

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。

【webセミナー】2年目新人 スーパーセールスフォーラム

お問合せNo. S088302

開催要項

オンラインにてご参加

※全日程とも同じ内容となっております。ご都合のよい日程をお選びください。

お申込期限: 7月30日(土)

2022年 8月3日(水) 開始 13:00 ▶ 終了 15:30 (ログイン開始 12:30より)

オンラインにてご参加

お申込期限: 7月31日(日)

2022年 8月4日(木) 開始 13:00 ▶ 終了 15:30 (ログイン開始 15:30より)

オンラインにてご参加

お申込期限: 8月 5日(金)

2022年 8月9日(火) 開始 13:00 ▶ 終了 15:30 (ログイン開始 12:30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

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。尚、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きます場合がございます。●ご参加を取り消される場合は、開催3日前まではマイページよりキャンセルをお願いいたします。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。

●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.088302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 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: 横田 ●内容に関するお問合せ: 西村
※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。

お申し込み方法



OPEN!

Webからお申込みいただけます!

右記のQRコードを読み取りいただきWebページのお申込みフォームよりお申込みくださいませ。

セミナー情報をWebページからもご覧いただけます!

https://www.funaisoken.co.jp/seminar/088302



オンライン
受講

2022年
8月3日(水)
13:00~15:30 (ログイン開始12:30~)
お申込期限: 7月30日(土)

2022年
8月4日(木)
13:00~15:30 (ログイン開始12:30~)
お申込期限: 7月31日(日)

2022年
8月9日(火)
13:00~15:30 (ログイン開始12:30~)
お申込期限: 8月5日(金)

入社早々大活躍の営業社員が一堂に集結!

オンライン開催

2022年 8月3日(水)・4日(木)・9日(火)
13:00~15:30 (ログイン開始12:30~)

経営者も必見

リフォーム
業界

2年目新人
スーパーセールス
フォーラム

特別
ゲスト

未経験中途入社2年目で
売上5,800万円!
4年目から20代若手店長
として活躍中!

株式会社桃栗柿屋
店長 二野 義基氏

なぜ、こんなにも早く
売れるようになったのか?

特別
ゲスト

新卒2年目で驚異の
売上7,483万円を達成!

株式会社ライフスタイルカンパニー
佐藤 さち氏

ゲストのすごい営業育成の仕組み、大公開

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
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

※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。

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

セミナー
情報を
スマホで!



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。→ 088302

01 新卒2年目で驚異の売上7,483万円を達成!



青森県八戸市

株式会社
ライフスタイル
カンパニー

佐藤 さち氏

北海道教育大学地域協働専攻卒業後、株式会社ライフスタイルカンパニーへ入社。リフォーム営業配属後、6月に現場デビューし、現在3年目。「細かいところまで気付いて提案」を心掛け、お客様に心から満足していただく工事をすることを目指し、日々活動している。

店舗情報

店 舗 名: 八戸リフォームプラザ

展 示 台 数: キッチン9 お風呂3
トイレ12 洗面6

商 圏 人 口: 約20万人

店 舗 年 商: 3億円

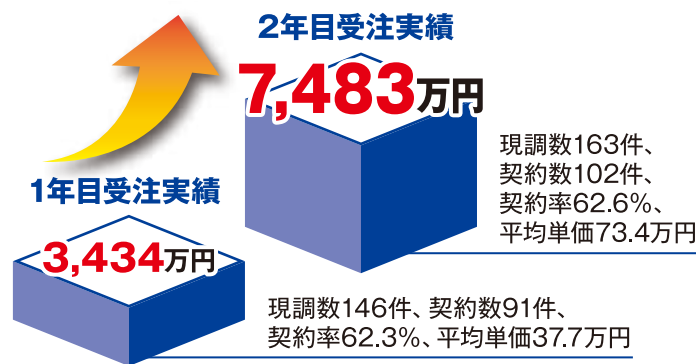
平 均 単 価: 50万円

年 間 集 客 数: 1234件

営 業 人 数: 6名



実績データ



ゲストインタビュー

【船井総合研究所】リフォーム営業としての1人前は、年間売上5,000~6,000万円と言われていました。2年目で7,000万円超という実績は、本当に素晴らしいと思います。

この実績を残せた一番の要因は何でしょうか。

【佐藤氏】正直なところ、年間の目標は意識していませんでした。毎月の目標を達成しよう!として取り組み、気が付いたら7,000万円を超えていたという感じです。

毎月の受注目標は、4月、5月が600万円で、6月以降は500万円でした。月500万円、600万円は高い目標でしたが、1年目の終わりで500万円を超えた月もあったので、決して無理ではないと考えていました。

