化させました。結果的にこの取り組みがうまくいき、

売り専任化させたことで、取り組み1年で受託件数が倍増。

専任1名で70件、店舗全体で91件の媒介取得強化に成功し

ました。そして、苦戦していたポータル反響での集客数が安定的に増加し、未経験営業社員にも継続的に接客機会が与えられるようになりました。

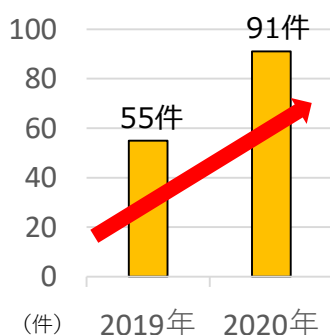
■ 営業社員を専任化・分業化することで 媒介取得年間91件達成

⇒ 買い反響数が安定

未経験採用・営業の仕組み化

⇒ 営業社員の生産性が向上しました。

※専任化前後の
媒介取得件数の推移



		査定反響数	訪問査定数	訪問査定率	受託件数	専任数	反響受託率
2020年	1月	92	31	33.7%	8	6	8.7%
2020年	2月	77	31	40.3%	17	11	22.1%
2020年	3月	75	24	32.0%	15	10	20.0%
2020年	4月	43	10	23.3%	4	1	9.3%
2020年	5月	46	11	23.9%	4	4	8.7%
2020年	6月	39	5	12.8%	3	3	7.7%
2020年	7月	53	11	20.8%	7	8	13.2%
2020年	8月	46	9	19.6%	7	5	15.2%
2020年	9月	46	10	21.7%	7	6	15.2%
2020年	10月	47	11	23.4%	7	6	14.9%
2020年	11月	28	8	28.6%	7	5	25.0%
2020年	12月	26	6	23.1%	5	5	19.2%

石川県金沢市 株式会社さくらホーム

ビジネスソリューション事業部ゼネラルマネージャー 上妻 亮甫氏

石川県を中心に不動産事業・建築事業・リフォーム事業等を開業。創業25年。売上150億円を超える会社様である。近年、DX化を進め営業生産性が1.5倍とDX化にも成功され、成長されている会社様である



