

**集客が激減しても過去客から
契約数を2倍にできた**

追客DX

- ◆物価高騰でお客様の買い控え・・・
- ◆販促費を上げてても新規集客が増えない・・・
- そのようなお悩み解決しませんか？

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。

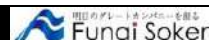
2023年2月24日（金）：オンライン開催

2023年2月27日（月）：オンライン開催

2023年2月28日（火）：オンライン開催

追客DXの仕組み構築セミナー

お問合せNo. S095170



<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

集客に頭を悩ませた会社が続々成功！ひとめで

「行動履歴」のチェックで管理が簡単！

CRM	すべてのタブ	ホーム	見込み客	連絡先	商談	年間帳票	モデルハウス	キャンペーン	経費管理	日報
個人KPI	商談管理	商談一覧	ランク表	追客アプローチ	その他管理	販促管理	収支管理	利用規約		
顧客名		1回目	2回目	3回目	4回目	5回目	6回目	7回目	8回目	9回目
顧客名		2022/10/04	2022/10/21	2022/10/06	2022/10/04	(未入力)	(未入力)	(未入力)	(未入力)	(未入力)
TEL		TEL	TEL	TEL	メール	-	-	-	-	-
通電		通電	不通	通電	来場アポ	-	-	-	-	-
通電なし		通電なし	3日後に再度TEL	aaa3333a	-	-	-	-	-	-
編集		編集	編集	編集	編集	編集	編集	編集	編集	編集
顧客名		2022/08/24	(未入力)	(未入力)	2022/11/04	2022/11/16	2022/11/25	(未入力)	(未入力)	(未入力)
SMS		SMS	SMS	TEL	資料送付	TEL	TEL	-	-	-
既読無視		既読無視	既読無視	既読無視	来場有	通電	来場アポ	-	-	-
2022/10/10		2022/10/10	-	-	再度TEL	アポ取得 2022/11/30	いい	-	-	-
編集		編集	編集	編集	編集	編集	編集	編集	編集	編集
顧客名		2022/10/13	(未入力)	(未入力)	(未入力)	(未入力)	(未入力)	(未入力)	(未入力)	(未入力)
手紙		手紙	-	-	-	-	-	-	-	-
既読無視		既読無視	-	-	-	-	-	-	-	-
編集		編集	編集	編集	編集	編集	編集	編集	編集	編集

