

住宅会社 工務店 **経営者様向け**

WEB
開催

2021年

10月25日・27日

水
日

開催時間

10:00~12:00
(ログイン開始9:30~)

販促費のムダをなくす

チラシゼロ戦略

伊田テクノス 株式会社
代表取締役会長 伊田 登喜三郎氏



株式会社 藤城建設
代表取締役 藤城 英明氏



久留米建設 株式会社
専務取締役 高田 周二氏



販促費は変えずに
98組から
207組へ!

反響数**854件!**
反響単価
1,949円に!

集客数**937組!**
来場単価
16,547円に!

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

チラシ0セミナー

お問い合わせNo. S077683

船井総研セミナー事務局 E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp

※お問い合わせの際は[セミナータイトル・お問い合わせNo.・お客様氏名]を明記の上、ご連絡ください。

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

WEBからお申込みいただけます。(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。) → 077683

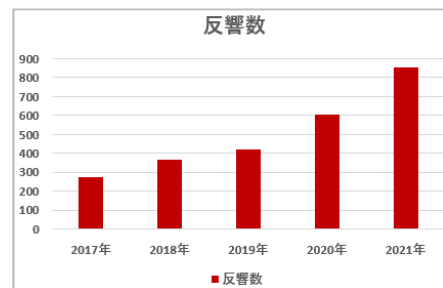


トップ営業マンを配置！ 企画課の広報活動で、 反響単価1,949円/1組に

株式会社 藤城建設 代表取締役 藤城 英明 氏

■ 販促費を変えず5年間右肩成長した理由は“企画課”

ここ5年、集客は右肩上がり。今では月28万円の販促費で90件近い問合せが来ます。チラシは来場単価が25,800円と高いため、2020年に止めました。ここまで好調なのは企画課に理由があります。



↑過去5年間の反響数値

■ 企画課には“会社の立場から物事を考える”人を抜擢

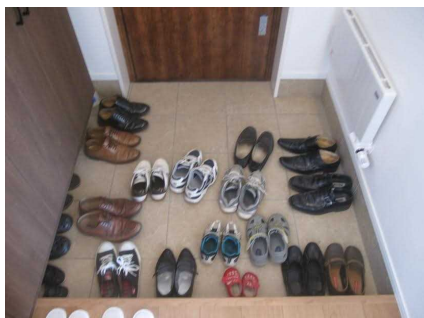
費用対効果を突き詰めていく中で、企画課という言葉を目にしました。集客や営業のサポートを行う部署で、海外企業では当たり前の存在。これだ！と思い、数字への意識が強い川内を早速、企画課のリーダーにしました。



元20棟売る営業マン(川内氏) ↑

■ “藤城流”を伝えるため、まずはインスタ広告に特化

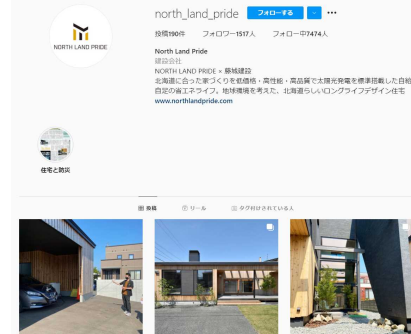
立ち上げ時の企画課はまだ1人で、色々手を出すには限界がありました。なので、最初はインスタに絞り込むことに。理由はアットホームな雰囲気や建物が強みなので、写真で訴求するインスタが最適だと考えたから。当日は販促費20万円かけて20組以上の来場！最高のスタートでした！



↑OPENした当日の様子



↑インスタで集客した新ブランド



↑新ブランドのインスタ

■イベントごとの写真変更が反響単価を下げる！

インスタ広告では反響単価1万円が目標。実現のため、イベントごとで写真や配信エリア、年齢を変えて目標の単価を上回らないよう常に計測。他に、表示回数やHPへの移行数をイベントごとに出し、クリック率が3%を切らないよう管理も徹底しました。



