

アポ切れ客を引き上げて
契約数を2倍にできた

過半数の 掘り起し方

デジタルで

ウチはむしろ、
新規集客をあてに
していません。



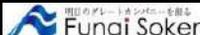
新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様、および関係者の皆様に心よりお見舞い申し上げます。新型コロナウイルスの感染拡大の状況によっては、録画等によるWeb開催へ移行させていただく可能性がありますので、何卒ご理解をいただきますようお願い申し上げます。

また、来場にてご参加される際は、ご案内時に注意点がございますので必ずご確認ください。

2022年8月9日（火）：東京会場

2022年8月22日（月）：大阪会場

営業DXの仕組み構築セミナー
お問合せNo. S089482

<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
船井総研セミナー事務局

E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp

※お問合せの際は「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

過去客をベースに考えて、新規をボーナスと考えて営業活動をさせています。

株式会社コムズハウス
住宅事業部統括店長 平野貴史 氏



私は成果を出し続けたい意識が高い方だと思いますし、他の人よりもよく考えてると思います。加えて効率重視の性格です。

どうしたら、数字を安定させ、高い水準に保てるかを常に考えてきましたが、最終的に私が出した答えは、

新規客とは別に、常に過去客を追って、お客様を契約に上げることです。

なぜなら、住宅営業で一カ月に新規接客に出られる数は、通常5件から多くて10件程度。しかも、来月も新規に出会えるという保証はないのです。だから新規接客に頼りきりになると、数字が安定しないということになります。ですから、数字を安定させるためには

過去客をベースに考え、新規をボーナスと考えて営業活動を行うことです。すると、驚くほど契約が安定します。

簡単ではありますが、そのためのポイントを少し整理してみました

●「〇〇時は電話タイム！」はこっちの都合。 主役は相手（お客様）

「何曜日の何時から何時は中長期客への電話の時間！」は、こちらのエゴ。主役はこちらではなく相手。相手によって、連絡を取りやすい時間・曜日・媒体は違います。

●お客様の「課題別」に連絡方法を変える

お客様にとって、家づくりをする上でいろいろな課題があります。なので一概にイベント情報を送っても、興味がないお客様がほとんどです。初回面談で把握したお客様の課題に基づいて、個別対応するためのストーリーをつくっています。

●お客様の本音は、早く建てたい。だからこそ急かさない

家づくりをする上での課題が、いま解決できないから長期になっていることを念頭に置く必要があります。それを急かすような営業はタブーです。「課題」に着目してあげることに注力しています。

●連絡は継続的に・・・長期追客の1番のポイントは「覚えていてもらうこと」

よくある過去客の一斉掘り起こしDM、一斉架電などは効果が薄いです。なぜ効果がでないのか？それは商談後に時間が経過し、お客様に忘れられてしまっているからです。

●追客のための仕掛け 初回商談で「相談相手になる！」

追客を継続させるのはもちろん大事ですが、初回商談の印象が最悪であったら、追客しても厳しいでしょう。なので大前提として、初回商談でお客様をグリップした上での追客が効果的です。

【コムズハウスの年間の契約案件】 平野氏：年間24棟契約（内11棟：過去客からの引き上げ）

ローコスト		年間数値管理表											
大村店		2019年				2020年							
		11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
契約	平野	土井様	羽生様	羽生様	三島様	定岡様	水沼様	藤原様	水川様	渡中様	小野様	森田様	金野様
	平野		原様	岡本様	菅野様	大黒様	山口様		三宅様	坂本様	山口様	水沼様	寺田様
	平野				野田様	大黒様			林田様	松本様	下田様	長谷川様	
	平野				渡辺様				渡辺様		新井様	渡辺様	
	平野										上原様		