追客履歴のデータ管理

営業マンの追客の行動履歴を一覧化し、ひとめでわかるようにすることで、本当にやっているのか？を簡単に管理することができます。

「忘れてました、、」を確実に防ぐ！



実行タイミング 2日後ワークフローの実行日
タスク
\$[商談,商談名]様へ土地情報送付（土地追客フォロー）
+処理

実行タイミング 7日後ワークフローの実行日
タスク
\$[商談,商談名]様へ土地情報送付（土地追客フォロー）
+処理

実行タイミング 17日後ワークフローの実行日
タスク
\$[商談,商談名]様へ土地情報送付（土地追客フォロー）
+処理

実行タイミング 31日後ワークフローの実行日

追客アラート

追客アプローチのリマインドをするアラートを出すことができます。上司の「やってるか？」という確認と営業マンの「忘れてました、、」が会社から消えます。

わかる！続かない追客ができる理由

「面倒」なエクセル作業は必要なし！

CRM商談データ再取得											
原任管理 資産KPI 収支管理	A (23)	顧客名 デモA店 (デモ社員1) 申込日:2022/01/25 契約予定日: 土地 資金 回面 未完了タスク:0件	顧客名 デモA店 (デモ社員1) 申込日:2022/01/23 契約予定日: 土地 資金 回面 未完了タスク:0件	顧客名 デモA店 (デモ社員1) 申込日:2022/02/20 契約予定日: 土地 資金 回面 未完了タスク:0件	顧客名 デモA店 (デモ社員1) 申込日:2022/05/20 契約予定日: 土地 資金 回面 未完了タスク:0件	顧客名 デモA店 (デモ社員2) 申込日:2022/01/23 契約予定日: 土地 資金 回面 未完了タスク:1件	顧客名 デモA店 (デモ社員2) 申込日:2022/02/05 契約予定日: 土地 資金 回面 未完了タスク:0件	顧客名 デモA店 (デモ社員2) 申込日:2022/01/31 契約予定日: 土地 資金 回面 未完了タスク:0件	顧客名 デモA店 (デモ社員2) 申込日:2022/02/05 契約予定日: 土地 資金 回面 未完了タスク:0件	顧客名 デモA店 (デモ社員3) 申込日:2022/01/23 契約予定日: 土地 資金 回面 未完了タスク:0件	顧客名 デモA店 (デモ社員3) 申込日:2022/02/05 契約予定日: 土地 資金 回面 未完了タスク:0件
		顧客名 デモB店 (デモ社員1) 申込日:2022/01/23 契約予定日: 土地 資金 回面 未完了タスク:0件	顧客名 デモB店 (デモ社員6) 申込日:2022/01/15 契約予定日: 土地 資金 回面 未完了タスク:0件	顧客名 デモC店 (デモ社員6) 申込日:2022/03/03 契約予定日: 土地 資金 回面 未完了タスク:0件	顧客名 デモC店 (デモ社員9) 申込日:2022/01/30 契約予定日: 土地 資金 回面 未完了タスク:0件	顧客名 デモD店 (デモ社員10) 申込日:2022/02/02 契約予定日: 土地 資金 回面 未完了タスク:0件					
		顧客名 デモA店 (デモ社員1) 次アポ日:2022/04/20 顧客情報 家族 親合 借金 土地 その他 未完了タスク:0件	顧客名 デモC店 (デモ社員6) 次アポ日:2022/01/24 顧客情報 家族 親合 借金 土地 その他 未完了タスク:1件	顧客名 デモC店 (デモ社員7) 次アポ日:2022/02/12 顧客情報 家族 親合 借金 土地 その他 未完了タスク:0件							
		顧客名 デモA店 (デモ社員1) 未帰日:2022/01/07 次アポ日:2022/01/18	顧客名 デモB店 (デモ社員5) 未帰日:2022/02/12 次アポ日:2022/02/12	顧客名 デモC店 (デモ社員6) 未帰日:2022/02/20 次アポ日:2022/03/06	顧客名 デモC店 (デモ社員7) 未帰日:2022/01/11 次アポ日:2022/01/11	顧客名 デモC店 (デモ社員7) 未帰日:2022/02/07 次アポ日:2022/02/07	顧客名 デモC店 (デモ社員7) 未帰日:2022/01/31 次アポ日:2022/01/31	顧客名 デモC店 (デモ社員7) 未帰日:2022/02/05 次アポ日:2022/02/23	顧客名 デモC店 (デモ社員8) 未帰日:2022/01/17 次アポ日:2022/02/06	顧客名 デモC店 (デモ社員9) 未帰日:2022/02/20 次アポ日:2022/03/13	顧客名 デモC店 (デモ社員9) 未帰日:2022/04/12 次アポ日:2022/04/23
	B (5)										
	C (3)										
	D										

追客リストの自動作成

追客を開始する際に、毎回エクセルの作成から始めて、リスト作成の段階で断念していませんか？ これからはリスト作成は不要です。
1クリックで追客リストが作成されます。

「誰？」に「いつ？」連絡すべきかがわかる！

顧客名

Chiyoda, Tokyo, Japan

連絡先のタグ +

自動処理済み

1m 54s

7/117
最終訪問日: 昨日

198.144.171.145

https://kanagawa-i...

直接

今日

16:27

閲覧したHPページ名

昨日

17:25

訪問者が退出しました

顧客のHP閲覧履歴をスコアリング

お客様が「私に連絡してください」と言っているかのように、今連絡すべきお客様が、HPの閲覧履歴からわかるようになります。
スコアリングで追客対象の優先順位も明確に決まります。

なぜ、「今」追客なのか？

かつてない集客数の減少

— 2018年 — 2019年 — 2020年 — 2021年 — 2022年



2022年は、皆様もかなり危機感を感じられているかと思いますが、かつてない集客の減少傾向が続いています。左図は、船井総合研究所独自の調査になりますが、全国80社ほどの住宅会社様の1拠点あたりの集客平均数を過去5年の統計を算出しております。例年の2割減というところでしょうか。

現在の集客状況、世情を鑑みると集客がすぐに戻る可能性はかなり低いと思われます。なので、新規を呼ぶことももちろんですが、いかに1件の顧客を引き上げられるか、契約率を上げられるかが重要になります。

不況による着工棟数の減少

新設住宅着工・利用関係別戸数、床面積

(単位: 戸, 千㎡, %)