ブランド	日程	テーマ	エリア	ターゲット性別(歳)	単価(円)	反響数(件)
North Land Pride	2020/4/13-5/1	CM動画	中国町半田200m圏内	18-45	50,000	569
ゆきだるまの家	2020/4/13-5/1		通分金町南エリア内	18-45	50,000	1,225
North Land Pride	2020/4/22-5/10		札幌市	18-45	50,000	1,087
				4月分	150,000	2,881
North Land Pride	2020/4/30-5/15		通分金町南エリア内	25-55	150,000	3,965
ゆきだるまの家	2020/5/4-5/15		通分金町南エリア内	18-55	50,000	1,558
平家製作所	2020/5/4-5/15		通分金町南エリア内	25-55	50,000	706
North Land Pride	5/22-5/31		通分金町南エリア内	25-55	50,000	1,078

↑ 広告用に加工作して見やすいように工夫

↑ イベントごとに写真を変更/数値を集計

■企画課の広報活動により、年間で反響数854件獲得

企画課では毎月、月初に必ず戦略会議を行います。そこではインスタ広告などの分析以外に、プレスリリースや外部からの取材対応、新卒の育成カリキュラムまで作成することもあります。特に企画課主導で実現した、実績を打ち出した足場シートは全現場に設置され、圧倒的存在感かつ安心感の訴求により、集客数UPに貢献。私はこれらの広報活動が全て結びつき、2年前と比べて集客2倍、年間反響数854件、反響単価1,949円を達成できたと考えています。

入社1週目				2週目			
時間/曜日	4月13日	4月14日	4月15日	4月16日	4月17日	4月18日	4月19日
9:00-10:00	入社式	入社式	入社式				
10:00-11:00	入社式	研修(新入社員) 新入社員研修(1) 入社式	研修(新入社員) 新入社員研修(2) 入社式				
11:00-12:00	研修(新入社員) 新入社員研修(3) 入社式	研修(新入社員) 新入社員研修(4) 入社式	研修(新入社員) 新入社員研修(5) 入社式				
12:00-13:00	研修(新入社員) 新入社員研修(6) 入社式	研修(新入社員) 新入社員研修(7) 入社式	研修(新入社員) 新入社員研修(8) 入社式				
13:00-14:00	研修(新入社員) 新入社員研修(9) 入社式	研修(新入社員) 新入社員研修(10) 入社式	研修(新入社員) 新入社員研修(11) 入社式				
14:00-15:00	研修(新入社員) 新入社員研修(12) 入社式	研修(新入社員) 新入社員研修(13) 入社式	研修(新入社員) 新入社員研修(14) 入社式				
15:00-16:00	研修(新入社員) 新入社員研修(15) 入社式	研修(新入社員) 新入社員研修(16) 入社式	研修(新入社員) 新入社員研修(17) 入社式				
16:00-17:00	研修(新入社員) 新入社員研修(18) 入社式	研修(新入社員) 新入社員研修(19) 入社式	研修(新入社員) 新入社員研修(20) 入社式				

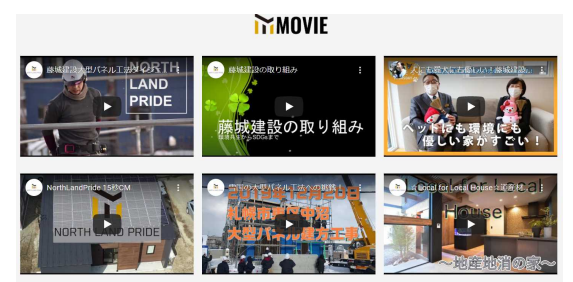
↑ 2か月間の企画課チーム主導の研修カリキュラム



↑ 縦3,600mm×横5,400mm



↑ 戦略会議の様子



← ↑ 最近ではYouTube撮影や取材、プレスリリースも対応

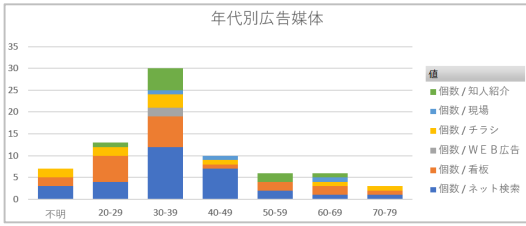


2年前は98組だった集客が、 販促媒体を絞り込むだけで 今年は207組来場しました！

伊田テクノス 株式会社 代表取締役会長 伊田 登喜三郎 氏

■ 来場単価が75,000円なので、チラシを辞めました

船井さんから来場単価5万円以上は費用対効果が悪いと聞き、チラシはすぐ止めることに。
ウチは販促費が年間で決まっており、その中で最大限の集客をするためには、必要な決断でした。チラシの月30万円をどこに配分しよう…。