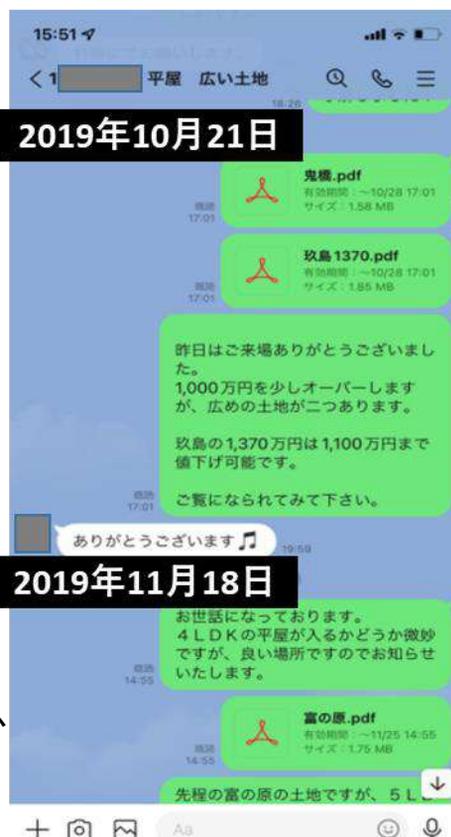
平屋		年間数値管理表											
大村店		2019年				2020年							
		11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
契約	平野	丸野様	大石様	沼平様		野尾様	山口様	水川様	水川様	海野様	水川様	渡辺様	丸野様
	平野		今泉様				山口様	山口様	山口様		丸野様	丸野様	丸野様
	平野						本間様	丸野様	丸野様		丸野様	丸野様	丸野様
	平野							丸野様	丸野様		丸野様	丸野様	丸野様
	平野							丸野様	丸野様		丸野様	丸野様	丸野様

※赤枠が過去客からの引き上げ

↑↑↑ 結果はごらんの通りです

過去客からの引き上げが契約の5割を占めるようにまでなりました

過去客への追客というと、よく一斉DMを送ったり、ひと月に一度電話掛けをおこなったりと、いろいろな方法があるかと思いますが、これらでうまくいった試しはありません。むしろちょっと罪悪感が残るぐらいです。そこでまず、私がやったのは・・・



初回接客でアポ切れしたお客様への来場お礼と、接客の中でいただいた**宿題の回答をLINEで一報を入れること**。まずはそれだけでした。

お客様は家がほしい。だけど課題があり、今解決できないから長期化しているわけです。

一概にイベント情報を送っても、興味がないお客様がほとんどです。初回面談で把握したお客様の課題に基づいて、課題別に連絡内容を変えてやりとりをしています。

お客様も早く建てたいのは山々なので、それを急かす必要はありません。このやり方ができてくるうちに、かなり効率的に営業ができるようになり、**年間の契約率も30%**を超えました。

私には、もう一方で別の課題がありました。

私には、住宅事業部の統括店長としての管理職の仕事がたくさんありました。自分の契約、他の営業の商談と契約同席、プラン作成、ミーティング、会社のシステムづくり、新拠点OPEN、フリーダイヤル対応、社長からの宿題など・・・

そこで次におこなったのが、この追客法を営業メンバーにインストールすることです。

しかし・・・

数か月がすぎ、聞こえてくるのは

「あっ！忘れてました。」

「しばらく連絡とれてないです。」

「連絡しなくていいと思ひまして・・・」

メンバーは、私ほどマメにはやってくれませんでした。今考えるとやる気もなかったのかもしれない。

こんな状況では、間違ってもお客様から声をかけてもらえません。

そこで私は大きな改革をしました・・・

**「私がやっていた顧客のアナログ管理をデジタル化し、システムの
力に頼る！」**

そもそもエクセル管理には限界があります。

そこで、まずはHPと連携させ、来場予約や問い合わせが入ると**自動**
で顧客名簿が登録されるので、業務効率がすごくよくなりました。

次に、HP上でのお客様の動きがひと目でわかるように設定しました。そうすると、顧客の動きが見えて追えるので「どのお客様に、いつ、どんな内容で連絡をすればいいのか」がわかります。

あとは画面を見ながら、私が得意とするお客様の「課題別」対応のデジタル化でアラートが鳴るように設定した画面に従って毎朝指示をする・・・たったそれだけです。これは習慣化されるとそこまで大変な作業ではありません。

それでも最初は「あ。。。忘れてました」の日々もありましたが、操作に慣れてきたころには自発的に動くメンバーも増え始め、なにより過去客引き上げの成功体験が増えてくると一気に加速し始めました。