この**実績が残せた要因としては、高い目標設定とその目標を達成できるだけの十分な案件があった**ということが理由だと思います。

【船井総合研究所】十分な案件があったということですが、具体的にはどれくらいの案件に対応されていたのでしょうか。

【佐藤氏】2年目の1年間の現調数は163件でした。そのうち契約が102件で62.6%、平均単価73万円という実績でした。

毎月、平均して13件~14件の案件をもらっていて、金額的には1,000万円前後という感じです。

【船井総合研究所】その案件を契約に結びつけたからこそその実績かと思いますが、契約いただくための工夫や取り組みについて教えてください。

【佐藤氏】実際にお客様とお話をする際に重視していたことは、3つあります。

一つ目は、必ず次回アポイントを取ることです。営業をする中で、予定を決めず先延ばしにしている案件は決まらないという実感がありました。お客

様との次回アポイントを取ることで、いつまでに何をしなければならないかが決まり、自分にプレッシャーをかけることで先延ばしを防いでいました。また、アポイントの間隔も重視しており、問合せから現調までは3日以内、現調から見積提出は100万円以内は1週間、200万円程度であれば2週間以内、そして商談回数は2回~3回を目標にしていました。

二つ目は、メリット、デメリットを含めて細かく、丁寧な説明を心掛ける、商談の記録をその場で書いてお客様に渡してくるということです。私自身、心の距離を詰めるということが得意ではないので、その分丁寧にお客様にご説明することを意識していました。丁寧に説明することと合わせて、毎回の商談の中で話した内容をその場で書き、お客様にお渡しすることが安心、信頼していただくことに繋がっていたと思います。

三つ目は、契約までに決められることは全て決めておくということです。具体的には、事前に工事日程を抑えておき、契約の際にはお客様に「〇日から工事できます」ということをお伝えできるようにしていました。その他にも、金額が変わりそうな部分の仕様などは契約前に決めておくようにしていました。営業にとって契約がゴールではなく、工事を納めることがゴールになるので、契約後もスムーズに進めるために大事なことだと思っています。

重視していたことではないですが、工事は自社職人の方が行ってくれるので、現場へは着工と完工時のみ、工期が1週間以上の工事だと中間に1回くらい行くだけでよく、安心して任せられることや時間を商談の方に使用することができたことも大きかったと感じています。

【船井総合研究所】ありがとうございます。セミナーでは、1年目から何をどのような順番で身につけてきたのかなどをさらに深掘りしていきたいと思います。

02 未経験中途入社2年目で売上5,800万円！ 4年目から20代若手店長として活躍中！



滋賀県東近江市

株式会社
桃栗柿屋

二野 義基氏

自動車会社工場勤務を経て、株式会社桃栗柿屋入社。
リフォーム営業として活動し、4年目の今年から東近江本店の店長として活躍中。
お客様第一をモットーに、お客様ごとの“第一”を探し、目の前のお客様にあった対応を心掛け、日々活動している。

店舗情報

店 舗 名: 東近江本店 (ショールーム)

展 示 台 数: キッチン12 お風呂5

トイレ16 洗面10

商 圏 人 口: 約23万人

店 舗 年 商: 4.5億円

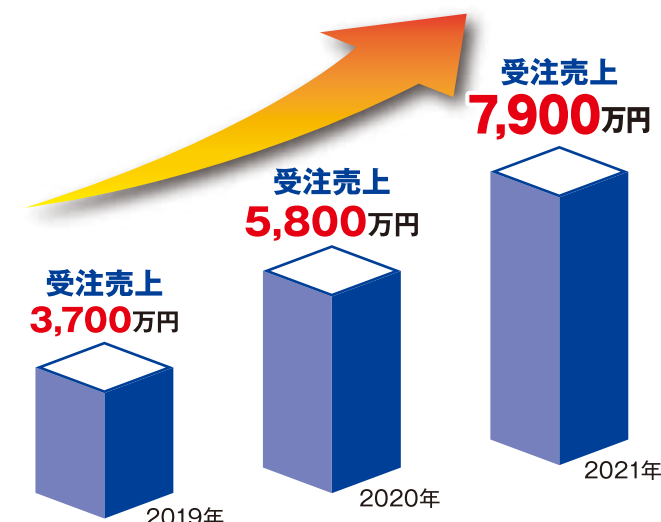
平 均 単 価: 75万円

年 間 集 客 数: 915件

営 業 人 数: 7名



実績データ



ゲストインタビュー

【船井総合研究所】リフォームは営業としてデビューしてから、1年目3,700万円、2年目5,800万円、3年目7,900万円と結果を出し、4年目から店長としてご活躍されています。順調に成長できた要因は何でしょうか。

【二野氏】先輩に同行してもらったことや、必要な時期に必要な案件を配客してもらったことが大きいと思います。

まず、桃栗柿屋には育成のロードマップというものがあります。それは、1ヵ月目にはこれやっ、2ヵ月目にはこれやっ...というように、「いつまでに」「何を身につけ」「どれくらい稼げる」ようになりましょう、というのがまとまっているものです。このロードマップでは6ヵ月目から独り立ちをして、1年経つ頃には粗利目標が月150万円(売上430万円)となっています。それを達成できるように、先輩に同行して、現場で教えてもらうという仕組みが要因の一つ目として考えられます。