↑ 来場のキッカケを集計すると、チラシからほとんど来ていないことが判明

■ WEBや来場者データを元に、絞り込む媒体を選定

まず大事なのが現状把握です。そこで、マーケティング担当を雇い、Google広告の運用やHPの閲覧数、滞在時間などを全て集計。その結果、Google広告の来場単価が25,000円と判明。この結果を知ったことで、予算を増やせば来場も増えるという自信になりました！

Google adwords		1月	2月	3月	4月	
		26,007	26,211	68,867	62,916	
検索広告	表示回数	31	2018年	1月	2月	3月
	クリック数	1	合計	セッション	7,260	6,290
	反響率	0.1		ユーザー	356	443
	広告費	¥223.6		セッション時間	47.19%	41.53%
	反響単価	¥111.6		セッション時間	0.0236	0.0414
	平均クリック単価	¥446.0		セッション時間	5.191	4.039
	表示回数	446.0		セッション時間	3.123	2.545
	クリック数	1.0		セッション時間	0.0050	0.0051
	クリック数	6.0		セッション時間	1.713	1.808
	反響率	0.0		セッション時間	67.65%	70.30%
ディスプレイ	反響数	0.0		セッション時間	871	874
	広告費	¥115.5		セッション時間	0.0035	0.0048
	反響単価	¥23.1		セッション時間	0.0035	0.0048
	平均クリック単価	¥48.0		セッション時間	0.0035	0.0048
	表示回数	446.0		セッション時間	0.0035	0.0048
	クリック数	1.0		セッション時間	0.0035	0.0048
	クリック数	6.0		セッション時間	0.0035	0.0048
	反響率	0.0		セッション時間	0.0035	0.0048
	反響数	0.0		セッション時間	0.0035	0.0048
	広告費	¥115.5		セッション時間	0.0035	0.0048
Google adwords 広告費合計		¥339.1		セッション時間	0.0035	0.0048
Google 反響獲得単価平均		¥48.0		セッション時間	0.0035	0.0048

↑ Google広告やHP数値の分析結果 兼 報告書

■ チラシ予算をWEBとLP作成に配分し、207組来場

Google広告に月20万円投下した後、お客様の中でシングルマザーが多いことに気づきました。もし、囲い込めれば更なる集客の予感…。すぐに余った予算を使い、LPを作成しました。今では、LPからも月5件は反響があり、チラシを止めたことで集客は2年前と比べて2倍以上です。



↑ 働くママさん達に向けた、ランディングページを作成



年間集客数937組！ Google広告と看板戦略で、 来場単価16,547円/1組に

久留米建設 株式会社 専務取締役 高田 周三 氏

■費用対効果を出した結果、Google広告に予算集中

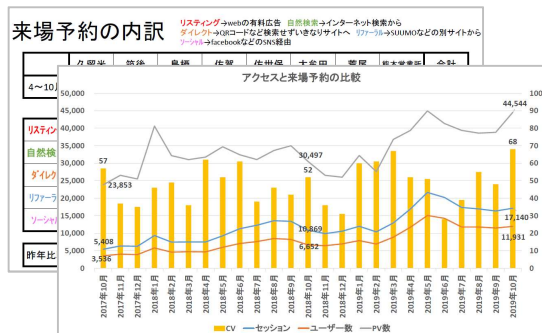
費用対効果を算出すると、チラシとGoogle広告の差は明らか。そこで、2020年8月にチラシを止めるため、前もって予算を毎月10万円ずつGoogle広告へ移動させ、移行の準備を整えました。

久留米・筑後	配布枚数	来場数	総コスト	来場単価
合計	256,192	272	18,351,266	67,468
ポスティング	256,140	44	531,993	120,908
新聞折込	0	0	0	#DIV/0!
フリーペーパー	0	2	0	0
ホームページ自然検索	1	#VALUE!	824,892	#VALUE!
WEB広告経由	6	104	337,021	32,406
SNS	0	9	188,477	209,420
野立看板	#VALUE!	60	695,145	115,856
不動産サイト	0	7	0	0
紹介	#VALUE!	28	0	0
飛び込み	0	11	0	0
現場看板	0	5	0	0
その他	0	4	0	0

