

もはや・・・私たちも、QUOカードと
Amazonギフトだけでは

集客が
まったく
足りません
でしたので・・・



反響数が増える手法だけに集中して、
本当によかったと思います。

この手法、結構良い「金脈」を掘り当てた
手応えを感じています

タカノホーム株式会社 取締役 営業部長 浦 誠 氏

主催

【完全未公開】集客アップ大全2024

お問い合わせNo.: S120402

 サステナブルな成長を。
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

120402

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<https://www.funaisoken.co.jp>(右上検索窓に「お問い合わせNo.」をご入力下さい)

ゲスト
講師

富山県・石川県
タカノホーム株式会社
取締役営業部長 浦 誠 氏

富山県・石川県で自然素材の家にこだわった新築・木造注文住宅専門の地域密着型のハウスメーカー。北陸の気候風土や生活環境に配慮した住まいづくりの考え方を基本に、耐震性、耐久性、快適性、経済性を兼ね備えた住宅を時代のニーズにあわせて提案。北陸の地では他に先駆け、快適な住空間創造のための高気密高断熱仕様の標準化、地震に負けない強い構造体の研究開発、品質マネジメントISO9001、環境マネジメント14001の取得などにいち早く取り組んできた優良ビルダー

「契約に全くつながらない・・・」
営業から厄介者扱いされていた
「資料請求客」を見事に金脈へと
変えてくれたんです

やることは、電話ぐらいしか思いつきませんでした

コロナ禍後半の2022頃からの集客はひどく、平年の50%以下。待っていても仕方ないので、ひとまず資料請求客に電話攻勢。結果は言わずと知れた散々な状態で、営業のモチベーションが下がるわ、見込み客も増えず、おまけに契約率まで下がりをはじめたので、ひとまず営業のテレアポは中断し、テレアポは専任にしておもうと決めました。

「お客様との関係づくりが上手な田端さんしかいないと思うんだよ。」

と、専任体制に切り替えました。営業で活躍する彼女には正直少しかわいそうかな…というのが実は当時の思いでした。

それでも彼女は状況を理解してくれた様子で、翌週から早速

テレアポ専任の準備にとりかかってくれました。

**「テレアポ専任」の成果は予想を大きく上回り、
開始翌月には、反響⇒来店率30%超 一気に3倍に。**

これならいける！効果は1か月後に訪れました。



田端によるテレアポは、最初こそ手応えをつかめず、通話直後にお断り状態。それがほどなくして変化が出始めたのです。

回数を重ねるごとに通話時間が伸び、

平均7分、8分・・・、そしてテレアポ専任を開始してから約1か月、

「平均15分じっくり聞き取ることで来場へのアポが繋がります」と、私への報告が詳細になり、さらに、「ペットがいるお客様パターン・男性への通話の切り込み方・年配者への聞き取り時間の長さ・・・色々面白いものですね！」と報告にも自信が感じられるようになりました。そんな中で

「部長、これ、見てください！もう、自社ホームページ経由の資料請求だけに絞ってください。他と全く来店率が違います。」

反響媒体	反響数	呼込み 来店数	来店率
ポータル媒体A	314	55	17.5%
ポータル媒体B	173	19	10.9%
自社ホームページ	118	70	59.3%

社名を知ってくれているお客様が集まる自社サイトだと、資料請求からの呼び込み数は5倍以上の差があることがわかりました。

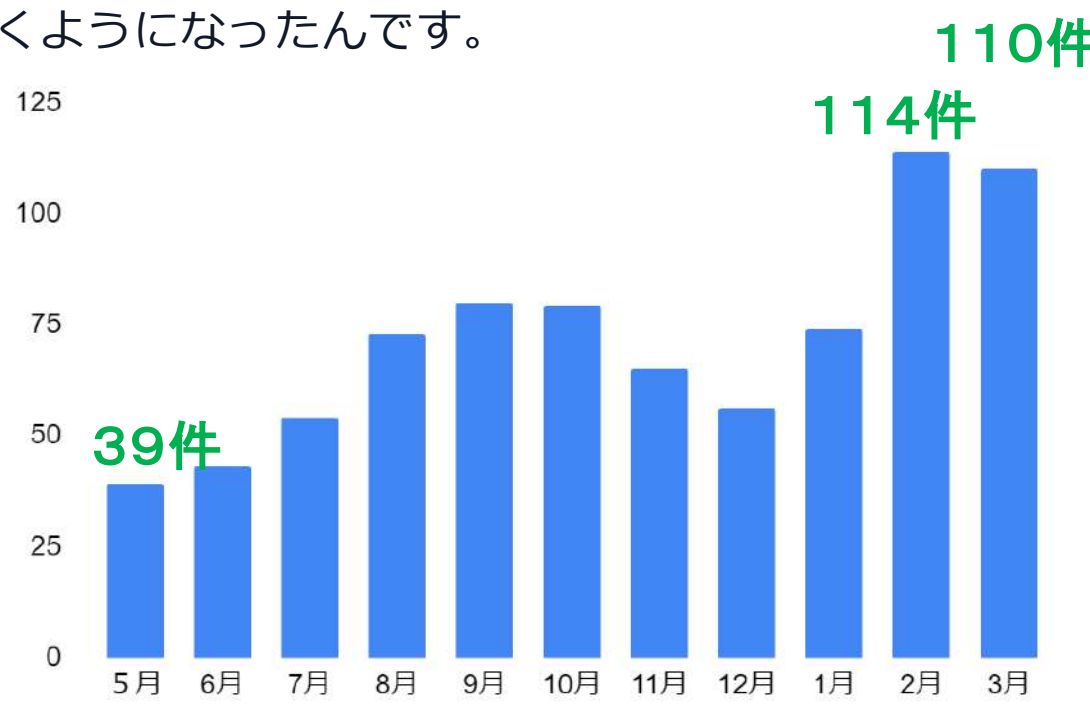
思いっきり資料請求に振り切った自社ホームページリニューアルは、効果が3倍になりました