ゲスト
講師

営業DX活用で

残業時間約48%減 生産性1.5倍

■ 営業DX導入で1万時間の業務削減 マネージャー平均年齢減 高生産性を実現！

石川県を中心に、富山県、福井県にも事業展開をされている株式会社さくらホーム様は近年、本格的に社内業務のシステム化を推進されました。

事業部を設置しシステム導入を進めた結果、

精算のペーパーレス化、顧客情報の自動登録、工程管理の自動化等が実現

し、**業務時間の大幅削減**につながりました。また、営業活動に

おける**KPIが自動抽出**されるため、**営業社員様の課題を数字で**

明確に把握することができ、**データに基づく指示が出せる**ように。

納期確認や、案件の進捗の状況**管理も自動化**し、**上長の属人的な**

指摘に頼らずに部下を**管理できる仕組みが実現**。

DX導入で、**新人社員様が育つ仕組み、マネージャーの部下**

管理の仕組みを作り上げることに成功されました。

DX化、仕組み化を実現するために、この4年間で実際に取り組んだ内容についてお伝えさせていただきます。

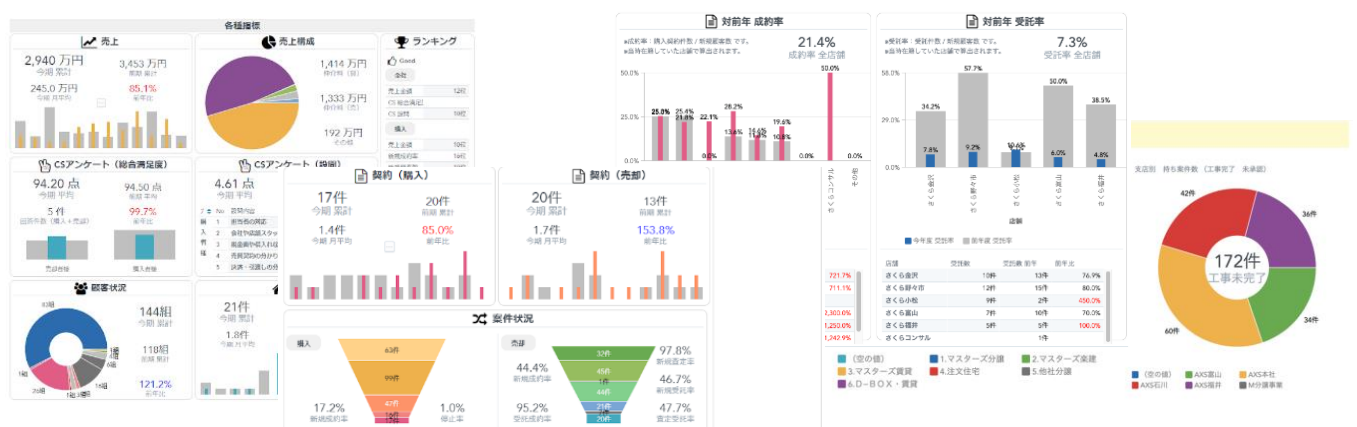
新人育成・マネージャー育成につながる データ経営とデジタル管理の成功ストーリー

■ さくらホーム様のデータ経営とデジタル管理

1. マネジメントデータの見える化で早期課題解決

これまで、帳票管理はしていましたが、営業個人別や店舗別の課題把握に時間がかかり、分析や実行まで行きつかないことがありました。当社ではBIツール+サイボウズを活用し、経営者・マネージャー・一般社員それぞれの視点で営業情報等の様々なデータを誰もがリアルタイムで確認できるようにしました。

KPIが自動で見える化されるため、課題が明確にデータで把握することができ、これまで分析にかけていた時間を、課題解決策の検討に充てることができるようになりました。営業個人別のKPI数字を常に見える化しているため、反響からの面談率に課題があるのか、その場合通電はしているのか等、課題が明確に数字データで把握できます。また、うまくいっている営業社員のデータも当然見える化しているため、比較をすることで違いや課題を常時すぐに把握することができます。そしてそこから解決策を提示することができるため、新人社員の早期育成を実現することができました。