気がつけば、**住宅事業部全体の契約率は21%!**

やったことは極めて単純ですが、事細かな指示ができたことで、**いわゆる「取りこぼし」が一気に減った**感じでした。

【活用したシステムの機能】

顧客データの管理

顧客名	初回来...	来場場所	来場ブランド...	担当者	顧客ステ...	お客様と確認後...	年収	資産	初回ア...	申込	契約	次回アホ日	申込日
	2022/04/24	諫早店舗	バビホーム		D: 来場	2400	400	○	○	-	-	-	-
	2022/04/10	モデル	バビホーム		B: 申込済み	3200	400	○	○	○	-	-	2022/05/12
	2022/04/08	モデル	バビホーム		ローンアウト	-	-	○	×	×	×	-	-
	2022/04/05	大村店舗	バビホーム		ローンアウト	1800	150	○	○	○	-	-	2022/04/05
	2022/04/28	大村店舗	バビホーム		ローンアウト	2200万	330万	○	○	○	-	-	2022/04/28
	2022/04/23	大村店舗	バビホーム		D: 来場	1500	180	○	-	-	-	-	-
	2022/04/25	諫早店舗	バビホーム		D: 来場	2200	230	○	×	×	-	-	-
	2022/04/23	大村店舗	楽らくホームズ		D: 来場	1500-2000万	-	○	○	-	-	-	-
	2022/04/23	諫早店舗	楽らくホームズ		D: 来場	2000	300	○	×	-	-	-	-
	2022/04/16	大村店舗	楽らくホームズ		アプローチ中	2800	400	○	-	-	-	-	-
	2022/04/11	大村店舗	楽らくホームズ		D: 来場	1600万円	500万	○	-	-	-	-	-
	2022/04/14	大村店舗	バビホーム		A: 契約済	2000	-	○	○	-	-	-	2022/04/28
	2022/04/24	諫早店舗	バビホーム		B: 申込済み	-	350	○	○	○	-	-	2022/05/15 2022/04/24
	2022/04/08	大村店舗	楽らくホームズ		D: 来場	2700万円	350万円	○	-	-	-	-	-
	2022/04/23	大村店舗	楽らくホームズ		没	1000	220	○	-	-	-	-	-
	2022/04/03	大村店舗	バビホーム		D: 来場	2400	600	○	-	-	-	-	-
	2022/04/02	大村店舗	楽らくホームズ		D: 来場	2400	500	○	-	-	-	-	-
	2022/04/02	大村店舗	バビホーム		B: 申込済み	2700	500+250	○	○	○	-	-	2022/04/02

▲顧客管理システム上の画面：顧客データが一括管理でき、一斉メール配信も可能！

顧客のHP上の動きが見える

ページ閲覧	2022/06/01 15:31
がHPページを閲覧しました	
端末: 携帯電話 セッション滞在時間: 14秒	
	8/8 閲覧日時: 2022/06/01 15:32 土地販売情報 楽らくホームズ (らくらくホームズ) 長崎県大村の新築平屋住宅専門店 閲覧の可能性: 不明 閲覧時間: 不明
	7/8 閲覧日時: 2022/06/01 15:32 土地販売情報 楽らくホームズ (らくらくホームズ) 長崎県大村の新築平屋住宅専門店 閲覧の可能性: 不明 閲覧時間: 不明
	6/8 閲覧日時: 2022/06/01 15:32 施工事例 楽らくホームズ (らくらくホームズ) 長崎県大村の新築平屋住宅専門店 閲覧の可能性: 低 閲覧時間: 1秒

▲お客様のHP上での動きがわかるシステム画面：お客様の動きに合わせて連絡することでアポ獲得率が向上します。

アラート通知

1名のあなたの担当顧客がウェブサイトを訪んでいます。

ドメイン: [REDACTED]

期間: 2022年5月16日 - 2022年5月16日

下のボタンをクリックすると、レポートが確認できます。

来訪顧客を確認する

◀担当顧客のWebサイト訪問時のアラート通知画面：

登録された顧客がHP訪問時にアラートされ、担当営業マンに通知が飛び、把握が可能です。

振り返ると今年の集客は、半年が過ぎて昨対マイナス60組と集客は惨敗でした。

でも、ありがたいことに契約は上半期契約32棟（前期55棟契約/年を上回るペース）と契約数は増え続けています。

ここ1年ほどの集客減は本当に肝を冷やす思いでした。しかし、過去客の引き上げの成功は、大きな自信を得ることができました。そして私自身も、細かな指示の効果が絶大であることを体感できました。さらに、私が個人的にやっていただけのアナログ手法にデジタルツールを組み合わせると、チーム力がここまで向上することを体感できたのは大きな成果です。

これらを今回機会をいただきましたので、皆さんに可能な限りお伝えできればと思っています。

実は、このちょっとした奇跡には、ここでは書けない少し深い話もあります。それについては、実際にご来場いただいた方にだけこっそりお話しさせていただこうと思います。(笑)

この体験が、みなさまの少しでもお役に立てればと思います。

新規集客だけではもう生き残れない。 新規集客が減っても 請負受注を落とさず上げ続ける方法



株式会社船井総合研究所 DX支援本部
建設支援部

「**効果実証済み**の方法を**たった1日**で伝授します」 岩崎 航司

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「集客」についてなんらかのお悩みをお持ちのことと思います。