少し大げさですが、今までは契約にはほど遠い厄介者扱いだった「資料請求客名簿」がいまや宝の山に見えてきました。しかも、自社ホームページ経由なら確実にテレアポ専任で来店につながるのだから。

実はこの時になってやっと、資料請求重視の船井総合研究所からのホームページ提案を本気で聞くようになったんです。

リニューアル後の反響効果は抜群でした。

毎月グングン反響数は伸び始め、1年足らずで3倍近い反響が届くようになりました。



↑↑↑
ホームページリニューアル効果はすぐに出ました。
1年前には、39件だった資料請求反響は3倍近くに

単純な資料請求にもバリエーションを加えて、間取り・資金・土地情報シリーズ。さらに会員登録でもっとお客様へのお役立ちを表現したのが良かった気がします。



↑↑↑
ターゲット別資料はかなり効果が高いので、バリエーションを増やし続けています

「チャットボットって押す人いるの？」と最初は思っていました が反響数はすでに昨対 120% 超え

正直に言うと、

「こんなの、俺だったら、クリックしないな」

・・・と最初はきわめて否定的だった「チャットボット」ですが、軽く20%の反響数アップに貢献してくれているので、物事は食わず嫌いは損ですね。Web上のシンプルな自動応答システムですが、昼夜関係なく24時間きっちり働いてくれるので実にありがたいAIシステムです。

今となっては、「金脈を掘り当てたかも」とのんきなことを言っていますが、2年前は冗談では済まされる状態ではありませんでした。



↑↑↑
「こんなの、誰も反応しないんじゃないか？」と思っていたチャットボットが新戦力になっている

自社ウェブサイト経由での資料請求反響に振り切る

⇒テレアポ専任強化

つまるところはたったのこれだけ。

シンプル過ぎて、本当にこれでいいのか？と感じている方も多いと思います。私も最初は、むしろ資料請求客は厄介者と決めつけてましたので。

でも、わかったことは、資料請求反響は、集め方・客質・テレアポ専任化とそのテクニック・・・と結構突き詰めていくと奥が深いものです。

なにより、結果がはっきりと出てくれたので、今は自信を持っています。

色々な集客の新展開はこの後も続いています。それを、今回はセミナーでお話しする機会をいただきました。

正直これは、競合企業がいる北陸では絶対話したくない内容です。ですから、詳しい話は、東京で当日だけお話しさせてください。

その後もテレアポ専任の田端は、爆増している反響客をさばくため、後輩の育成のため、さらに詳しい客層分析とトークスクリプトを練ってくれています。もしかしたら、当日もっと詳しい成果をお話できるかもしれません。

ぜひ、お会いできますことを楽しみにしております。

タカノホーム株式会社 取締役 営業部長 浦 誠

お気づきと思いますが、2024年後半は、新規集客が増え始めています。但し、コロナ前とは動きが変わっているのだと思います。



株式会社 船井総合研究所
DX支援本部 執行役員

伊藤 嘉彦

一方で来場前に選別されてしまう会社もあります。その緊急対策に時間の猶予はなさそうです。

「競合のA社が来場客に¥10,000QUOカード出したからうちは¥30,000でいったほうがいいですかね？」

こんな会話がコンサルティングの現場で行われることがあります。ですが、冒頭のタカノホーム、浦部長のお声のとおり、さすがにQUOカードやAmazonギフトの消耗戦をいつまでも続けていても仕方ないということは、みなさんもお感じだと思います。

