

# 競合がハウスメーカーでも売れる高性能デザイン住宅セミナー

## 開催要項

東京会場

2023年  
8月25日(金)

株式会社船井総合研究所 東京本社

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]

申込み締切日 2023年8月21日(月)

13:00~16:00 [12:30~ 受付開始]

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、会場はマイページ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いたしかねますので、ご了承ください。

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

●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みに適用となります。

講座

セミナー内容

ゲスト講師

第1講座

13:00  
~  
13:50

### チラシ0契約率25%越えで単価3,000万越え住宅を 9人で年間30棟販売する手法公開

パッシブハウスというコンセプトを尖らせたことで、チラシ0でも見込み度の高い顧客の集客を実現。  
見込み度が高いため、成約率も業界ベンチマークを10%以上上回る25%超え。社員9人で高単価住宅を年間30棟販売・  
完工する工務店経営のポイントを解説。



森大建地産株式会社 代表取締役 森 秀樹 氏

大手住宅メーカーにて不動産販売等を手掛けた経験からパッシブデザインハウスや高性能住宅を中心に建築しており、三重県エリアにおいて施工実績含めた3部門でNo1を獲得。「お客様が幸せになる家づくり」をモットーには家づくりの「見える化」を提唱。断熱や耐震性能を数字で見せることで、安心して末長く住んでいただける家づくりを心掛けている。

第2講座

14:05  
~  
14:55

### 競合が大手メーカーでも選ばれる圧倒的な差別化戦略

金額で競合しながら大手ハウスメーカーに競合勝ちするのは、明確なコンセプトと強固なブランドがあるから。  
他社に負けない強い工務店の作り方を解説。



株式会社船井総合研究所 住宅支援部 浅田 峻汰

2021年度新卒で船井総合研究所入社、入社後は住宅、不動産や自動車と複数分野でコンサルタントとしてWebマーケティング戦略構築から即時業績アップを実現近年、集客の媒体として注目を浴びているSNSやYouTubeの住宅会社ならではの無駄のない活用方法を確立Web集客を強みとして活躍する船井総合研究所の若手コンサルタント

第3講座

15:10  
~  
16:00

### お客様から選ばれる住宅会社になるために

円安、集客難...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、お客様に選ばれて、永く続く住宅会社に必要な取り組みを公開します。



株式会社船井総合研究所 住宅支援部 マネージング・ディレクター 白戸 俊祐

入社後すぐに住宅・不動産業界の現場に入り、現場でノウハウを培い経験を積んだ。業績アップ手法の英才教育を受け、現場で即使える手法をクライアントと二人三脚で築き上げてきた。Webマーケティングを中心とした集客強化戦略を最大の強みとし住宅、不動産業界に特化したコンサルティング活動を行っている。クライアント先は東北、北信越、関東、東海、関西、中国、九州と全国各地に30社を超え、都市圏から地方商圏まで幅広いマーケティングノウハウを持つ。業界において地場の工務店から地域一番企業、大手ハウスメーカーまで幅広く規模に応じた現場密着型の集客強化、顧客ランクアップのコンサルティングに定評がある。

## セミナーのお申込みはこちら！



【PCからのお申込み】

下記セミナーページから  
お申込みください。

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/102889>

【QRコードからのお申込み】



右記QRコードから  
お申込みください。



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。

船井総研セミナー事務局 < seminar271@funaisoken.co.jp > TEL:0120-964-000(平日9:30~17:30)

※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。



1組 **4万円** で集客し  
1組 **11万円** で契約する

# 森大建地産版 パッシブ 工務店の 売り方

大手メーカー  
より高い

【ゲスト講師】  
森大建地産株式会社  
代表取締役 **森 秀樹 氏**

## 地方工務店の 生存&ブランディング戦略

Webからも  
セミナー情報を  
ご覧いただけます。



商品を『尖らせれば』家は売れる！

成約率

業界平均10%

**26%**

1人あたり売上

業界平均5,000万円

**7,700万円**

来店単価

業界平均10万円

**4.5万円**

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

競合がハウスメーカーでも売れる高性能デザイン住宅セミナー

お問い合わせNo.S102889

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

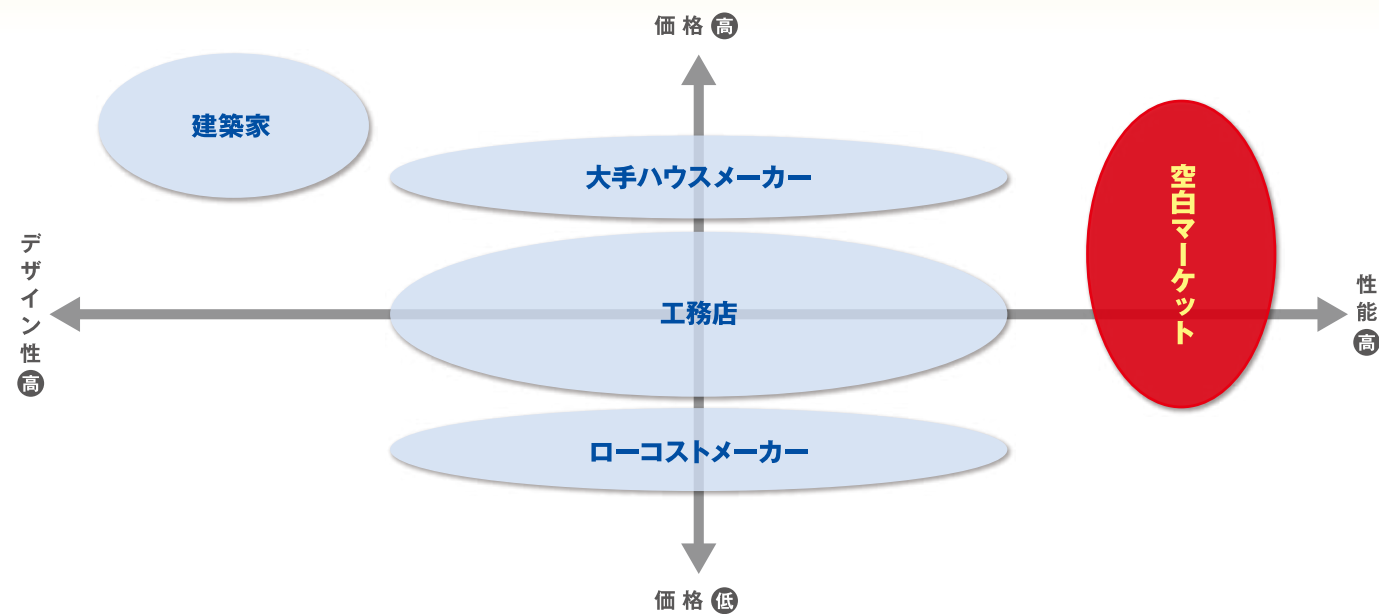
株式会社船井総合研究所 〒541-0041大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル ※お問い合わせの際は「セミナータイトル・お問い合わせNo.お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください。