↑チラシの来場単価が12万円、Google広告は3万円

■リスク管理のため、データの集計や報告を徹底

Google広告の比重が増えるにつれ、リスク管理が大事になると考え、マーケティング室を立ち上げることに。元々秘書であった女性を専任で配置し、報告書の作成から店長陣への共有などを対応してもらうようにしました。



↑WEB会社と毎月Google広告の数値を集計/報告書に落とし込む

■知名度を上げるために看板を市内32か所に設置！

実は、私の中で1つ懸念していることが…。周りには同価格帯の競合が非常に多く、その中でもウチは、2015年立ち上げなので知名度が低い。そうすると、広告が表示されてもクリックされないんじゃないかと。なので、知名度を上げるため、32か所に看板を設置しました。今ではWEBと看板の相乗効果で、年間937組、来場単価は16,547円です。



↑看板のマッピング表

2021年4月～8月 WEB広告費				
久留米・筑後	WEB広告費	看板数	看板広告費	看板広告単価
久留米・筑後	3,750,000	10本	678,500	3,392,500
鳥栖	1,500,000	8本	269,500	1,347,500
佐賀	1,500,000	3本	115,000	575,000
佐世保	1,500,000	0	0	0
大牟田・荒尾	1,500,000	11本	439,165	2,195,825
合計	9,750,000		1,502,165円	7,360,835円

↑看板・WEBの費用対効果をまとめた報告書

“脱チラシ” 既成概念に捕らわれるな!!



販促費のムダをなくす！ チラシゼロを実現する、 3つのポイント教えます

株式会社 船井総合研究所 建築グループ 室伏 大祐

皆様こんにちは。株式会社 船井総合研究所の室伏大祐と申します。

お手元に届いたこの小冊子レポートを手に取り、ここまでお読みいただいたあなたは、きっと「チラシ」について何らかのお悩みをお持ちのことと思います。

ただ、チラシ配布が当たり前になっている住宅会社・工務店からすると、止めることはすぐに決断できない問題だと思います。

「長年、撒いてきたチラシを止めて本当に集客は上手くいくのか？」
ご心配のように、チラシゼロを成功させるためには、

絶対に外してはいけないポイントが3つ存在します。

今回、ご紹介した会社様から成功したポイントを整理してみましょう。

ポイント① 販促のムダをなくすための現状把握！

まず、自社の現状を知ることから始まります。年間いくらの販促費を使って、どの媒体にいくら投下し、何組来場に繋がっているのか。それらを把握するには、分析ツールを用意する必要があります。

来場者アンケート



販促媒体の予算管理

来場者の属性分析

来場のキッカケ分析

各媒体の費用対効果

その他にも
分析ツール多数
当日公開!!

ポイント② 費用対効果が最適な媒体の強化！

現状把握が終わると、費用対効果の最も良い媒体が分かります。

Google広告が良いと判明した場合、Google広告からHPまでの導線を強化する必要があります。例えばGoogle広告の広告文やキーワードの改善、HPで閲覧上位ページの品質向上。また、専用のランディングページを作成し、更なる反響アップを狙う場合もあります。

広告 <https://〇〇〇...>
6月5日6日にモデルハウスOPEN | 豊橋で創業40年

豊橋
価格
住宅

広告 <https://〇〇〇...>
南アルプス市にモデルハウスOPEN | 年間施工実績県内トップクラス | 今、話題の住宅会社

1854年の創業から165年以上地域に寄り添ってきた老舗だからこそできる家づくり。老舗の「品質本位」の信条とお客様の豊かさ、幸せを一番に考えた家づくりを提案します。

↑全国100社以上の住宅会社、工務店のノウハウを元に、問合せに繋がりやすい広告文へブラッシュアップを図ります



↑来場者のニーズに合わせて、専用のランディングページも作成します

ポイント③ 社内にマーケティング室の立ち上げ！

最後に一番重要なのが、販促を専任化することです。つまり、マーケティング室の立ち上げ。そこではデータの集計・管理から分析まで全て

を行います。もし社内に候補の方がいない場合は、すぐに採用することをお勧めします。その上で、育成も大変なのでは…、と感じているはず。インスタやLINE、Google広告の運用、HPの管理や修正、WEB数値をまとめて経営陣に改善提案できるまでの能力、これらを全て教えるのか…という方へご安心ください。