だけど、どうすべきか…？

実は今、全国で続々と登場している成功事例は極めてシンプルです。

- ①徹底的に「反響数」（名簿獲得）にこだわる
- ②ただし、「客層」を下げない「自社サイト経由顧客数」を最大化する
- ③自社サイト経由顧客の「来店化」は「テレアポ専任」で効果を3倍に
- ④デジタルの力を集客に取り入れる「集客DX」

あとは、それらをいかに深堀し、徹底できるかで、集客に大きな差がついてしまうことがあります。

例えば、徹底的に資料請求（反響）客にこだわりはじめたタカノホームも取り組む「チャットボット」は設定と調整次第ですごい武器へと進化します。

クリック率が高いのは「土地情報」に関するもの。
さらに、来場につながりやすいのは、「費用」関連。
自動シナリオも、結論に至るまでに一定回数以内におさえ
えると反響が増えます（逆に、シナリオ設定を間違うと
離脱が増えてしまいますが…）

よく、こんなご指摘をいただきます。

「本来、来店予約のためにWebを見たお客様が、
チャットボットを見つけて、資料請求だけになってしま
わないのか？」

実はご指摘の通りになってしまったこともありました。

つまり、「もろ刃」なツールでもあります。（もちろん設定や運用手法に配慮
することで、リスクは回避できます）

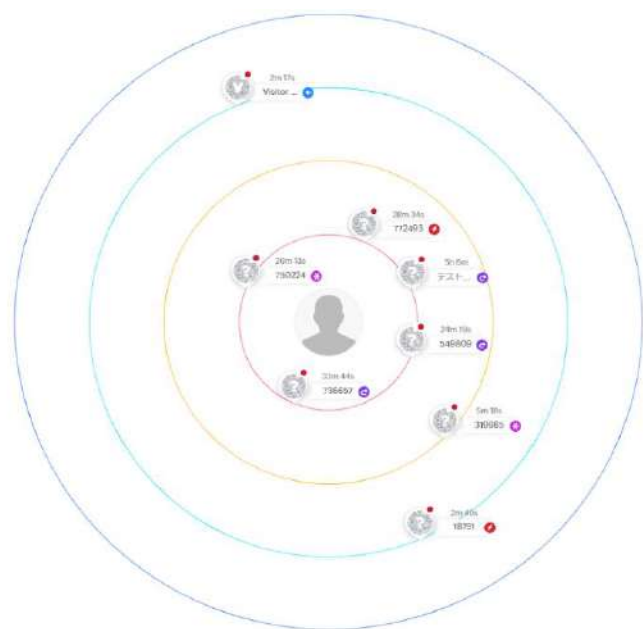
そんな、少し難しいツールを使ってでも、私たちが「資料請求（反響）
客」を増やすことにこだわることには明確な理由があります。

それは、コロナ以後、住宅を検討するお客様の多くは、住宅展示場に行って
家を見比べる数が減り、家での検討時間が圧倒的に長くなっているからです。



この小さな「自動応答
システム（チャット
ボット）」をクリック
するお客様が、にわか
に増え始めています。
昨年対比2割以上の反
響を獲得している事例
が多数あります。

「テレアポ専任」の仕組みづくりが急務であるのも、同じ理由です。



住宅業界でも活用が進む、マーケティングオートメーションツール
Web上でのお客様の動きをリアルタイムに見て、「ホット度合い」をチェックしながら電話をアプローチします

これまでのように、ただ単に電話スピードと回数を繰り返しているだけでは、だめで、お客様の興味にあわせたトークスクリプトの調整が成果を出し始めています。

Web上での動きがわかる「マーケティングオートメーション」ツールも住宅業界では、今や必須の道具になりはじめてきました。

繰り返しになりますが、

・・・コロナ以後、住宅購入を検討するお客様の多くは、住宅展示場に行つて何件ものモデルハウスを見比べることを避けています。

一方で来場前の検討時間の方が圧倒的に長くなっています。

そのための準備が緊急課題なのです。

今回のセミナーでは、「検討し始め」客をいかに来店に結び付けていくかということだけに絞り込んで、新しく取り組み始めた「集客DX」の流れはもちろんです。アナログ目線でも事例をお伝えしていきたいと思っています。

例えば・・・、

- 24時間働くチャットボットのおかげで、イベント日以外の予約が増えはじめた・・・O社
- とにかく、「資料請求（反響）客数」にこだわったホームページリニューアル術・・・A社
- シンプルな資料請求だけではなく「会員登録」が集客の柱になりつつある・・・Y社
- 値段の出し方を工夫して、登録数が増えた、小さいけど画期的な事例・・・I社
- 他社媒体や商業施設でのイベントで顧客数を何倍にも増やせた・・・I社
- 「テレアポ専任」部隊による成果が出る独自テレアポ手法・・・I社

