

工務店経営者の方へ

【住宅 AI 営業】新・AI 集客！「いいね！」から AI が推奨する「真の価値」へ

住宅業界も AI が「待った無し」の時代になりました。

レコメンデーション、オーケストレーションという言葉、ご存知ですか？

「いいね」や視聴回数という「人気」で評価される時代は過ぎ去りました。

AI が体験、専門性、権威性、信頼性という「真の価値」を把握し、必要とする人にレコメンデーション（推奨）し伝える時代になったのです。

経営者自らコンダクターとなり、オーケストレーション（AI ツールの駆使）実戦が急務となりました。

～経営者がすべきことは、そう難しくはありません！

「朝の AI-15 分習慣」を身に付ければ道は拓けます！～

●では、これからの AI 時代、工務店の集客・新戦略について、具体的に何をどうすべきかをお伝えします！

最初に、こんな思いをされていませんか？

- ・技術も情熱もあるのに、集まらない！
- ・SNS の「いいね」やアクセスは上がっているのに、来店に繋がらない？
- ・来店があっても中断、自アポに繋がらないケースが増えた！

一言で言えば、来店数減少と成約率低下の問題が続いている！

その「真の原因」は、住宅価格の高騰、若年層の減少、単身世帯の増加という一般的に言われている原因とは別のところにあります。

それは、

- ・新築を決断できない、
 - ・建築業者を選択できないという
- 「決められない顧客心理」にあります。

住宅業界における「真の価値」の1つとして、
施主の悩みや施主が気付いていない将来問題の解決情報（戸惑う施主の救済情報）があります。

施主は、家づくりの理想を求めて、
そして悩みを解決してくれる建築業者を求めて
次々とホームページを彷徨っています。
確証が持てず、決断ができず、ストレスのある「賃貸暮らし」をやむなく続けています。

・来店後であればヒアリングにより施主の悩みを把握することは可能でしょうが、
来店前にそれを知る術があるのか？

プレゼントをつけてもアンケートから「真の悩み」を知ることはできないでしょう。
なにより施主本人が将来発生する問題に気付いていないこともあり得るのです。

では、どうすれば良いのか？

研修先工務店8社と仕組みづくり、検証、改善を繰り返してその解決策に辿り着きました。

解決策のキーワードは、「聞く」から「選んでもらう」です。

例えば、過去に成約に至ったお客様の「悩みの解決事例」を発信することです。
すると以下のような状況が生まれてきます。

- ・この事例は、自分たちが今悩んでいることと同じだ！
- ・この工務店はこの悩みをこんなアドバイスと工夫で解決している！
- ・相談者の希望は全て叶うわけではないが、満足のいく素敵な家づくりがなされている。
- ・自分たちもこの工務店に行ってみよう！

アンケートで「聞く」のではなく、「真の価値」（解決事例等）を発信することで
「選んでもらう」のです。

これが、来店前に去っていく施主を来店に導く「住宅AI営業」の考え方です。

以下に詳細をお伝えします。

●新築を決断できない施主には、
「賃貸暮らしの代償」が「新築のリスク」より大きいことを詳しく説明する情報を発信します。

賃貸暮らしの代償

- ・家賃は生涯続き、資産として残らない。
- ・子どもが小さいと隣への気遣いでストレスが増える。
- ・子どもの成長と共に引っ越し費用の負担が増える。
- ・もし、パートナーに万が一のことがあれば家賃負担が大きく増える。
- ・高齢になると賃貸契約がしづらくなる。等々

新築のリスク

- ・最初に「無理のない資金計画」と家づくりの希望に対する「優先と選択」をきちんとすれば満足いく家づくりは可能になる。
- ・パートナーに万が一のことがあっても団体信用生命保険で住宅ローンがなくなり安心。等々

●建築業者を選択できない施主には、
来店に導く「4つの情報」を発信します。

家づくりの想い、悩みの解決事例、プロからの提案事例、自社の強みの4つです。

以上の研修先工務店と検証を繰り返してまとめた「真の価値」情報が、
「レコメンデーション（推奨）」の根拠になります。

こうした「真の価値」を伝えるツールとして最も適しているのは、「動画」です。

しかし、こんな問題が生じてきます。

- ・自社にはカメラや照明等の撮影機材がないし、撮影に詳しいスタッフもない。
- ・来店に繋がる動画のシナリオを作れない。
- ・外部の専門業者に依頼すると時間がかかり、高額な費用を払い続ける必要がある。
- ・住宅業界に精通している撮影業者でなければ来店に繋がらない。

「朝のAI-15分習慣」を実践して頂ければ、こうした問題を解決し、
決断できず戸惑う施主を来店に導くことが可能になります。

費用と時間と人手をかけずに、簡単に動画を作成し、
「真の価値」（解決事例等）を発信し続けることが可能になります。

AI検索が「真の価値」として認識し、
必要とされる施主に届けてくれる。

そして、来店に戸惑う施主を来店に導いてくれる仕組みができあがります。

「朝のAI-15分習慣」により、「真の価値」（解決事例等）を動画で継続して発信していく！

これが新築を決断できない、建築業者を選択できない施主を
来店に導く「集客問題の解決策」になります。

※「朝のAI-15分習慣」

- ・白紙のWordを立ち上げ「4つの情報」を箇条書きにする。（プロンプト作成）
- ・AIに評価と校正後全文、タイトル、サムネイル（動画用）の作成を依頼する。

- ・校正後全文を動画生成 A I に読み込ませ動画を生成する。

以上の作業を慣れると 15 分でできるようになります。

箇条書きにした情報は A I が蓄積していきますので、この習慣を続けるほど短時間でプロンプトを作成できるようになります。

プロンプト作成～A I 動画生成までは、ぜひ、経営者の方に実践して頂くことをお勧めしています。

- ・経営者の家づくりの想い、お客様絵への接客の考え方と伝え方等が技術資産となり、後継者への資産承継、スタッフ教育になるメリットがあります。

出来上がった A I 動画は YouTube にアップして、見込客へのメルマガや LINE 配信、ホームページや SNS 発信を継続して行ってください。

この作業はスタッフの方に依頼されて、経営者はプロンプト作成に専念して頂くと良いでしょう。

この経営者の実践が冒頭お話をしました A I の「オーケストレーション」の姿になります。

「継続は力なり！」です。

A I を活用して「真の価値」を発信しつづけることで、成約率の高い施主を来店に導くことが可能になります。

「朝の AI-15 分習慣」を続けることで、家づくりに悩みを抱えていたお客様の顔が「希望の笑顔」に変わった姿を想像してみてください。

そして、実際に発信した情報に共感し、お客様が来店されるとその喜びは感無量です。

こうした状況を生み出す為には、「知る」だけでなく、「行動」が大事です。2つのご提案があります。

- ・戸惑う施主を来店に導く「A I 動画（全 10 話）」の販売
A I 動画 10 本で税別 5 万円

- ・「朝の AI-15 分習慣」を習得して頂く「A I 動画 Zoom 研修」
研修時間は 4 時間、研修費用はお一人様税別 6 万円