マネジメントに専念できるようになりました。

⇒新人の早期育成・業績アップ^oを実現

9

仕組み化X課題の見える化Xデジタル化

営業フロー・営業ツールの標準化

営業マニュアル・営業ツール

①【全体】スターターキット

- 媒介取得強化手法の標準化
- 営業戦略編（売り）
- 営業戦略編（買）
- 営業戦略編（買入）
- 営業戦略編（買入）
- 営業戦略編（買入）

②【売り】マニュアル・トーク集

- 営業戦略編（売り）
- 営業戦略編（買）
- 営業戦略編（買入）
- 営業戦略編（買入）
- 営業戦略編（買入）
- 営業戦略編（買入）

④ 帳票類

- 受託物件ランクアップ表
- 査定反響管理帳票
- 案件別進捗表
- 業績管理帳票
- 行動量管理帳票

スキルチェックシート

項目	スキルチェックシート
1	営業戦略編（売り）
2	営業戦略編（買）
3	営業戦略編（買入）
4	営業戦略編（買入）
5	営業戦略編（買入）
6	営業戦略編（買入）
7	営業戦略編（買入）
8	営業戦略編（買入）
9	営業戦略編（買入）
10	営業戦略編（買入）
11	営業戦略編（買入）
12	営業戦略編（買入）
13	営業戦略編（買入）
14	営業戦略編（買入）
15	営業戦略編（買入）
16	営業戦略編（買入）
17	営業戦略編（買入）
18	営業戦略編（買入）
19	営業戦略編（買入）
20	営業戦略編（買入）
21	営業戦略編（買入）
22	営業戦略編（買入）
23	営業戦略編（買入）
24	営業戦略編（買入）
25	営業戦略編（買入）
26	営業戦略編（買入）
27	営業戦略編（買入）
28	営業戦略編（買入）
29	営業戦略編（買入）
30	営業戦略編（買入）
31	営業戦略編（買入）
32	営業戦略編（買入）
33	営業戦略編（買入）
34	営業戦略編（買入）
35	営業戦略編（買入）
36	営業戦略編（買入）
37	営業戦略編（買入）
38	営業戦略編（買入）
39	営業戦略編（買入）
40	営業戦略編（買入）
41	営業戦略編（買入）
42	営業戦略編（買入）
43	営業戦略編（買入）
44	営業戦略編（買入）
45	営業戦略編（買入）
46	営業戦略編（買入）
47	営業戦略編（買入）
48	営業戦略編（買入）
49	営業戦略編（買入）
50	営業戦略編（買入）
51	営業戦略編（買入）
52	営業戦略編（買入）
53	営業戦略編（買入）
54	営業戦略編（買入）
55	営業戦略編（買入）
56	営業戦略編（買入）
57	営業戦略編（買入）
58	営業戦略編（買入）
59	営業戦略編（買入）
60	営業戦略編（買入）
61	営業戦略編（買入）
62	営業戦略編（買入）
63	営業戦略編（買入）
64	営業戦略編（買入）
65	営業戦略編（買入）
66	営業戦略編（買入）
67	営業戦略編（買入）
68	営業戦略編（買入）
69	営業戦略編（買入）
70	営業戦略編（買入）
71	営業戦略編（買入）
72	営業戦略編（買入）
73	営業戦略編（買入）
74	営業戦略編（買入）
75	営業戦略編（買入）
76	営業戦略編（買入）
77	営業戦略編（買入）
78	営業戦略編（買入）
79	営業戦略編（買入）
80	営業戦略編（買入）
81	営業戦略編（買入）
82	営業戦略編（買入）
83	営業戦略編（買入）
84	営業戦略編（買入）
85	営業戦略編（買入）
86	営業戦略編（買入）
87	営業戦略編（買入）
88	営業戦略編（買入）
89	営業戦略編（買入）
90	営業戦略編（買入）
91	営業戦略編（買入）
92	営業戦略編（買入）
93	営業戦略編（買入）
94	営業戦略編（買入）
95	営業戦略編（買入）
96	営業戦略編（買入）
97	営業戦略編（買入）
98	営業戦略編（買入）
99	営業戦略編（買入）
100	営業戦略編（買入）