当日は、育成のポイントまで全てお伝えします。今はチラシが当たっているから大丈夫とお考えの方、当たらなくなってからマーケティング室を立ち上げて遅いです。今、立ち上げる必要があります。



↑Google広告の見方から、SNSの運用方法、分析の方法までマニュアルにまとめた上で、わかりやすく解説します。

実施項目	スケジュール					
	1回目	2回目	3回目	4回目	5回目	6回目
経営者・幹部様向けセミナー						
マーケティング室の立ち上げ						
Google広告の運用						
SNSの運用						
HPの管理・修正						
WEB数値の分析						
改善提案の作成						

↑研修カリキュラムを作成

ここまでレポートをお読みいただいた方へお願い

ご参加は**経営者様か経営幹部様限定！**でお願いいたします。

一般社員・担当者様のみのお申し込みの場合、ご参加をお断りさせていただく場合がございますので、ご了承下さい。

理由は、ご自身がデジタル集客を良く分からないという理由で、参加自体を敬遠される経営者・経営幹部様の企業では、取り組みをしても実績が上がりにくいからです。

「自社は専門業者に任せているから大丈夫」と思っている経営者様こそ、是非このセミナーを受けてください。専門業者でも、住宅会社の最適な施策をやり切れない場合は非常に多くあります。

ではセミナーでお会いできることを楽しみにしております。

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。

チラシ0セミナー

お問い合わせNo. S077683

開催要項

オンラインにてご参加

お申込期限：10月21日（木）

2021年10月25日（月） 開始 10:00～ 終了 12:00 （ログイン開始09:30より）

オンラインにてご参加

お申込期限：10月23日（土）

日時・会場

2021年10月27日（水） 開始 10:00～ 終了 12:00 （ログイン開始09:30より）

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。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 web参加」で検索！

※各回、同じ内容です。ご都合のよい日時をお選びください。

受講料

一般価格 税抜 10,000円（税込11,000円）／一名様

会員価格 税抜 8,000円 （税込8,800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、事前にご連絡ください。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。●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。●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。それ以降は下記船井総研セミナー事務局宛にメール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。

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.077683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

船井総研セミナー事務局 E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

TEL 0120-964-000（平日9:30～17:30）●申込みに関するお問合せ 藤野 ●内容に関するお問合せ 室伏

※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

お申込みはこちらからお願いいたします

10月25日（月）オンライン

申込締切日 10月21日（木）

10月27日（水）オンライン

申込締切日 10月23日（土）



チラシ0セミナー

日時：2021年10月25日(月)・27日(水)

会場：オンライン

時間：10時～12時(ログイン開始：9:30～)

■主なテーマ

●販促費のムダをなくすチラシゼロ戦略

■講座

第1講座

■チラシ0で大量集客！住宅業界の常識を打ち破った先進事例大公開

※チラシ0にしてから反響単価も大幅ダウン！そのノウハウと事例をご紹介します。

株式会社船井総合研究所 建設支援部
建築グループ 室伏 大祐

第2講座

■チラシに代わる販促媒体とは！？

デジタル・アナログの両面から徹底解説

※ただWEBにお金をかければいいのか？チラシ0を実現するためのポイント解説

株式会社船井総合研究所 建設支援部
建築グループ 室伏 大祐

第3講座

■明日から始められるチラシ0で成功するポイント

※明日から実践できるチラシ0を達成するためのポイントを解説

株式会社船井総合研究所 建設支援部
建築グループ マネージャー 竹田 忠功

【株式会社 船井総合研究所】

中小・中堅企業を対象に専門コンサルタントを擁する日本最大級の経営コンサルティング会社。

業種・テーマ別に「月次支援」「経営研究会」を両輪で実施する独自の支援スタイルをとり、「成長実行支援」「人材開発支援」「企業価値向上支援」「DX（デジタルトランスフォーメーション）支援」を通じて、社会的価値の高い「グレートカンパニー」を多く創造することをミッションとする。その現場に密着し、経営者に寄り添った実践的コンサルティング活動は様々な業種・業界経営者から高い評価を得ている。

【建設支援部】

株式会社 船井総合研究所において、住宅・不動産関連ビジネスの支援を専門的にコンサルティングする社内で最大のコンサルティング集団。特に、住宅部門では地域密着ビルダーに対する即効性の高いアドバイスで、全国の会員企業・支援先企業で業績アップ支援を行っている。