

「来店前の静かな失注」を防ぐ方法

1. なぜ、今の仕事をしているのか？

私は、全国の工務店経営者向けに営業支援のセミナーと研修を開催しています。

今回は、「来店前の静かな失注を防ぐ方法」についてお伝えしたいと思います。

この「来店前の静かな失注」は、来店前情報の充実により見込客が他社に流れる現象をいいます。

本題に入る前に、私がなぜこの仕事をしているかを最初にお話します。

私には、これまでの人生でとても大きな影響を受けた「3つの言葉」があります。

✔「正直に生きるんだぞ。」

小学1年生の時に、亡くなった父親から言われた言葉です。

年を重ねるごとにその意味は、経験と共に深まっていきました。

✔「嘘でいいから成功話を作って売ってこい！」

サラリーマン時代、上司に言われ反発した言葉です。

私は実践経験をもとに提案する道を選びました。

✔「まずは1つ、問題の課題整理をして差し上げてください。」

独立後、営業という仕事に大変苦慮していた時に問題解決の手法「合理的思考」を教えて頂いた恩師の言葉です。「合理的思考」は、私にとって「心の保険」です。

私は、合理的思考の考え方と課題整理の技術を学び、営業に関する悩みを解消できました。

合理的思考を習得することで、現状を把握し、原因を究明し、対策の策定とそのリスク分析により、問題を効率よく解決できるようになりました。

その後私は、問題を抱えて苦慮されている経営者の方に、この「合理的思考」を伝え、効率よく問題を解決して頂きたいと考えるようになりました。

そこで、3つのことを指針とした「営業支援」を始めることにしました。

- ・正直に、正しい選択をする。
- ・実践に即した対策を講じる。
- ・合理的思考により問題を解決する。

私がこの仕事をしているのはこうした理由からです。皆様もぜひ、どのような思いで今の仕事をされているのか、経緯と信念を整理してみてください。

私はお話した経緯により定期的に経営者向けの「Zoom 相談会」を開催しています。経営者の多くが、以下の「2つの問題」を抱えていらっしゃいます。

- ❶来店数が減少している。
- ❷成約率が低下している。

そして、この問題を解決する為に以下の対策を講じられていますが、いずれも成果を得られず、苦慮されています。

- ✅ Instagram、YouTube、ブログのアクセス数は増えたが、来店に繋がらない。
- ✅ ホームページのアクセス数は増えているが、イベントの「申込」ボタンが押されない。
- ✅ ポータルサイト経由で資料請求はあるが、資料送付後の来店がない。

この中で、該当する問題がありますか？
今の状況を整理してみてください。

2. 集客問題を解決する為の考え方とは？

来店数減少、成約率低下の「真の原因」をどのようにお考えですか？

一般的には、住宅価格の高騰、若年層の減少、単身世帯の増加がありますが、注目すべきは「来店前情報の充実」により他社に見込客が流れていることです。

そして、その先にある「真の原因」は、施主の「2つの心理状態」です。

- ❶新築を決断できない
- ❷建築業者を決定できない

ここをクリアすることで、来店数は増加し、成約率が高まります。

「**新築を決断できない**」**施主**には、以下の対策をお勧めしています。

まずは、気付かれていない、あるいは強く意識されていない「賃貸暮らしの代償」が大きい事実を伝える必要があります。

例えば、家賃は資産価値がなく生涯払い続ける必要があり、配偶者が亡くなった場合は家賃負担が大きくなり、さらに高齢になると住まいを借りづらくなることなど。

そして、「新築のリスク」を軽減できることを伝える必要があります。

例えば、無理なく返済できる住宅ローンの借入額を把握し、予算内で希望の優先を整理し、「満足のいく家づくり」が可能になることなど。

∴施主の思いを「賃貸暮らしの代償」>「新築リスク」の状態に導きます。

「**建築業者を決定できない**」**施主**には、以下の対策をお勧めしています。

面談できれば「真の悩み」を把握して、成約に導けます。

もし、来店前に見込客の「真の悩み」がわかれば、
解決策を示して来店に導くことが可能になります。

しかし、来店前の会ったこともない見込客の「真の悩み」を
どうすれば知ることができるのでしょうか？

ここが「来店前の静かな失注」を防ぐ為の最大のポイントになります。

プレゼント付きのアンケートをしても、「真の悩み」の回答は得られないでしょう。
また、見込客が気付いていない悩み（問題）があるでしょうから、聞いてもわかりません。
そこで、ぜひ実施して頂きたいのが、「悩みの解決事例」を伝える手法です。

∴「聞く」のではなく、解決できる「悩みの事例」を提示して「選択」してもらうのです。

例えば、見込客に既契約者の「悩みの解決事例」を伝えます。

すると、見込客は、「この事例の方の悩みは、自分たちの悩みと同じ。この工務店はこんな助言と工夫をして、こんな素敵な家づくりをされている。自分たちもこの工務店に相談に行きたい！」
という思いに至ります。