育成カリキュラム・動画マニュアル

動画マニュアル

『あいさつ』『問合せ内容確認』『ご売却検討理由の確認』『机上査定と訪問査定』『問い合わせ』『訪問アポーク』

- Point
- Point
- Point
- Point

『あいさつ』『問合せ内容確認』『ご売却検討理由の確認』『机上査定と訪問査定』『問い合わせ』『訪問アポーク』

- Point
- Point
- Point
- Point

育成カリキュラム

項目	育成カリキュラム
1	営業戦略編（売り）
2	営業戦略編（買）
3	営業戦略編（買入）
4	営業戦略編（買入）
5	営業戦略編（買入）
6	営業戦略編（買入）
7	営業戦略編（買入）
8	営業戦略編（買入）
9	営業戦略編（買入）
10	営業戦略編（買入）
11	営業戦略編（買入）
12	営業戦略編（買入）
13	営業戦略編（買入）
14	営業戦略編（買入）
15	営業戦略編（買入）
16	営業戦略編（買入）
17	営業戦略編（買入）
18	営業戦略編（買入）
19	営業戦略編（買入）
20	営業戦略編（買入）
21	営業戦略編（買入）
22	営業戦略編（買入）
23	営業戦略編（買入）
24	営業戦略編（買入）
25	営業戦略編（買入）
26	営業戦略編（買入）
27	営業戦略編（買入）
28	営業戦略編（買入）
29	営業戦略編（買入）
30	営業戦略編（買入）
31	営業戦略編（買入）
32	営業戦略編（買入）
33	営業戦略編（買入）
34	営業戦略編（買入）
35	営業戦略編（買入）
36	営業戦略編（買入）
37	営業戦略編（買入）
38	営業戦略編（買入）
39	営業戦略編（買入）
40	営業戦略編（買入）
41	営業戦略編（買入）
42	営業戦略編（買入）
43	営業戦略編（買入）
44	営業戦略編（買入）
45	営業戦略編（買入）
46	営業戦略編（買入）
47	営業戦略編（買入）
48	営業戦略編（買入）
49	営業戦略編（買入）
50	営業戦略編（買入）
51	営業戦略編（買入）
52	営業戦略編（買入）
53	営業戦略編（買入）
54	営業戦略編（買入）
55	営業戦略編（買入）
56	営業戦略編（買入）
57	営業戦略編（買入）
58	営業戦略編（買入）
59	営業戦略編（買入）
60	営業戦略編（買入）
61	営業戦略編（買入）
62	営業戦略編（買入）
63	営業戦略編（買入）
64	営業戦略編（買入）
65	営業戦略編（買入）
66	営業戦略編（買入）
67	営業戦略編（買入）
68	営業戦略編（買入）
69	営業戦略編（買入）
70	営業戦略編（買入）
71	営業戦略編（買入）
72	営業戦略編（買入）
73	営業戦略編（買入）
74	営業戦略編（買入）
75	営業戦略編（買入）
76	営業戦略編（買入）
77	営業戦略編（買入）
78	営業戦略編（買入）
79	営業戦略編（買入）
80	営業戦略編（買入）
81	営業戦略編（買入）
82	営業戦略編（買入）
83	営業戦略編（買入）
84	営業戦略編（買入）
85	営業戦略編（買入）
86	営業戦略編（買入）
87	営業戦略編（買入）
88	営業戦略編（買入）
89	営業戦略編（買入）
90	営業戦略編（買入）
91	営業戦略編（買入）
92	営業戦略編（買入）
93	営業戦略編（買入）
94	営業戦略編（買入）
95	営業戦略編（買入）
96	営業戦略編（買入）
97	営業戦略編（買入）
98	営業戦略編（買入）
99	営業戦略編（買入）
100	営業戦略編（買入）

KPI数値の管理・BI化

KPI管理帳票

項目	KPI管理帳票
1	営業戦略編（売り）
2	営業戦略編（買）
3	営業戦略編（買入）
4	営業戦略編（買入）
5	営業戦略編（買入）
6	営業戦略編（買入）
7	営業戦略編（買入）
8	営業戦略編（買入）
9	営業戦略編（買入）
10	営業戦略編（買入）
11	営業戦略編（買入）
12	営業戦略編（買入）
13	営業戦略編（買入）
14	営業戦略編（買入）
15	営業戦略編（買入）
16	営業戦略編（買入）
17	営業戦略編（買入）
18	営業戦略編（買入）
19	営業戦略編（買入）
20	営業戦略編（買入）
21	営業戦略編（買入）
22	営業戦略編（買入）
23	営業戦略編（買入）
24	営業戦略編（買入）
25	営業戦略編（買入）
26	営業戦略編（買入）
27	営業戦略編（買入）
28	営業戦略編（買入）
29	営業戦略編（買入）
30	営業戦略編（買入）
31	営業戦略編（買入）
32	営業戦略編（買入）
33	営業戦略編（買入）
34	営業戦略編（買入）
35	営業戦略編（買入）
36	営業戦略編（買入）
37	営業戦略編（買入）
38	営業戦略編（買入）
39	営業戦略編（買入）
40	営業戦略編（買入）
41	営業戦略編（買入）
42	営業戦略編（買入）
43	営業戦略編（買入）
44	営業戦略編（買入）
45	営業戦略編（買入）
46	営業戦略編（買入）
47	営業戦略編（買入）
48	営業戦略編（買入）
49	営業戦略編（買入）
50	営業戦略編（買入）
51	営業戦略編（買入）
52	営業戦略編（買入）
53	営業戦略編（買入）
54	営業戦略編（買入）
55	営業戦略編（買入）
56	営業戦略編（買入）
57	営業戦略編（買入）
58	営業戦略編（買入）
59	営業戦略編（買入）
60	営業戦略編（買入）
61	営業戦略編（買入）
62	営業戦略編（買入）
63	営業戦略編（買入）
64	営業戦略編（買入）
65	営業戦略編（買入）
66	営業戦略編（買入）
67	営業戦略編（買入）
68	営業戦略編（買入）
69	営業戦略編（買入）
70	営業戦略編（買入）
71	営業戦略編（買入）
72	営業戦略編（買入）
73	営業戦略編（買入）
74	営業戦略編（買入）
75	営業戦略編（買入）
76	営業戦略編（買入）
77	営業戦略編（買入）
78	営業戦略編（買入）
79	営業戦略編（買入）
80	営業戦略編（買入）
81	営業戦略編（買入）
82	営業戦略編（買入）
83	営業戦略編（買入）
84	営業戦略編（買入）
85	営業戦略編（買入）
86	営業戦略編（買入）
87	営業戦略編（買入）
88	営業戦略編（買入）
89	営業戦略編（買入）
90	営業戦略編（買入）
91	営業戦略編（買入）
92	営業戦略編（買入）
93	営業戦略編（買入）
94	営業戦略編（買入）
95	営業戦略編（買入）
96	営業戦略編（買入）
97	営業戦略編（買入）
98	営業戦略編（買入）
99	営業戦略編（買入）
100	営業戦略編（買入）

