

【Webセミナー】ガス会社向け顧客管理見直しセミナー

講座	セミナー内容
第1講座	ガス事業者の未来、明暗を分ける戦略の違いとは ガス業界を取り巻く環境とLPガス会社が今取り組むべき既存顧客からの売上最大化に向けた戦略・ビジネスモデル及び成功事例をお伝えいたします。 株式会社船井総合研究所 住宅・リフォーム支援部 1Day-Reformチーム リーダー 榎原 稔記 千葉県千葉市生まれ。大学在学時はマーケティング・統計学を専攻し、EコマースやSNSマーケティングの研究に携わり、デジタル集客の手法を経験。大学卒業後、新卒で株式会社船井総合研究所に入社。入社後一貫して住宅リフォーム業界の圧倒的地域一番店づくりのサポートを志し、新規参入および業績向上のコンサルティングを行なっている。なかでも超・小商圏でも参入可能な小商圏ビジネスモデルであるリフォーム・小工事専門店(1DayReform)におけるWeb・アナログ両面からの集客コンサルティングを得意としている。チラシ作成からSEO対策、Web集客まで集客を中心に幅広く業績アップのサポートを行なっている。 
第2講座	モデル企業の成功要因とビジネスモデルの具体的な実践方法を解説 成功企業が取り組んだビジネスモデルの成功要因と、それを皆様が実践する場合の具体的な手法を一つひとつご紹介します。 株式会社船井総合研究所 住宅・リフォーム支援部 1Day-Reformチーム チーフコンサルタント 劉 宏森 横浜市立大学にて社会経済修士学位を取得後、新卒で株式会社船井総合研究所に入社。入社以来、製造業のコンサルティングに従事。特に建材業界を中心にITやDXツールを活かしたコンサルティングと中国マーケット進出を展開している。『製造業・建材業界に特化したDX(デジタルトランスフォーメーション)でお客様の業績を向上させたい』という信念の元、どのようにクライアントの業績アップ・生産性向上に貢献するかを常に考え、DXの新しい活用法をクライアントに提示し続けることを使命としている。 
第3講座	本日のまとめ 今後勝ち残る会社になるために、地方のプロパンガス会社が“いま取り組まなければいけない事”を、全国の成功事例をもとにお伝えいたします。 株式会社船井総合研究所 住宅・リフォーム支援部 1Day-Reformチーム リーダー 榎原 稔記

開催要項

開催日 2025年 8月 4日・5日・6日・7日	開催方法 オンライン開催
開催時間 13:00～15:00(ログイン開始:開始時間30分前～)	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。

※講座内容はすべて同じです。ご都合のよい日時をおひとつお選びください。
※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 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。

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/130135 船井総研ホームページ(https://www.funaisoken.co.jp)に右上検索窓に「130135」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。



「担当者まかせの顧客情報の管理」をやめたらガス外売上が上がった!

気軽に参加しやすいオンラインセミナー

オンライン開催

2025年
8月
4日・5日・6日・7日

開催時間 13:00～15:00
(ログイン開始:開始時間30分前～)

※全日程、同内容で開催いたします。ご都合の良い日程をお選びください。

キーワードは「顧客のLTV最大化」

地方中小ガス会社が「顧客管理システムを見直すだけ」で

顧客名簿1,000軒から

年商+6,000万円創出

誰が、いつ、何が欲しいかがわかる顧客管理システム

業績好調な中小ガス会社の顧客管理方法、売れる商材、販売手法の仕組みを徹底解説!

成功の秘訣について、詳しくは中面をご覧ください!

主催

【Webセミナー】ガス会社向け顧客管理見直しセミナー

お問い合わせNo. S130135



サステナブルな成長を追求する

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



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。) → 130135

特集 顧客名簿1,000件あたり年商6,000万円 器具売上が増える顧客管理手法を大公開!

このような方におすすめ

- ✓ 顧客と売上の減少に危機感を抱いている方
- ✓ 既存顧客からのリピート率を高めたい方
- ✓ 数千~数万件の顧客情報を活かしていない方
- ✓ 利益率が高い直販売上の比率を高めたい方
- ✓ 下請けではなく自社独自の売上を増やしたい方

顧客情報や取引履歴 売上アップに活かしていますか?

