

クリニック設計・施工の受注を最大化する手法大公開セミナー

開催要項

Web
開催

2024年
6月5日・11日
水・火

申込み期限 6月1日(土)

申込み期限 6月7日(金)

開催時間(各日)

13:00~15:30 (ログイン開始12:30~)

※講座内容はすべて同じです。ご都合のよい日時をお選びください。
※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。
セミナー参加方法の詳細は「船井総研 Web参加」で検索。

受講料

一般価格 税抜 20,000円(税込 22,000円)/一名様 会員価格 税抜 16,000円(税込 17,600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。

このような方にオススメ

- 知人からの紹介、たまに来る紹介がメインチャンネルで先行き不安な方
- 一件単価の高い案件を受注したい方
- 実は少し複雑なデザイン・設計・施工が得意な方
- 過去に医科・歯科のお客様実績があり、もう少し増やしたいと思っている方
- デザイン・設計に自信があるが新規案件が増えずに困っている方

本セミナーで学べるポイント

Webマーケティングで店舗案件を増やす仕組み

これまで店舗案件の受注はツテばかり・・・自分から新規客を集めようとしたことはない。いい営業なんてあまりしたことない・・・という経営者多いと思います。それでも全く問題ありません。ただ、ホームページ、Web広告を駆使するだけで新規客に簡単に会えます。詳細のポイントについてはセミナーで大公開いたします。

ツテ以外の紹介で案件を増やす手法

クリニック案件に関しては他の設計・施工案件に比べて、ディーラーや開業コンサルなどのつながりが非常に重要になります。どのようにツテ以外の紹介ルート構築できるかをお伝えいたします。

開業医・分院検討医の心をつかむ不動産情報収集手法

「開業したい」「分院したい」というお医者様は多数いらっしゃいます。ただなぜできないのか。その理由は物件情報に疎いというところ。案件最大化に必要な不可欠な物件収集の手法を解説いたします。

自社の強みを生かしたリブランディング手法

他の店舗設計・施工に比べ、価格競争力よりもデザイン力・設計力が重要になってくるクリニック設計・施工案件。ホームページを入口にお医者様に選ばれるブランディング手法をお伝えいたします。

店舗内装・設計分野の2024年業界時流

まだまだマーケティングが浸透していないこの業界。しかし、障害者グループホームの施工など徐々に建設業もマーケティングでの受注が浸透してきております。今後、業界としてどのような流れになるのかを解説いたします。

第1講座

高単価クリニック設計・施工案件を仕組みで伸ばす秘訣

案件が発生するまで待ちの体制になることが多い店舗案件。仕組みで案件を増やすことは可能です。特に単価の高いクリニック設計・施工案件を「Web集客」と「紹介の仕組み化」で、案件の最大化をする手法をお伝えいたします。

株式会社船井総合研究所 住宅支援部 リーダー 前田 和治



第2講座

店舗設計・施工で売上10億。そのうち仕組みでクリニック案件を6億も受注できた事例紹介

売り上げの大半を占めるクリニック案件。オーナー様や医療関係者ルートからの紹介がメインの受注経路となっております。どのように紹介者とつながるか？紹介をいただけるか？を解説していただきます。

株式会社HC.Home's 代表取締役社長 細川 雅也 氏



第3講座

クリニック店舗設計・施工案件を増やすために明日から取り組むべきこと

一足先にクリニック設計・施工の受注強化に取り組んでいるHC.Home'sの事例を詳しくお伝えいたします。参加された皆様には、自社の武器としていち早く取り組んでいただける手法をお伝えいたします。

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 日野 信



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/113066>

【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。

高単価・高粗利な店舗案件を増やしたい方向け

医科・歯科業界の 紹介ルートを確立！

クリニック 売上6億円

- ・独自の意匠ノウハウで業界関係者の紹介多数
- ・特命で「HC.Home'sに任せたい」の声
- ・単価1億円規模の案件も対応
- ・もっとこの領域を伸ばしていくために
実施しているダイレクトマーケティングとは