今からはセミナーのご案内です。セミナーのテーマはズバリ、

「いかにして、あなたの会社に新規集客が来なくても契約を上げ続けるか」です。

どこの住宅会社も実践できていない、過去客からの引き上げを体系化し、デジタルを掛け合わせることで圧倒的に数字が上がる仕組みをつくることに成功したのです。

株式会社コムズハウス 住宅事業部統括店長 平野貴史 氏が、実際に乗り越えてこられた事実をありのままに語っていただく貴重な機会です。ですから能書きは一切ありません。

具体的な方法はセミナー当日に詳しくお伝えしますが、

ここではほんの「**さわりの部分**」だけご紹介します・・・

- 一番効果が高かった「課題」別のLINE追客だった
- 契約率30%営業マンの「相談してもいい」「相談したい」と思ってもらえる初回接客の工夫を公開
- 印象付けのためのお礼状・LINE連絡での工夫を話します
- 1年追客し契約に至った顧客との連絡の履歴を少し詳細に教えます
- 土地探しで長期化するお客様の土地情報の送り方にもコツがある
- お客様に覚えてますよ感を伝えた「電話帳管理方法」
- システムを駆使したデジタル追客方法
- 住宅事業部全体で契約率20%越えの集客⇒営業の仕組み化
- 自身で24棟契約/年、住宅事業部で1拠点59棟達成の
トップクラス店長によるマネジメントの考え方

現場でやりつづけた責任者だからこそ語れる実践レベルの内容ばかりです。想像してみてください。集客が今月全然来ない！しかし、契約数は落ちない仕組みが手に入れば、あなたの会社はどうかわるでしょう？ 集客のストレスから開放されることになります。

これがどれだけの価値あることなのかはおわかりのことと思います。

当日セミナーでお待ちしております。

株式会社船井総合研究所
DX支援本部 建設支援部
岩崎 航司

“集客が落ちたにもかかわらず、 以前と変わらず、 毎月5棟の契約が上がってくるんです。”



株式会社コムズハウス

代表取締役社長 渡海 幸司 氏

長崎県で住宅事業を中心におこなっています。おかげさまで順調に棟数を伸ばしております。いまでは安定して、年間で新築請負60棟前後の受注が取れるようになりました。

以前は新規接客メインで、とにかく新規、新規の会社でした。そのため、新規集客が落ちた際には、比例して契約数が落ちていたんです。

しかし、この取り組みを始めてから、集客の波に左右されることがなくなりました。基本的には集客命ですから、集客のストレスから解放されたのは非常に大きいです。また**過去案件から上がってきたお客様は、ほぼウチに決めた状態で来場いただける**ので、そこも契約率の高さの秘訣かなと思います。

今後も引き続き、この仕組みを徹底させていきたいと思います。

コムズハウス請負契約推移



“初回の営業時にガツガツいかなかったので、 申込がとりやすくなりました”



株式会社コムズハウス
永田 氏

システム導入後から、このお客様が今熱量が上がっている！だったり、お客様の温度感が視覚化されるので、優先順位の見極めができ、非常に効率がよくなりました。

また、もともと営業をする際に、初回で申込をとるというスタンスがありました。しかし、初回からグイグイいってしまい、お客様にひかれてしまうことも多々ありました。

お客様のペースがあり、長期的な追客を意識した後に、ガツガツいかなかったので、申込がとりやすくなりました。5月は追客が功を奏し、5件申込がとれました。お客様との良い距離感が保てるようになり、他社の営業さんより話やすいとも言われるようになったので、取り組んで本当によかったです。

“初回商談の営業力のカバーを追客でできています”



コウメイハウス株式会社
松前 氏

私は、新卒で入社して、今年の4月から2年目になります。営業職ということで、いろいろ不安でした。しかし、システムがあることによって、お客様が見ている自社サイトのページがわかり、お客様が何を気になっているかがわかるので、商談の準備がしやすいです。

また、追客をしっかりやり始めて、お客様との距離もちかくなったし、やはりまだまだ1年しか経験がないので、初回商談でお客様をグリップできないことも多々あるのですが、そこを追客することによってカバーでき始めているのが、非常に手応えとして感じています。

“新規が来なくても見込み客がいるので、精神的に、安心できるようになりました”