	新 設 住 宅 着 工 戸 数 、 床 面 積												季 節	
	総 計	持 家				貸 家		給与住宅		分譲住宅		調整値 年 率	前月比	
		床 面 積		前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比					
		前年比	前年比											
3年10月	78,004	10.4	6,390	11.4	26,840	16.6	29,822	14.5	506	-45.2	20,836	0.6	877	3.7
11月	73,414	3.7	6,143	6.8	25,329	5.5	26,819	1.4	453	-42.6	20,813	6.5	851	-3.0
12月	68,393	4.2	5,702	5.9	22,731	-0.4	25,222	3.3	513	-34.1	19,927	13.1	838	-1.5
4年 1月	59,690	2.1	4,968	3.0	18,130	-5.6	23,083	16.6	323	-11.5	18,154	-4.9	820	-2.1
2月	64,614	6.3	5,282	4.7	19,258	-5.6	23,583	4.6	320	-23.8	21,453	23.3	872	6.4
3月	76,120	6.0	5,953	2.0	20,246	-9.4	32,305	18.6	425	12.4	23,144	6.0	927	6.3
4月	76,295	2.4	6,134	1.2	21,040	-8.0	29,526	2.4	522	55.4	25,207	12.1	885	-4.6
5月	67,223	-4.2	5,566	-4.9	21,314	-6.9	25,963	3.5	349	-55.9	19,597	-8.5	828	-6.4
6月	74,617	-2.2	6,029	-4.2	23,196	-11.3	30,294	1.7	435	-9.8	20,692	4.1	845	2.0
7月	73,024	-5.4	5,886	-7.3	22,430	-14.0	29,686	1.6	295	-26.4	20,613	-4.0	825	-2.3
8月	77,731	4.6	6,180	0.5	22,302	-11.1	31,303	8.9	954	78.7	23,172	16.2	903	9.4
9月	74,004	1.1	5,848	-2.7	22,258	-13.3	30,623	8.4	351	-14.4	20,772	10.2	858	-5.0
10月	76,590	-1.8	6,030	-5.6	21,834	-18.7	31,996	7.3	919	81.6	21,841	4.8	871	1.5

引用元：国土交通省総合政策局建設経済統計調査室令和4年11月30日(水)公表 建築着工統計調査報告 令和4年10月分

国土交通省の統計によれば、令和3年12月以降の持ち家着工棟数が、前年対比でマイナスを11カ月連続で更新している状況です。ウッドショック、物価高騰、円安などの不況により、買い控えが確実に増えています。

ウッドショックによる粗利圧迫により、販促費の頭打ち

ウッドショックにより住宅業界では、建物単価が平均して約200~300万前後上昇しています。その中で粗利を確保していくことは至難の業です。販促費を上げても集客がなかなか増えない、これ以上、粗利率に余裕がないので、販促費を上げられない。となると1件の契約率を上げるしかないのです。追客は、プラスの販促もかからず、契約率は上がる。メリットしかありません。

セミナー当日お伝えする実践ノウハウを一部ご紹介

集客が**昨対80組減った**んです。しかし、
契約は**昨対+10棟の65棟契約**です。

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させています。



株式会社 コムズハウス
ゲスト講師 住宅事業部責任者 平野貴史 氏

年間24棟契約、契約率30%営業マンが 教える^秘の追客ノウハウ！

◆「〇〇時は電話タイム！」はこちらの都合。

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色々な課題があります。
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。

さらに！追客DXと同時に顧客管理DXで

「顧客管理」をDX化しデータベースを構築

顧客のフィルター:

- 検索する
- 標準のフィルター
- ☐ 更新があるデータ (関連データも含む)
- ☐ 更新がないデータ (関連データも含む)
- ☐ 該当データの更新有無
- ☐ 関連データの更新有無
- ☐ スコアリングルール
- ☐ メールの状況
- ☐ 活動
- ☐ メモ
- 項目別フィルター
- ☐ Surveyアンケート
- ☐ お客様の状況
- ☐ お客様名
- ☐ お礼はがき送付済み
- ☐ ふりがな