当社ホームページ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。) → **102889**

# 大手にも勝てる! 地方工務店が **今すぐ取り組みたい** 「ここがいい!」と選ばれる**圧倒的差別化戦略**

## 01 専門店化 ～総合力ではなく一分野で勝つ～

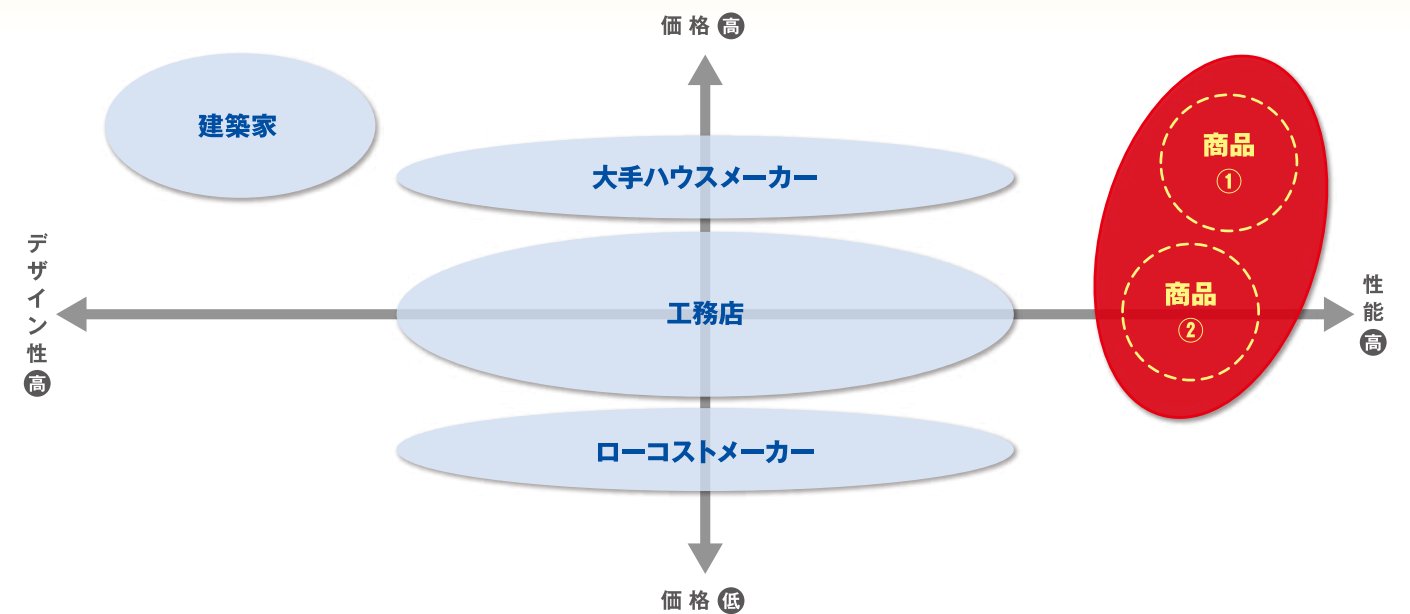
大手ハウスメーカーなどの強者は多数の商品を持っており、高いブランド力と「なんでもできる」という点が強みで、同じ戦略を中小企業が取ってしまうと当然ですが、負けてしまいます。そのため、**尖った商品を持ち「ある一分野」で一番となる戦略**を取ることが、大手にも負けない選ばれる会社になる第一歩です。



**尖った商品を持つことで商圏内の一分野では一番に!**

## 02 マルチブランド化 ～お客様を点ではなく面で取り込む～

ブランドが一つだけだとその会社や商品は気に入っているけど予算やデザインが合わないという場合にどうしてもお客様を取りこぼしてしまいます。そういったお客様の**受け皿商品として、別価格帯の商品を用意**することによって、これまで取りこぼしがあつた客層に対しても、契約を取ることができるようになり同一地域の商圏でさらに売上を伸ばすことができます。



**価格帯別で複数商品を持つことで予算面での取りこぼしを防ぐ!**

**このようなお悩みをお持ちの方は是非ご参加ください**

競合他社との差別化、  
他決による失注増加に  
お悩みの方

イベント・モデルハウスの  
集客が減少しており  
危機感を感じている方

商品には自信があるが、  
お客様にどのように  
魅力を届ければ良いか  
わからない方

価格を抑えた  
商品を持つ必要を  
感じられている方

現状に危機感を  
感じているが、何から  
手を付ければ良いか  
分からない方