・・・など。

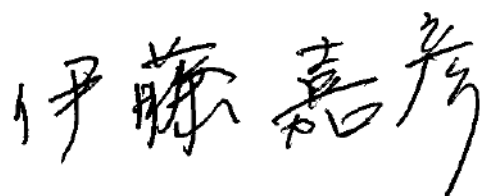
また、タカノホームにお話しいただくマーケティングオートメーションの流れやデータ収集による「集客DX」も、これからの住宅会社は絶対避けて通れない仕掛けですから必見だと思います。

時代は変化し、すでに、お客様の動きは進化してしまっています。

もっともっと、お客様の動きを敏感にとらえた集客戦略を、この日だけ限定公開させていただきます。

現地でしか話せないこともたくさんあります。ぜひ、最新の情報をお持ち帰りください。

株式会社船井総合研究所 DX支援本部 執行役員



新しい集客手法に転換して 集客復活に成功している住宅会社が増えています



吉原建設株式会社
本部長 村上晶彦氏

**ホームページリニューアル効果が
すごいです。反響率が20倍に
アップしました。**

普段の支援では、提案だけでなく、バナーのラフ作成やHP修正なんかの細かい作業も対応してもらえて、本当に助かっています。それに加えて、こちらの様々な質問にすぐに答えてくれるので、困ったことがあればすぐに相談できるのが心強いです。



株式会社森住建
代表取締役 森浩幸氏

**単価3000万円の高級注文住宅
でも自社ホームページ経由の契約
は1.7倍に増えました**

コロナ禍で集客が激減の中、船井総合研究所へWeb改修のサポートをお願いしました。その結果1年間での自社サイトからの反響が3倍に増えました。その後、改修のみならず、マーケティング全般のサポートにも入っていただき、イベントの企画や、販促媒体の選定をいただき、単価が3,000万の高品質注文ブランドでもイベントの予約だけで年間225組、契約も1.7倍になる見込みです。Webサイトの導線設計、最新事例がいただけて助かっています。





株式会社 坂口組

取締役営業部長 木村拓夫氏

チャットボットがもっと集客を増やしてくれそうで楽しみです (昨年228組⇒今年442組)

住宅事業に関しては、主に鳥栖市とその周辺での新築住宅マーケットシェアを伸ばすためのマーケティング施策をサポートしてもらっています。特にコロナ禍においては集客数を落とす会社が多い中、当社は集客が減るところか過去最高でした。近い商圈性や商品性の他社の成功事例や全国のデータを元にした営業・集客の提案は非常に頼りになります。チャットボットなど、これから業界のスタンダードとなる新しい提案もどんどんしてくれるのも嬉しいですね。



株式会社シリウス

専務取締役 藤原淳氏

インサイドセールス（テレアポ専任）に、大きな効果を感じています (昨年対比180%集客増)

マーケティングに関しては、イベントの企画や進行管理・HPのディレクション・Web広告運用・インサイドセールスなど、幅広いテーマで現場を巻き込んで進めてくれるので助かってます。集客数が昨対80%などの前年割れが当たり前の中、右肩上がり成長を続けてられています。特にインサイドセールスに関しては自社だけで進めることが難しいので大きい効果を実感しています。もちろん集客だけではなく事業全体の相談もできるので、いつでも頼れるパートナーですね。



【2024年完全未公開】集客復活セミナー

第1講座

2024年住宅業界最新集客トレンド ～なぜあなたの会社の集客は減っているのか～

株式会社船井総合研究所
DX支援本部 執行役員 伊藤嘉彦



第2講座

集客氷河期の今、 なぜ集客を増やすことができたのか？

タカノホーム株式会社
取締役 営業部長 浦誠 氏



第3講座

住宅業界完全未公開集客事例大公開

株式会社船井総合研究所
建設・不動産支援本部 DX推進室 マネージング・ディレクター 白戸俊祐



開催日時

2024年**11月15日(金)**

船井総研グループ 東京本社
サステナグローススクエア TOKYO(八重洲)

〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階
[JR「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)、東京メトロ丸の内線「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)]
※【2024年4月1日】より八重洲に移転し、開催いたしました。ご来場の際はご注意ください。

【開始】 14:30～17:30(受付時間：開始時間30分前～)

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。

お申込み期日

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

※祝日や連休により変動する場合もございます

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。

お申込み方法



【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。



【PCからのお申込み】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/120402>
船井総研ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)に
右上検索窓に「120402」をご入力し検索ください。



E-mail seminar271@funaisoken.co.jp TEL 0120-964-000(平日9:30～17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。
※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。