そして、**二つ目の要因は配客です。**全店舗の案件配客は部長が行っているのですが、その人の力量や目標に合わせて配客してもらっている、必要なことを必要なタイミングで経験できたなど感じています。

【船井総合研究所】それぞれの要因について、詳しい内容を教えていただけますでしょうか。

【二野氏】同行についてですが、6ヵ月経過し、独り立ちするまでは基本的に先輩とセットで動いています。最初の3ヵ月間は、先輩がメインで話している場に同行し、次の3ヵ月は自分がメインで話し、先輩はサブとして同行してもらうようになって

ています。

独り立ち後でも、大型案件などをやる際には同行してもらい、現場で教えてもらう機会がありました。私の場合、2年目になって大型案件(500万円~1,000万円)を配客してもらったのですが、進め方がわからず困っていたところ、同じような案件をやっている先輩の商談に同行させてもらうことで、言い回しや進めるペースを知ることができ、とても勉強になりました。そして、私自身の案件へも同行してもらい、受注することができました。この2年目の初めに、大型案件を契約できたことがやる気や自信に繋がりました。また、**店舗の雰囲気良く、独り立ち後でも周りの先輩に相談しやすい雰囲気、一人で抱え込むことがなかったのも大きかった**です。

次に配客についてですが、配客は部長が行っています。配客の際は、あの人の手が空いている、今月の配客数が少ないからなどという理由ではなく、**力量に合った案件を渡すという基準で案件を振り分けてもらっていました。**部長が、誰にどんな配客をしたかをわかっている、日常的に進捗状況や困っていることを聞いてもらってフォローしてもらっていました。さらに、案件に対するフォローとしては、隔週で営業会議が行なわれています。会議では、進捗確認や次の商談時の対策、その案件に対するロープレなどを行ってもらっていたことも、この実績が残せたことに繋がったと思います。

【船井総合研究所】ありがとうございます。セミナーでは、フォローの仕組みやロードマップについてなどさらに深掘りして聞かせていただければと思います。



船井総合研究所コンサルタント解説

若手が育つ リフォーム会社の共通点

<船井総合研究所コンサルタント解説>

【若手が育つ会社の共通点】

若手が育たない会社の場合、若手を育てるための取り組みとして一番初め考えること、行っていることは

良い人を採用する

営業研修

営業ツールづくり

などである。

人が育たない、売上が伸びない理由

- ✓ リフォームなら何でもやりますという“総合リフォーム”のスタイルを取っている
- ✓ “総合リフォーム”のスタイルのためお客様から見ると“何に強い会社”なのかがわからない
- ✓ 集客した案件内容は小工事から大型工事まであり、件数も月によってバラバラ
- ✓ 営業に安定して良質な経験数(案件)を渡すことができていない
- ✓ そのため営業は、小工事から大型まで対応することになり覚えることが多く、複雑になり、さらには経験にムラができてしまっている

上記のことから、営業育成のスピードを上げるために本質的に重要なのは、適正な同じ(似た)ような内容の案件を、適正な数だけ配客できること。つまり“集客”がポイントになっているのである。

そのため、若手が育っている、売上が伸びている会社は共通して、まず初めに“育つ環境をつくる”ということを重視している。

良い人を採用することや研修を行うのではなく、普通で素直な人が早く育つことができるようにすることを重視しているのである。

育つ環境と作るとは、経営者が“何のリフォームに特化させるのか”(メイン商品)を決め、その狙ったゾーンの集客をできる体制をつくり、その案件を決めるための営業フローやツールを整備する。つまりは、ビジネスモデルを作ることから始めているのである。

育つ会社

育つ環境から固める

1. 商品力
2. 集客
3. ショールーム
4. 営業研修やツールづくり

環境

育たない会社

人から考えている

1. 良い人材の採用
2. 営業研修やツールづくり
3. 集客
4. 商品力

営業が育つ会社と育たない会社では、上図のように全く逆の取り組み、考え方をしているのである。育つ会社ではビジネスモデル作りに力を入れた結果、

- 狙った案件を集客できるようになる
- その集客数が安定するようになる
- 若手が育つのに必要な案件を安定して配客できるようになる
- 良質な経験を積むことができ、自信がついて売れるようになる

というような、良い循環が起こり、若手が育つ会社になっているのである。

セミナー当日では、そういったビジネスモデル、環境がある上で若手育成のスピードを加速させるために、ゲスト登壇いただいた企業ではどのような教育・取り組みをしているかについてインタビューを通して深掘りしていきます。

下記のQRコードからレポート小冊子のダウンロードが可能です(全て無料)!

超大量47ページ!2022年
リフォーム集客トレンド白書



人が育つリフォーム会社の
業績UP戦略



FAST-Reformビジネス
参入の手引き



工務店・リフォーム会社
のWEB集客の手引き

