

■ 『来店減少』の原因

① 住宅価格の高騰

資材価格、人件費、土地代等

② 若年層減少、単身世帯増加

③ 建売、中古+リノベの増加

④ SNS、YouTube等の来店前情報充実による 新築客の他社への流出

正を以て合い、奇を以て勝つ

■ 「エリア内」、かつ「建てたい人」（見込客）

↳ LINE広告 + 動画講座（資金編）で集客

◎ **ブロックしない人、かつ反応がない人**

① 新築を決断できていない人

② 建築業者を選択できていない人

◎ 賃貸の代償 ≤ (↳>) 新築リスクになる情報を配信

① 賃貸のリスク

② 入居時期のリスク

③ 低価格 & 高品質の工夫

④ 契約者の悩み、その解決事例の再現

（解決事例：助言と提案シーン）

⑤ なぜ物語と自社の強み

■ 『低価格&高品質』の工夫

①施工

時間

（工事費含む）

②高品

③エネ

将来

標準仕様

④デザ

著名

（設

⑤セミ

⑥営業

⑦知名

**Zoom個別説明会で
解説しています！**

■ 契約者の悩み、その解決事例の再現

①子ども

心配。

②建築業

③土地の

らない。

④現金は

が足りない。

⑤終の棲

に反対されている。

⑥40代独

新築に迷っている。

⑦新築し

⑧健康を

る。

**Zoom個別説明会で
解説しています！**