株式会社HC.Home's
代表取締役社長 細川 雅也 氏



主催



サステナブルグロースカンパニーをもっと。

Funai Soken

クリニック設計・施工の受注を最大化する手法大公開セミナー

お問い合わせNo. S113066

船井総研セミナー事務局

E-mail:seminar271@funaisoken.co.jp

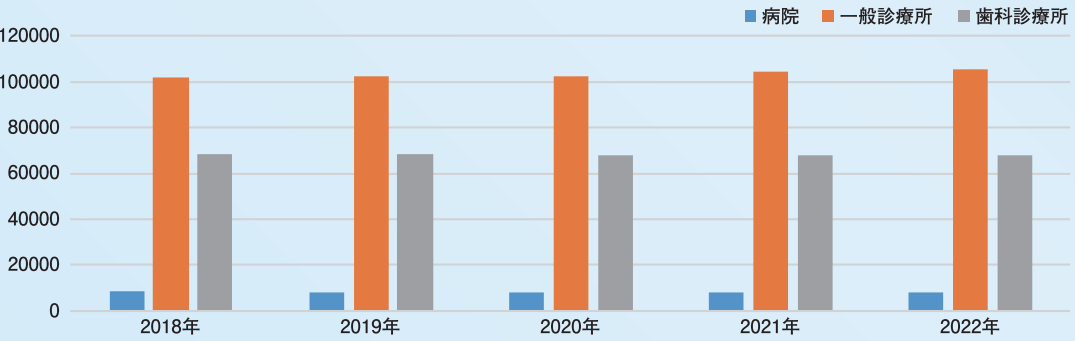
株式会社船井総合研究所 〒541-0041大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

※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。) → 113066

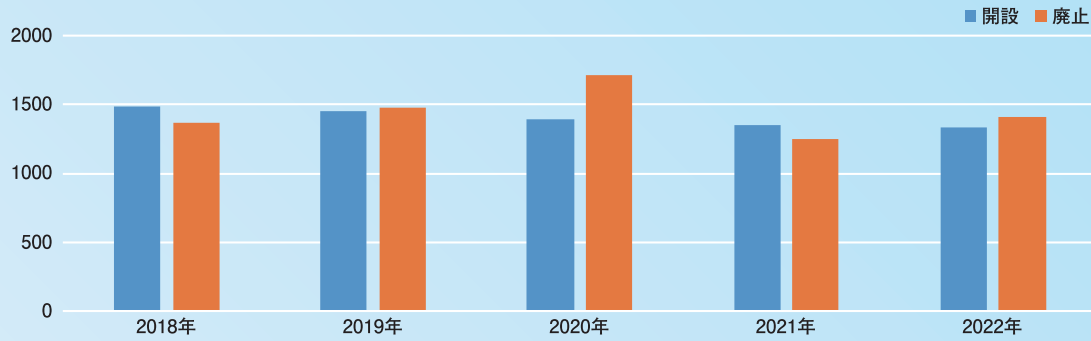
なぜ医科歯科業界なのか？市場から見るターゲットとして定める理由は？

医療機関別施設数



他の業界と違って
少子高齢化により
病院需要が高まって
いるため、医療機関
施設数は安定している

歯科医院の開設数と廃止数



特に歯科医院は
毎年1,000から
1,500件開業
している市場!

引用:厚生労働省令和3年1月「医療施設動態調査」を元に株式会社船井総合研究所が編集

“特に” 過去に医科・歯科案件の ①デザイン ②設計 ③施工 を手掛けたことがある企業は必見です。
少しのコツを掴めば、その案件「もっと“飛躍的に”」増やせる可能性があります!

本マーケットで成長軌道にのせるために必要なこと・実践してほしい事

医科・歯科業界への理解

・例えば医療施設の設計提案を行う際には医院の今後の事業計画を理解した上で間取りやデザインの提案を行う必要があります。どういう体制でどんな売上をその施設で作るのかに対する理解が必要です。

専任となる担当者の設置・育成

・基本的には反響営業を実施してもらいますが、お客様の業界が特化されるため、対応する営業スタッフも業界特化の対応力をつけていただき同じ目線での提案をできるようにする必要があります。それが難しい場合は経営幹部層の方が対応するべきです。