アフタープラス2株式会社
窪田 氏

システムを活用にするようになってから、顧客の動きを見る習慣ができたことで、お客様に見せる資料や話す内容を意識するようになりました。

例えば、以前、初回商談前に自社の標準仕様ページをのすごく見ている方がいたのですが、その商談の際に、ウチの標準仕様や仕様の知識をより丁寧に伝えることを意識し、お客様からの反応がかなりよかったです。

このようにして、事前にお客様の気になっていることがある程度わかるので、すごく商談がやりやすくなりました。

また、追客をしっかりと行うようになってから、**まったく新規の来場がなくても契約の可能性がゼロじゃない安心感が持てるようになり**ました。

長くつながる前提で営業を考えると、**新規接客がより丁寧になり、お客様から信用がより得られるようになったことが一番の変化かな**と思います。

リアル
開催！

セミナープログラム

2022年

8月9日（火）東京会場 8月22日（月）大阪会場

開催時間 13:00～16:00（受付12:30より）

第1講座 ゲスト講演

追客手法の事例講座



住宅業界の時流を踏まえ、
今後必要不可欠な営業手法をお伝えします。

株式会社コムズハウス
住宅事業部統括店長 平野 貴史 氏

第2講座

営業DXにおける仕組化の全体像とポイント解説



営業DXの仕組み化は、いったい何を
する必要があるのか。
仕組み化をする上で重要なポイント
を解説させていただきます。

株式会社船井総合研究所
DX支援本部 建設支援部 岩崎航司

第3講座

あなたの会社が営業DXで成果を出すためには



あなたの会社が明日から取り組むべき
仕組み化について、より具体的な
手法をお伝えいたします。

株式会社船井総合研究所
DX支援本部 マネージング・ディレクター 伊藤嘉彦

日程がどうしても合わない企業の皆様へ
個別にご対応いたします。下記までお問合せください。

TEL:0120-958-270

平日9:45～17:30対応
担当：岩崎航司

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。

営業DXの仕組み構築セミナー

お問い合わせNo. S089482

東京会場

※全日程同じ内容となります。ご都合のよい日程をご選択ください。

2022年 **8月9日** (火) 開始 13:00 終了 ▶ 16:00 (受付12:30より)

株式会社船井総合研究所 東京本社

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階

JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分

大阪会場

2022年 **8月22日** (月) 開始 13:00 終了 ▶ 16:00 (受付12:30より)

株式会社船井総合研究所 大阪本社

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10

地下鉄御堂筋線「淀屋橋駅」⑩番出口より徒歩2分

日時・会場

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致しかねますので、ご了承ください。
新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、感染状況が収束するまでの期間は、録画等によるウェブ開催へ移行させていただく可能性がありますので、何卒ご理解をいただきますようお願い申し上げます。

申込期限

各開催日の4日前まで

- 銀行振込み：開催日6日前まで
- クレジットカード：開催日4日前まで

※お支払い方法によって異なりますのでご注意ください ※祝日や連休により変動する場合がございます ※満席などで期限前にお申込みを締め切る場合がございます

受講料

一般価格

税抜 27,000円(税込**29,700円**) / 一名様

会員価格

税抜 21,600円(税込**23,760円**) / 一名様

- 銀行振込みの方は、開催4日前までにご入金をお願いいたします。なお、ご入金の際は税込金額でのお振込みをお願いいたします。万が一、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。
- 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

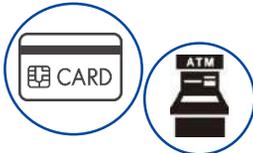
1. Webお申込み



下記QRコードを読み込み
もしくは
船井総研HPの右上検索窓に

089482 で検索

2. お支払い



お申込み時に
クレジットカード・銀行振
込
のご選択が可能

3. メールが届く



受講料のお支払い確認後
お申込み手続き完了のお知らせを
メールで案内、マイページにも
受講票が表示されます

4. セミナー受講



受講票をご確認のうえ
開催場所へご来場くださ
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)

ご参加いただくにあたり 下記ご確認ください

- ・入館時、マスクの着用をお願いしております。
- ・入り口付近に消毒液をご準備しておりますのでご利用ください。
- ・お客様の安心・安全を優先し、赤外線サーモグラフィーによるご来場者様の体表温スクリーニングまたは、非接触型の体温計にて測定を実施いたします。
- ・発熱(37.5度以上)がある場合、入館をお断りいたします。
- ・当社スタッフもマスク着用で業務にあたらせていただきますことをご容赦ください。
- ・体調がすぐれない場合はご参加をご遠慮ください。

※その他、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