「悩みの解決事例」に3つの情報を加えた「4つの情報」を伝えることで、
「建築業者を決定できない」見込客を来店に導くことが可能になります。

「4つの情報」とは、家づくりの想いと信念、既契約者の悩みの解決事例、
建築のプロとしての提案事例、他社にない自社の強み（特徴）です。

「4つの情報」を一連の物語として伝えることがポイントになります。

3. 「集客問題」を解決する為の具体的な方法

経営者の多くが抱えていらっしゃる2つの問題の「真の原因」と解決の為の考え方をお伝えしました。

「2つの問題」

- ・来店数が減少している。
- ・成約率が低下している。

「真の原因」

- ・新築を決断できない
- ・建築業者を決定できない

「解決の為の考え方」

- ・「賃貸暮らしの代償」>「新築リスク」の心理状態に導く
- ・来店に導く「4つの情報」を伝える

それでは、具体的な解決の方法を「3つのステージ」別にお伝えします。

ステージ1：エリア内、かつ建てたい人を集める

LINE 広告で「友だち追加」（見込客）を集めます。

告知文：「友だち追加」をすれば、動画講座（住宅資金編）全15話を無料で視聴できます。



ステージ2：見込客を「相談」したい思いに導く

知って得する住宅資金や税金の話「動画講座（住宅資金編）全15話」を週1回、LINEで自動配信する。



ステージ3：見込客を「訪店」したい思いに導く

来店に導く「4つの情報」を随時 LINE で配信する。

- ①家づくりの想いと信念
- ②既契約者の「悩みの解決事例」
- ③施主が気付かないプロからの「提案事例」
- ④自社の強み



★【Web 研修のご提案】

来店前の「静かな失注」を防ぐ方法『集客ゲート』

（初期：税別 29.5 万円、月額：税別 24,800 円）

以上が、「集客問題」を解決する為の具体的な方法です。

4. 「集客ゲート」の効果と導入時の障害を回避する方法

来店前の「静かな失注」を防ぐ方法『集客ゲート』の効果と
導入する際に想定される障害の回避方法についてお伝えします。

（１）「集客ゲート」の効果についてお伝えします。

- ①予算 1.5 万円の LINE 広告（画像：住宅資金）で「友だち追加」（見込客）が最大 89 人集まった。
- ②予算 1.5 万円の LINE 広告（画像：見学会）で「友だち追加」（見込客）が最大 112 人集まった。
- ③見込客に動画講座（資金編）全 15 話を週一回 LINE で自動配信し「来店予約」が入った。
- ④見込客に「来店に導く 4 つの情報」を LINE で随時配信し「来店予約」が入った。
- ⑤見込客に完成見学会等のイベント情報を LINE で随時配信し「来店予約」が入った。
- ⑥YouTube から LINE 「友だち追加」への動線を貼り、LINE から「来店予約」が入った。
- ⑦ポータルサイト経由の資料請求者に LINE 「友だち追加」の QR コード付きチラシを同封し、LINE から「来店予約」が入った。

※項番①②⑥⑦には、LINE 「友だち追加」をすると動画講座（住宅資金編）全 15 話が無料で視聴できる旨の告知を行っています。

（２）「集客ゲート」を導入する場合、なにか想定される障害がありますか？

例えば、来店に導く「4 つの情報」の作成に不安があるようでしたら、
研修を受講して頂ければ一緒に作成しますのでご安心ください。

∴研修でお話を伺いながら当初のシナリオを作成し、その後のシナリオ作成の方法を解説します。
更に、研修後、来店があるまでシナリオ作成と発信操作をサポートします。

また、費用面の問題がありましたら、

受注棟数の目標が達成されない場合の経費削減額、あるいは、資金調達額を試算し、
「集客ゲート」の研修（導入）の費用と比較してみてください。

★【Web 研修のご提案】

来店前の「静かな失注」を防ぐ方法『集客ゲート』

（初期：税別 29.5 万円、月額：税別 24,800 円）

∴「経費削減額、あるいは資金調達額」 > 「集客ゲートの研修費（導入費）」であれば、
研修を受講されますことをお勧めします。

「どうなさりたいですか？」

研修をご希望の場合は、Zoom 説明会（無料）にご参加頂き、
仕組みと効果、導入事例についてご体感ください。

☛ 「Zoom 説明会の申込方法」

※研修先の工務店の皆様と一緒に検証を繰り返して

「来店前の静かな失注を防ぐ方法」（集客ゲート）を開発しました。
（全国エリア制）

来店数を増やし、成約率を高める Web 集客の仕組みです。

お会いできますことを楽しみにしています。



集客ゲート
Zoom 説明会



集客ゲート
の解説動画



カンタン
AI-Zoom 動画
の解説動画



株式会社 C S I 総合研究所
代表取締役 大高英則