

「Insight 集客」が解決する2つの問題とは？

◎『決断』できず「現状維持」を続ける施主を来店に導く！

少子高齢化、資材高騰等により、新築を希望する方の「来店数減少」と来店後の「成約率低下」の対策として、「Insight 集客」を構築しました。

「来店数減少」と「成約率低下」は、『決断』できず「現状維持」を続ける施主が増えていることが、原因の1つとして考えられます。では、施主がどのような「心理状態」になれば、新築を決断し来店に心が動くのでしょうか。

それは、施主が「賃貸暮らしの代償>新築のリスク」の「心理状態」に達した時です。

「無理のない資金計画」と「希望の優先と選択」について、しっかりとアドバイスをすることで、施主を決断に導くことが可能になります。

「Insight 集客」は、3つの仕組みで施主を決断に導きます。

(1) 「エリア内」、かつ「建てたい人」を集めます。

予算1.5万円のLINE広告で50人以上（最大89人）の「友だち追加」（見込客）。

(2) 見込客を相談したい思いに導きます。

アニメ動画講座（資金編）を見込客にLINEで自動配信します。概要から疑問が生じ、事例から自分の条件で確認したい思いが生じます。相談したくなります。

(3) 来店に導く「4つの情報」で来店に導きます。

①なぜ物語 ②悩みの解決事例 ③プロの提案事例 ④自社の強み

【心理状態の変化】

契約した方の「悩みの解決事例」を見た見込客は、次のような思いに至ります。

- ・今回LINEで配信された「悩み」は、自分が今抱えている悩みと同じ。
- ・この方は、この工務店のこんな助言と提案を受けて、こんなに素敵な「おうち」を作られた。私たちもこの工務店に相談に行きたい。

そして、実際に契約された方の事例を見て来店された見込客の方は、契約者と同類であるため、商談もスムーズに進み、契約率が高まることになります。

「Insight 集客」は、「来店数減少」と「成約率低下」の問題を解決します。