BIツール



早期育成・高生産性を実現！営業マン育成 成功事例大公開！

仕組み化・見える化・デジタル化で 粗利5000万円から **1.8億円へ！**



もともと営業5名で粗利5000万円と生産性に課題がありましたが、前期は営業9名、うち未経験者が7名という体制で粗利1.8億円を達成できました。営業のツールマニュアルの導入・育成の仕組み化・KPIの見える化に取り組んだ結果です。

仕組み化・見える化・デジタル化で 粗利6000万円から **1.6億円へ！**

経験者主体で事業を運営していましたが、さらなる事業拡大のために未経験新人社員の採用に踏み切りました。育成の仕組みを整えたことで、未経験若手社員が入社2年目粗利2400万円を達成できました。



実際に、先行してこの取り組みを始められている会社様で、実施以前に多くいただいた質問や疑問をまとめてみました。

- ①そもそも未経験の新人採用をしたことがない。採用をしても戦力になるまでに時間がかかるイメージがある。
- ②新人育成のための仕組みは自社にはない。仕組みづくりは大事だと思っているが、どこまでこういった仕組みが必要なかわからない。またそこに工数をかけられるほど時間がない。
- ③自分たちも今まで育成されてきたことはない。
なので、どうやって育成をしていけば良いのかまったくわからない。
- ④今までツールやマニュアルを使ってきたことがない。
既存の営業社員はそういったものを使うことに抵抗があるだろう。
- ⑤DXを実践して、結果どのような効果が期待できるのかまったく見えていない。結局入力の手間が増えて現場は実践しないだろう。

実に多岐にわたる疑問点で、もしかすると同じように感じている経営者様もいらっしゃるかもしれません。今回レポートで**取り上げた成功企業の2社様では、実際にはこういった内容を解決され、新人育成に成功し高生産性を実現され、今も業績を上げ続けています。**上記の内容にできれば一つ一つお答えさせていただきたいのですが、紙面ですべてお答えするのはなかなか難しく、会社様ごとの状況に応じて解決の仕方も様々です。ぜひ、少しでもご興味を持たれたのであれば、**実際に取り組まれている経営者様の生の声を聞いていただくのが早いと思います。**そこで、今回、レポートに登場いただいた成功事例企業2社様をお招きするセミナーを企画しました。皆様ぜひご参加いただき、取り組みを実践いただければと思います。

不動産売買事業会社の営業マン育成の仕組み化

講座内容 & スケジュール

講座

第1講座

13:00

～

13:20

第2講座

13:20

～

14:10

ゲスト講師

第3講座

14:25

～

15:05

ゲスト講師

まとめ講座

15:05

～

15:30

営業力強化セミナー

2021年8月23日(月) 31日(火) 9月8日(水)

オンラインセミナー

13:00～15:30

(ログイン開始12:30～)

セミナー内容

9割の会社は人財育成で業績が向上する理由とは

ポイント① 不動産会社こそ人財育成に力を入れるべき理由とは!?

