

住宅会社のための地域密着ブランディングセミナー2023

日程 2023年 **2月7日火・16日木・22日水** **会場 Web**
申込期限 2月3日金 申込期限 2月12日金 申込期限 2月18日金
10:00~12:00 [ログイン開始 9:30~]

講座内容 全日程とも同じ内容になっております。ご都合の良い日時をお選びください。
※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。 TEL:0120-964-000(平日9:30~17:30)

【年末年始休業のお知らせ】2021年12月28日(火)正午~2022年1月5日(水)まで
※休業期間中は電話が繋がらなくなっております。※Webからのお問い合わせには1月6日以降順次ご回答させていただきます。※なお、受講申込はWebより24時間受け付けております。ご不便をお掛け致しますが、何卒ご了承くださいようお願い申し上げます。

01

10:00
~
10:40

地域密着ブランディング ~地域に愛される住宅会社の経営手法~

地域の住関連のお悩みを全て回収できるからこそ『何かあれば北山建築へ』と思ってもらえる。さまざまなニーズにお応えするための仕組みづくりについてお話しいたします。

講師 有限会社北山建築 代表取締役社長 **北山 裕史氏**

江戸時代末期から、家づくりの中心である大工の棟梁7代目の社長。
三重県松阪市に本社を構える工務店で、「想ほーむ」というブランドを展開し、松阪市の地元工務店の中ではナンバー1の実績を誇っていた。しかし、2014年頃より従来の集客手法ではお客様の来場がなくなり、それに加えて契約率までもが半減し、受注難の状況を迎える。そこで、全国で多くの成功事例がある定額制住宅という商品を開発して、1年で受注30棟を達成。



専門特化のブランドづくりの成功事例

今支持されるのは、圧倒的な『わかり易さ』。自社の強みをお客様にわかり易く提供できるブランドの作り方を公開します。

講師 株式会社船井総合研究所 住宅支援部 **山下 紘平**

慶応義塾大学卒業後、大手ハウスメーカーの営業職を経て船井総合研究所に入社。
以後住宅業界を中心にコンサルティングに従事する。自身の営業経験を活かしたノウハウを武器に、クライアントの若手営業マンの育成の実績を持つ。営業ソールの作成や、フローの構築など、現場視点目立つ独自の切り口はクライアントからの評価も高い。現場での営業経験を持つ異色のコンサルタントである。



02

10:50
~
11:20

永く愛される住宅会社になるために

資材高騰・円安…住宅業界を取り巻く環境は逆風ばかり。そのような環境の中、地域に愛されて永く続く住宅会社に必要な取り組みを公開します。

講師 株式会社船井総合研究所 住宅支援部 マネージャー **白戸 俊祐**

新卒で船井総合研究所へ入社。以降住宅会社・工務店を中心にマーケティングを中心に経営コンサルティングを担当。
入社以来、新築・売買仲介のWebマーケティングを中心とした集客力強化コンサルティングを強みとし、全国で数々の成功実績を残す。大手メーカーのWebマーケティングの担当実績もあり、住宅業界のコンサルティングにおいて、Webマーケティングで右に出るものはいない。



圧倒的
地域一番
工務店の
作り方
コロナ禍でも
着工
2年待ちの
着工棟数
500棟の
地方商圏で
知名度
95%

2022年過去最高受注棟数達成!
行列のできる人気工務店

有限会社北山建築
代表取締役社長 **北山 裕史氏**



一般価格 ¥10,000円

(税込 **11,000円**)/1名様

会員価格 ¥8,000円

(税込 **8,800円**)/1名様

Webからお申込み
いただけます



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。

主催



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 〒541-0041大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル ※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。

住宅会社のための地域密着ブランディングセミナー2023

お問い合わせNo. **S094886**

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

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。) → **094886**

行列のできる工務店は、“家づくりの思い”を採用～商品・集客・営業で一貫して伝えてつくる

POINT 01 POLICY 家づくりの信念

『大工の棟梁』出身という誇りを胸に、棟梁の知恵と想いを継承し、三重の気候風土に最適な木造住宅を追求。地域を一番に考え、そこに住まう人にスポットを当てて家づくりを展開するから、地域から圧倒的な支持を得る。



POINT 02 PASSION お客様への“情熱”

“一生涯のお付き合い”をモットーに、3ヵ月に1度、全てのオーナー様邸を訪問。住まいへのお困りごとを能動的に確認。地域密着だから可能なこの取り組みの成果は、紹介比率25%の実績にも現れる。



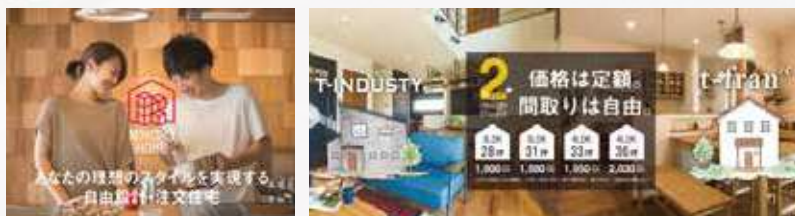
POINT 03 HUMAN 社員採用と社員即戦力化

家づくりへのポリシーと会社の理念を採用段階で明示。その理念に共感した人材が入社をするため、会社愛が強く戦力化も早い。2022年入社の営業新卒も既に複数棟の実績を上げている。(2022年12月現在)



POINT 04 BRANDING ブランド戦略

地域に住まわれる方の住まいへの思いはそれぞれ。さまざまな住まいへの要望を叶えるために、ご予算とコンセプトに合わせて2つのブランドを展開。幅広いニーズに地元企業として応えられる体制を構築。



POINT 05 MARKETING 誰に何をどう伝えるのか？

HPは北山建築の家づくりを伝えるための発信機関。月の流入は10,000を超え、直帰率は0%台。HPを見て来場する確度の高いお客様のため、営業は新人含め4人で47棟を受注することができている。

ユーザー 11,916	新規ユーザー 11,241	セッション 15,197	ユーザーあたりのセッション数 1.28
ページビュー数 63,567	ページ/セッション 4.18	平均セッション時間 00:01:06	直帰率 0.35%