来場予定・0%	来場・20%	アポ・40%	申込・70%	契約・100%
顧客名 デモD店 デモ社員10 ¥0 2022/11/08	顧客名 デモD店 デモ社員2 ¥0 2022/03/13	顧客名 デモD店 デモ社員10 2022/03/13 ¥0	顧客名 デモA店 デモ社員2 ¥0 2022/03/27 ¥51,710,000	顧客名 デモB店 デモ社員4 2021/12/20 ¥0
顧客名 デモB店 デモ社員4 ¥0	顧客名 デモA店 デモ社員2 ¥0	顧客名 デモB店 デモ社員5 2022/03/07 ¥0	顧客名 デモB店 デモ社員4 2022/03/18 ¥20,540,000	顧客名 デモB店 デモ社員4 2022/02/02 ¥0
顧客名 デモB店 デモ社員5 ¥0	顧客名 デモA店 デモ社員2 ¥0	顧客名 デモD店 デモ社員10 2022/03/26 ¥0	顧客名 デモB店 デモ社員4 2022/02/26 ¥32,890,000	顧客名 デモB店 デモ社員4 2022/01/09 ¥22,366,113
顧客名 デモD店 デモ社員10 ¥0	顧客名 デモA店 デモ社員2 ¥0	顧客名 デモB店 デモ社員5 2022/02/12 ¥0	顧客名 デモD店 デモ社員10 2022/02/26 ¥0	顧客名 デモB店 デモ社員4 2022/01/09 ¥22,366,113
顧客名 デモB店 デモ社員5 ¥0	顧客名 デモA店 デモ社員2 ¥0	顧客名 デモD店 デモ社員10 2022/02/12 ¥0	顧客名 デモB店 デモ社員4 2022/02/26 ¥0	顧客名 デモB店 デモ社員4 2022/01/09 ¥22,366,113

顧客管理（CRM）

顧客管理をデジタルデータで管理することが一番重要です。すると、顧客管理データに紐づけて、さまざまな数字データを自動算出ができるようになります。

「業績数字」がリアルタイムで自動算出！

	来場	申込	契約	上機	完工	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
来場	144	45	31.3%	5	3	2	7	3	7	10	7	1	0	0	0		
申込	48	14	29.2%	4	2	3	0	3	0	1	0	0	0	0	1	0	
契約	24	8	33.3%	4	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	
上機	12	6	50.0%	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	
完工	12	7	58.3%	0	0	0	3	0	0	2	1	0	1	0	0	0	

申込	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	次年度
店舗B_社員(1/0)	顧客名	顧客名	顧客名	顧客名	顧客名	顧客名	顧客名	顧客名	(AAA)				
デモ社員1(4/16)	顧客名			顧客名									
デモ社員2(2/0)	顧客名												
デモ社員3(1/0)													
デモ社員5(1/16)													
デモ社員6(1/0)													

業績データの自動レポート

毎週、契約案件などの帳票入力で時間を使っていませんか？
もうその時間は必要はありません。顧客データから紐づけて、現状の業績数字をリアルタイムで自動算出することができます。

人時生産性が超絶UP↑↑↑

「面倒」な営業マンの契約率の集計も必要なし！

		KPI		⇒		アポ		⇒		申込		⇒		契約		申込率		契約率	
KPI		144	83 %	120		63 %	75	64 %	48		50 %	24		33 %	17 %				
合計		36	31 %	11		164 %	18	61 %	11		36 %	4		31 %	11 %				
店舗名	営業マン名	23	39 %	9		122 %	11	73 %	8		25 %	2		35 %	9 %				
		2	0 %	0		0 %	2	50 %	1		100 %	1		50 %	50 %				
		4	25 %	1		100 %	1	100 %	1		0 %	0		25 %	0 %				
		1	100 %	1		0 %	0	0 %	0		0 %	0		0 %	0 %				
		6	0 %	0		0 %	4	25 %	1		100 %	1		17 %	17 %				

		KPI		⇒		アポ		⇒		申込		⇒		契約		申込率		契約率	
KPI		144	83 %	120		63 %	75	64 %	48		50 %	24		33 %	17 %				
合計		36	31 %	11		164 %	18	61 %	11		36 %	4		31 %	11 %				
店舗名	営業マン名	14	50 %	7		114 %	8	75 %	6		17 %	1		43 %	7 %				
		3	0 %	0		0 %	0	0 %	0		0 %	0		0 %	0 %				
		6	33 %	2		150 %	3	67 %	2		50 %	1		33 %	17 %				
		0	0 %	0		0 %	0	0 %	0		0 %	0		0 %	0 %				
		2	0 %	0		0 %	2	50 %	1		100 %	1		50 %	50 %				

営業数字の自動レポート

各営業マンの商談移行率数字の更新が思いのほか、面倒で時間がかかる。。もうその時間は必要ありません。顧客データから紐づけて、現状の全営業マンの数字をリアルタイムで自動算出することができます。

「面倒」な反響単価の集計も必要なし！

		KPI		⇒		アポ		⇒		申込		⇒		契約		申込率		契約率	
KPI		144	83 %	120		63 %	75	64 %	48		50 %	24		33 %	17 %				
合計		36	31 %	11		164 %	18	61 %	11		36 %	4		31 %	11 %				
店舗名	営業マン名	14	50 %	7		114 %	8	75 %	6		17 %	1		43 %	7 %				
		3	0 %	0		0 %	0	0 %	0		0 %	0		0 %	0 %				
		6	33 %	2		150 %	3	67 %	2		50 %	1		33 %	17 %				
		0	0 %	0		0 %	0	0 %	0		0 %	0		0 %	0 %				
		2	0 %	0		0 %	2	50 %	1		100 %	1		50 %	50 %				