ポイント② 人財育成を進める前に押されるべきポイントを徹底解説

ポイント③ 人財育成を進める上での組織づくり・DXとは!?

株式会社 船井総合研究所 不動産支援部 不動産売却チーム リーダー

船井総合研究所へ入社以来一貫して不動産売買事業のコンサルティングに従事している。売上高1億円から上場企業まで、幅広い規模の企業に向け業績アップ支援を行っている。「徹底的な現場主義」をモットーに、地域一番店での営業同行を生かした現場レベルのコンサルティングを行う。不動産会社様の業績アップを最も得意としており、事業計画・採用計画・組織体制や評価の立案から現場に入り込んだ営業研修・ツール作成等、不動産売買事業の即時業績アップには定評がある。

塔本和哉

未経験新人社員の早期戦力化のためのポイント!

ポイント① 未経験新人社員の採用・育成戦略とは!?

ポイント② 営業フローの構築、営業資料の仕組み化のポイントとは!?

ポイント③ 営業課題が見える化させ、社員育成につなげる管理手法とは!?

ポイント④ 入社2～3か月後契約・2年目粗利3,000万円を実現する
未経験営業社員の育成手法とは!?

神戸不動産リアルティ株式会社

代表取締役 白石康雄氏

神戸市にて不動産売買仲介事業を開始。現在は神戸市西区を拠点としている。不動産の仕入れを強化した結果、直近の3年間では毎年昨対150%以上の粗利成長率で継続成長中。立ち上げから10期目で粗利3.7億円と急成長中の会社様である。



営業社員・マネージャー育成のための営業DX

ポイント① 会社の業績・社員課題の見える化を進め、高速PDCAで生産性向上

ポイント② 管理・確認業務を自動化! マネジメントに専念できる仕組み

ポイント③ 平均残業時間減、社員1名当たり売上1億円の高生産性の秘訣

株式会社さくらホーム ビジネスソリューション事業部ゼネラルマネージャー

上妻亮甫氏

石川県を中心に不動産事業・建築事業・リフォーム事業等を展開。創業25年。売上150億円を超える会社様である。

近年、DX化を進め平均残業時間が5時間に。社員1人当たり売上1億円と高生産性の会社様である。



まとめ講座

株式会社 船井総合研究所 不動産支援部 不動産売却チーム リーダー

船井総合研究所へ入社以来一貫して不動産売買事業のコンサルティングに従事している。売上高1億円から上場企業まで、幅広い規模の企業に向け業績アップ支援を行っている。「徹底的な現場主義」をモットーに、地域一番店での営業同行を生かした現場レベルのコンサルティングを行う。不動産会社様の業績アップを最も得意としており、事業計画・採用計画・組織体制や評価の立案から現場に入り込んだ営業研修・ツール作成等、不動産売買事業の即時業績アップには定評がある。

塔本和哉

お申込みはこちらからお願いします

8/23(月) オンライン
申込締切日: 8/19(木)

8/31(火) オンライン
申込締切日: 8/27(金)

9/8(水) オンライン
申込締切日: 9/4(土)

右記のQRコードを読み取っていただきWEBページをご覧ください。WEBページにはもっと詳しい内容と特典が付けてありますので、ぜひご覧ください。

※オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。

Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 web参加」で検索

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください

一般価格: 税抜18,000円(税込19,800円)/1名様

会員価格: 税抜14,400円(税込15,840円)/1名様