WEBマーケティングの徹底構築

・医科・歯科業界向けに特化したページを作成し、ダイレクトマーケティングを実施していきます。

1度で心を掴む面談ツール

・お相手は1分1秒単位で忙しい医師 開業医がゆえにアポイントが取れた後の大事な初回面談の時間は15～20分という短い時間です。「超短時間」で自社で付き合ってもらえるかどうかの印象が決まります。

紹介を定期発生させる仕組み

・各紹介が見込まれる業者とのお付き合いの方法から紹介料システム、お互いの利害関係まで徹底的にフロー化し、実践してもらいます。

インサイドセールスという考え方

・爆発的に案件発生をさせるにはインサイドセールスという「電話」「メール」「LINE」を組み合わせた営業手法で、医師 開業医との関係性を強化していきます。自社でできない場合は、外注も視野にしていでも実践したい内容です。

セミナー初開催・初公開情報!本セミナーでお話する内容を少しだけご紹介!

- 1 医科・歯科クリニックに「強い」「専門性がある」と思ってもらう**ブランドイメージ**の作り方
- 2 既存医院からお問い合わせをいただく、**明日から「真似できる」**ダイレクトメールの送り方
- 3 医師 開業医のアポイントハードルを下げる**セールスライティング**の書き方
- 4 開業検討、分院検討医の問い合わせを獲得する**Webサイトの構築ポイント**とは？
- 5 **自社の設計能力・魅力を最大限伝える**ことができる施工事例集の作り方と営業での活用方法とは？
- 6 案件発生から**“最短2回”**で**「申し込み」**を獲得できる営業オペレーション
- 7 エリア内の一般クリニック、デンタルクリニックを網羅したリスト作成方法とは
- 8 開始から**“毎日のように”**面談の**アポイント**が取れる!法人営業に苦勞していた営業マンがはじめた面談設定方法とは!?
- 9 **「物件があれば開業したい!」**という顧客ニーズを叶える物件情報収集手法
- 10 自社を知らない顧客に向けて問い合わせを促す**Web広告運用方法**とは？
- 11 医師 開業医へタイムリーに物件情報やお役立ち情報をお送りする**インサイドセールス方法**とは？
- 12 過去施工案件から**紹介案件を発生**させる定期訪問マニュアルとは？
- 13 コミュニケーションツール、集客ツールとしても**LINEを有効活用**する方法とは？
- 14 未経験でも案件化できる顧客のニーズを把握する**営業トークとアプローチブック**とは？
- 15 中長期案件でも確実にステップアップする、デジタルを活用した顧客管理方法とは？
- 16 今まで何となくで発生してた**紹介案件を仕組み化**する! 金融機関、不動産屋、機器メーカー・商社から案件紹介が増えるポイントとは？
- 17 クリニック設計施工専門店ならではの**「選ばれる設計提案」**のポイント
- 18 **未経験営業**を早期に一人前にさせる高効率営業ロープレ手法
- 19 船井総合研究所の医療開業専門のコンサルタントが語る、**開業医の心をつかむ**には「○○でグリップする」
- 20 医科・歯科業界に専門特化して、マーケティング・セールス活動をする**先進企業の成功事例を大公開!**

ハゼモト建設株式会社
代表取締役 榎本 健一 氏

クリニック案件は、他の建築案件よりも、ニーズある方の反応はシンプルで、問題解決ニーズがクリアされれば、相見積無しで期限やスピードありきでのブルーオーシャン的な世界を作れます。元々年間5件程度の反響でしたが、2023年10月に船井総合研究所と取り組み始めて約半年で、月で15件の反響があり、今では総額3億円の案件ができました。

株式会社HC. Home's
代表取締役社長 細川 雅也 氏

私の会社は、代表である私のコミュニティの中から発生してくる、私に関係した知り合いからの紹介案件で会社の売上を作っていました。が将来を考えた上でもっと仕組み化したマーケティングをしていかないといけないと思っていました。中でもずっと創業以来得意としてた「医療業界」の皆様の建築をマーケティングでしっかり増やせるというのは私としても大きく、今後の仕事の創出に安心感が生まれてきました。今まで自分たちでは活かしきれなかった、自分たちの強みの活かし方がしっかり分かるセミナー内容だと思っています!

【速報】すでに本セミナーの内容を
実践している企業のお声を紹介