顧客名簿 1,000 軒

×

月間リピート発生率 3%

×

平均単価20万円

↓

年間6,000万円
(月間500万円)の
器具売上が創出!
(成約率は80%前後)

毎月数百件の工事・点検で顧客訪問をしているのに、現場でキャッチした顧客のニーズをデータとして蓄積している中小ガス会社は決して多くありません。

一方で、住宅関連のリフォーム・修理のリピート需要は、**【優良企業では毎月、顧客数の3%以上発生している】**という事実をご存知でしょうか?

仮に月100件の顧客訪問をしている会社なら、年間で1,000件の顧客情報を収集することができ、それを活かされれば、既存顧客からの機器販売・工事売上だけで年間およそ+6,000万円の売上アップを見込むことができます。

LPガス市場の減少に向けて対策はできていますか?

LPガスが新エネルギーの台頭や顧客の高齢化などにより需要面で減少の一途を辿っているように、LPガス関連のマーケットは縮小傾向にあると言われています。



地方LPガス会社の既存のビジネスモデルでは成長が見込めなくなっているといえる今こそ、既存の事業基盤である「顧客」を活かして新たな売上をつくる取り組みが必要です。

取り組み事例紹介

アナログ体質のガス工事店が顧客管理システムで売上アップに成功した事例

1.5万軒の顧客名簿から年間9億円のリフォーム受注

活用ツール:NIコラボ

顧客情報の収集・管理・活用に力を入れ、定期保安を通してお客様がお使いの機器の「使用年数」や「品番」などの情報を獲得。その上で、定期訪問やメンテナンスなどで接点があったお客様へご訪問する際にこれらの情報をアウトプットし持参、そこで追加提案を行い、お客様が見積希望であれば次回訪問日を、前向きに検討なさるようであればリフォームしたい時期等を自社システムに入力する。入力により営業のカレンダーに自動的に反映されるようになり、提案の抜け漏れを防いだり、提案の質が上がり、リピートの増加につながっている。

既存顧客への効率的なアプローチでガス外売上が半年で3倍に増加!

活用ツール:zoho

顧客管理システム「zoho」の導入により、行動履歴や過去の取引実績から見込みが高い顧客を優先的に抽出することが可能になった。それにより効率的な営業活動を実現した。

また、従来は社員任せになっていた「見込み顧客への提案営業」も、見込み顧客とアプローチの時期、さらには実施状況までを、zohoを用いて全社で共有することによって実践力が高まった。

顧客の「将来購買ニーズ」を営業全員が漏れなく聞き出してデータベース化!

活用ツール:kintone

顧客の今後の機器交換ニーズやリフォーム予定などの情報については、「把握して活用すべきである」という考えこそあったものの、いざ実践となると現場での徹底が不十分であった。顧客管理システム「kintone」を導入する中で、「見積書や発注書、請求書は必ずkintoneから出力したものを使用する」、「見積書を作成するにあたっては顧客情報をきちんと入力しないと作成画面に進めない仕様にする」といった形で、システムを使用せざるをえない環境、顧客情報をきちんと入れないと業務が進まない環境を整えた。これにより顧客のニーズの把握が徹底されるようになり、見込み案件のデータベースが構築された。

セミナーで学べること

- ▶ **既存顧客からの売上を増やすための具体的な手法**
既存顧客からのリピート率を上げて、ガス機器や住設機器などの販売数を増やすための具体的な手法をご紹介します。
- ▶ **アナログ体質のガス工事店がデジタル顧客管理で売上アップに成功した事例**
「顧客情報は書面で管理」、「営業状況は社員の手帳で管理」のアナログ経営だったガス工事店が、Zohoを導入して半年でガス外売上に3倍に増やした事例をご紹介します。
- ▶ **CRM(顧客管理)を構築するにあたってのポイント**
顧客データを管理するためのツールは、いまや数えきれないほど存在しています。これらのツールを選定したり、自社に落とし込んだりする際に外せないポイントを事例を基にご紹介します。
- ▶ **顧客管理が上手くいく会社・失敗する会社の違い**
「システムを入れたのに誰も使ってくれない」、「経営側が抱く危機感と現場側のモチベーションに温度差がある」といった形でCRM(顧客管理)の仕組みが機能しないケースは少なくありません。成功事例と失敗事例の比較からベストプラクティスを提言します。

最新の業績アップ手法をその他にも多数公開!

特別セミナーのお申し込みは [こちらから▶▶▶](#)