

工務店経営者の方へ

『安定した集客』と『高契約率』を達成する 仕組みを課題整理の継続運営で実現する 『住宅FP営業』概論

株式会社CSI総合研究所
代表取締役 大高英則

課題：安定した集客と契約率を高める仕組みを構築する。

目標：来店予約5組/月と契約率40%を達成する。

主題：「気になること」が生じる情報を発信し「競合のない」受注活動を行う。

【受注強化論の概要】

受注数＝集客数×契約率

＝（見込客を集める力(A)＋相談会に導く力(B)）×早期契約に導く力(C)

A：施主が見ると「気になること」が生じる情報を発信する。

■「住宅資金や税金」（お金の話）の概要と事例

- ☛ 疑問や不安、自分の条件で確認したい思いが生じる。
誰かに「相談したい」という思いになっている。
しかし、知らない工務店に行くのは不安。

B：施主が「相談会に行きたくなる」情報を発信する。

■「ファン化」できる「専門力」と「人間力」

- ☛ 素敵な家を作り信頼できる相談員がいるなら相談に行きたい思いが生じてくる。
高額住宅購入である為、お金に関する気になることは解決したい思いがある。

C：施主が「自ら早期契約のメリットに気づく」情報を発信する。

■「先延ばし」のリスク分析

- ☛ 「子どもの入学」、「土地探し」、「資材高騰」で先延ばしや中断のリスク（金額面）に気付く。住宅の種類や入居時期で、例えば約300万円の損をする事例を知れば、早期購入を施主自ら決断する。

【受注強化論の実現方法】

A：アニメ動画（資金編）本編 16 話と CM 編+LINE 自動配信

ホームページに CM 編（1 分）と LINE「友だち追加」への誘導文言を掲載

（誘導文言：「友だち追加」でアニメ動画（資金編）の本編 16 話が無料で視聴可能！）

LINE「友だち」（見込客）にアニメ動画（資金編）を週 1 回自動配信する。

B：ファン化情報+LINE 随時配信

LINE「友だち」（見込客）に「ファン化情報」を随時（週 1～2 回）配信する。

（ファン化情報）

- ①建物情報 ②相談員情報 ③会社情報 ④お役立ち情報 ⑤イベント情報
- ⑥OB情報 ⑦土地情報 etc

※①から④で自社の魅力を伝えてファン化する。

C：「建時診断」シミュレーション

シミュレーションを行いながら契約率を高める為の「5つの情報」をヒアリングし、「リスク分析」により早期購入のメリットを伝える。

（リスク分析）

- ①住宅ローン減税 ②住宅資金贈与 ③家賃負担 ④金利の変動リスク
- ⑤年金リスク

【受注強化論の導入方法】

上記の「受注強化論」は、『住宅 FP 営業』として仕組化しています。以下をご覧ください、導入に向けたスマホ体験、セミナーにご参加下さい。

（1）集客の仕組みをスマホで体験

「友だち追加」をして、「安定した集客の仕組み」のサンプルをご覧ください。

☛ [「スマホで体験してみる」](#)

（2）『住宅 FP 営業』オンラインセミナー（無料）に参加

オンラインセミナーに参加して、『住宅 FP 営業』の仕組みと効果をご体感下さい。

☛ [「オンラインセミナーのご案内&申込」](#)