

【住宅用太陽光&蓄電池】成功事例20連発セミナー

2026年 **5月8日**・**13日**・**15日**




Web
開催

10:00~12:00 (ログイン開始:開始時刻30分前~)

※全日程すべて同じ内容となります。ご都合のよい日程をお選びください。
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。

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がございます。

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	講師
第1講座	住宅用太陽光&蓄電池の市場&販売店動向 2026年も四半期を過ぎました。本年度の市場動向を振り返りつつ、今後どのように変化していくのかを販売店の事例を取り上げながら解説していきます。	 株式会社船井総合研究所 専門工事支援部 長谷川 大貴
第2講座	成功事例20連発!自社に合った施策が見つかる 業績好調な企業の「集客」から「営業」、「AI・DX」、「育成・採用」までの取り組み事例を20件ほど解説していきます。「何か手はないか…」と悩んでいる経営者・幹部は必見です。自社に合った施策をぜひ見つけましょう。	 株式会社船井総合研究所 専門工事支援部 北 隆人
第3講座	【総括】明日から取り組むべきこと 本日のセミナーの総括になります。さまざまな施策を紹介したなかで、チャレンジしてみたいことも見つかるでしょう。ただし、「本当に適切かどうか?」、「どのように落とし込むべきか?」ともう一步踏み込めない方もいらっしゃるかと思います。そこで明日から取り組むべきことについて最後にお伝えいたします。	 株式会社船井総合研究所 専門工事支援部 リーダー 佐野 幹太

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/139610>
船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) の
右上検索マークから「139610」をご入力し検索ください。



お問い合わせ 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)
※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。

住宅用太陽光・蓄電池業界向け

明日から **マネ** できる!

集客事例 20 連発セミナー

META WEB集客 YouTube 活補 アライアンス生成
ショールーム 用助 訪問販売 催事
Facebook Instagram 金 OB集客 A
アナログ媒体 I

<p>事例企業 A社 業界参入 初年度で 売上7億円 突破に成功</p>	<p>事例企業 B社 太陽光・蓄電池専門の ショールームを2026年 グランドオープン 当日来場者数は 70組以上 を記録</p>	<p>事例企業 C社 META広告 × Google広告 月間反響件数 30件 突破</p>
--	--	--

主催 **Funai Soken** サステナブルグロスカンパニーをもっと。株式会社船井総合研究所
〒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
【住宅用太陽光&蓄電池】成功事例20連発セミナー お問い合わせNo. **S139610**

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] 右上検索マークから「お問い合わせNo.」を入力ください。) → **139610**

明日から実践できる住宅用太陽光・蓄電池業界の集客成功事例・施策を20個お届け!

成功事例集
特集を
一部紹介!

自社での太陽光・蓄電池の施工・購入を 選んでもらうためのマーケティング戦略とは

これだ!

成功事例を一部ご紹介!

▶ 顕在・潜在的顧客への
能動的アプローチ



能動的
アプローチ

訪問販売といったアウトバウンド営業が
絶えない理由。それは太陽光・蓄電池が
必ず必要商品ではないから!

現代の太陽光・蓄電池業界において訪問販売といったアウトバウンド営業が絶えない理由は、生涯必ず必要な商品ではなくあくまで嗜好品であるからです。しかし近年ニュース・SNSで騒がれている「悪徳商法」「訪問販売詐欺」といったトピックが頻発する中、訪問販売メインで事業を営んでいる経営者様から「アポ率」が著しく低下している。とよく伺います。今後集客を成功するためには、お客様とのファーストコンタクトをいかに能動的にやりつつ、契約のカギとなる企業としての安心感・信頼感を訴求していくかがカギとなります。



セミナーの目玉!最近流行りの集客手法 ▶

▶ 興味関心



興味関心

太陽光・蓄電池、または自社を知った方が、
どんな会社なのかをより深く理解してもらう。

自社を知ってくれたお客様には、どんな会社なのかを視覚的にアピールすることが重要になります。視覚的アピールの代表例としてWEB・SNSがあります。ただ、現代のWEBユーザーの多くがページ全体・アカウント全体を精読しない傾向にあるため、特にページ上部のファーストビュー領域で、最も重要なメッセージを集める必要があります。



▶ 比較検討



比較検討

複数の販売店を比較しているお客様に対して
「この販売店に任せたい」と
選んでもらうための後押し。

多くの太陽光・蓄電池の導入を検討している層、または潜在的ニーズを持ったお客様が自社きっかけで検討フローに移行したユーザーに選ばれるためには、自社での強み、営業から契約フローで大切にしていること、そして想い。これらを伝えることが重要になります。特に「想い」に触れていただく事で、お客様は太陽光・蓄電池そのものの理解を深めると同時に、私たちがどのような姿勢で向き合っているのを感じ取ってくださいます。それが安心感と信頼感に繋がり、最終的にこの販売店で契約したい、に繋げることができるのです。



▶ 契約



事例
①

OB様向け相談会を
2日間開催し
来場18組、
見積提出15組!



もともと一括サイトからの案件が大多数であり、契約率・粗利率・温度感の低さに悩みを抱えていた。OB顧客への友好的なアプローチにより、LTVの最大化に成功しました。

事例
③

太陽光・蓄電池専用
マーケティングサイトを
立ち上げ、
問い合わせ19件/月を達成!



営業マンが社長一人だからこそ、専門マーケティングサイトを「無言の営業マン」と捉え反響型集客に注力し、集客の自動化に成功しました。

事例
②

Facebook・Instagram
といったMeta媒体への
広告出稿により
反響単価5,000円/月を達成!



Meta広告出稿によって顕在・潜在的顧客への能動的アプローチを行い、これまでアプローチできていなかった顧客層へのアプローチに取り組み、集客数増加・CPA向上に成功しました。

事例
④

ショールームオープンに
伴い行ったプレ・グランド
オープンイベントで
集客数70組、見積提出30組!



「専門マーケティングサイト」や「アライアンス」といった集客チャネル強化に加え、専門ショールームを出店・イベントを開催し、地域密着型集客に成功しました。

こちらの紙面で
書ききれない

集客成功事例

はセミナー
当日大公開!