販促費用対効果の自動レポート

各集客媒体の販促費と反響単価を出したいけど、そこまでデータを取り切れない。もう1つ1つ反響数を数える必要はありません。現状の反響単価の数字をリアルタイムで自動算出することができます。

追客で成功された

“集客が落ちたにもかかわらず、
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。

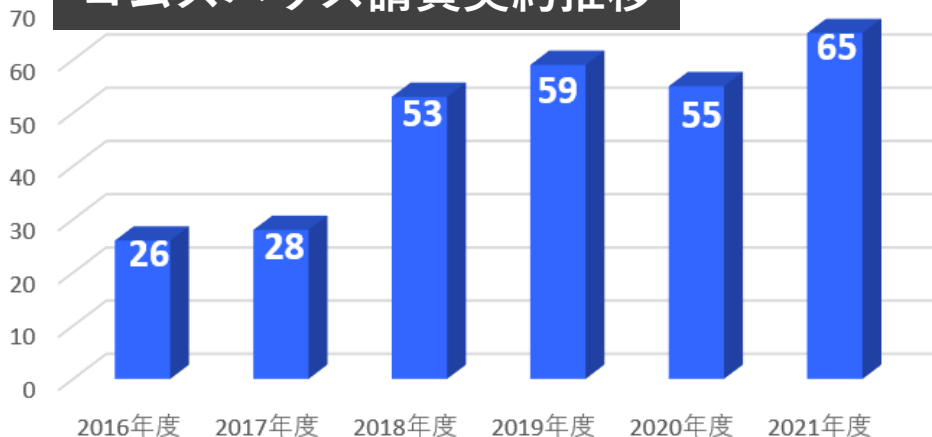
以前は、新規接客メインでとにかく、新規、新規の会
社でした。そのため、新規集客が落ちた際には、比例
して契約数が落ちていたんです。

しかし、この取り組みをはじめてから、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



企業の皆様の声

“初回の営業時にガツガツいかなかったので
申込み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、初回で申込み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、申込みがとりやすくなりました。**5月は追客が功を奏し、5件申込みがとれました。**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しやすいとも言われるようになったので、取り組んで本当に良かったです。

“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、お客様との距離も近くなったし、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。**

追客で成功された皆様の声

“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も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すると、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。**

**Web
開催！**

セミナープログラム

2023年

2月24日（金）13:00～15:30 zoom開催

2月27日（月）13:00～15:30 zoom開催

2月28日（火）13:00～15:30 zoom開催
（ログイン開始12:30～）

追客DXにおける仕組化の全体像とポイント解説

第1講座



仕組み化に成功された会社は、いったい何をしたのか。仕組み化をするうえ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
第二経営支援本部
住宅支援部 チーフコンサルタント
岩崎航司

**ゲスト
講師**

株式会社 コムズハウス
住宅事業部責任者 平野貴史 氏

あなたの会社が追客DXで成果を出すためには

第2講座



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
第二経営支援本部 本部長 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。下記までお問い合わせください。

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。

追客DXの仕組み構築セミナー

お問い合わせNo. **S095170**

開催要項

オンラインにてご参加 ※全日程とも内容は同じです。ご都合のよい日程をお選びください。

- | | 開始 | 終了 |
|------------------|-------|-------|
| ① 2023年2月24日 (金) | 13:00 | 15:30 |
| ② 2023年2月27日 (月) | 13:00 | 15:30 |
| ③ 2023年2月28日 (火) | 13:00 | 15:30 |

お申込期限：2月20日 (月)

(ログイン開始12:30より)

お申込期限：2月23日 (木)

(ログイン開始12:30より)

お申込期限：2月24日 (金)

(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

一般価格

税抜 30,000円(税込**33,000**円)／一名様

会員価格

税抜 24,000円(税込**26,400**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、ご入金が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。●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。

●登録価格は「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ビジネスPlus）へご入会中のお客様のお申込みにご利用下記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. 095170を入力、検索ください。

お申込方法

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：濱中

※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

お申込みは下記QRからお願いいたします

① 2023年2月24日 (金) オンライン

申込締切日2月20日 (月)

② 2023年2月27日 (月) オンライン

申込締切日2月23日 (木)

③ 2023年2月28日 (火) オンライン

申込締切日2月24日 (金)

