

**コロナで、これまでの常識が180度変わる！**

**【緊急】コロナ対策オンラインセミナー**

**今すぐはじめる！ コロナ対策と受注活動**

一般社団法人 全国住宅営業認定協会



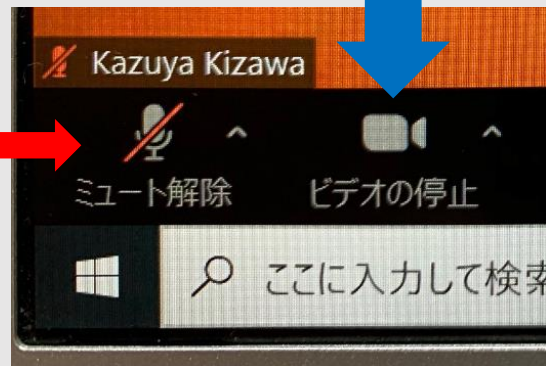
## はじめに～おことわり

当初ご案内したセミナー内容から、一部変更してお届けします。  
各種制度等は、コロナの状況等により変更が生じることがあります。

**ミュート(相手に音声聞こえない)機能は途中で解除しないように  
お願いします。**

またご視聴中、カメラはオンでもオフでもどちらでもかまいませんが、  
オンにされますと、ほかの参加者に顔や背景が共有されます。

**この状態**  
※ミュート状態  
にしておいて  
ください。



**Wifi環境でない場合、高額な通信料が課金されることがあります。  
Wifi環境でのご利用を強くお勧めします。**

## はじめに～おことわり

セミナーの運営管理上、視聴に必要な招待URLを第三者に転送することは禁止します。

セミナー内容の録画・録音、SNSなどへのアップは禁止します。

Zoom上では、個人情報を取得することはありません。

本セミナーで共有した画面は、セミナー後データにてお渡しさせていただきます。

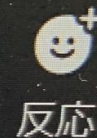
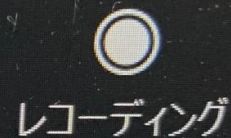
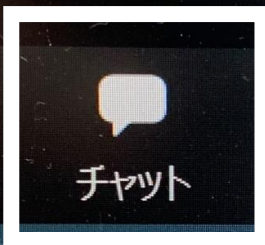
運営には万全を期しておりますが、オンラインの特性上、突然の通信障害やシステム上のトラブルも考えられます。万一セミナー途中で不測のトラブル等が発生した場合は、セミナーを中断・中止する場合があります。あらかじめご了承くださいませ。

# 機能のご説明

①



②



# 内 容

## 今、ビルダー経営者がすぐやるべき受注促進策！

### <集客編>

- まずは集客！今動いているエンドユーザーとは(アンケートより)
- 今こそ、中長期既存名簿客を掘り起こせ！
- 成約スピードと契約率を上げる、OB顧客のフォローによる紹介営業の具体的やり方
- 在宅でHPの閲覧数アップ！→新規Web問合せを商談客にする！
- 今すぐできるオンライン週末イベント～ライブ配信による自社主催セミナー
- コロナで新たな需要「テレワークリフォーム」の受注活動(持家、賃貸、買取再販)

### <受注編>

- コロナが変えた営業のやり方～コロナ世代攻略のためのオンライン営業スキル
- オンライン営業のはじめ方と注意点～「気軽さ」を無視すると必ず失敗する
- オンライン営業の型(手本)を知る～オンライン営業のフロー(実際に実施する流れ)
- リアル営業よりも実は営業効率がアップする！オンラインだから出来るトークの標準化

### <資金繰り編>

- 公的融資、補助金・助成金等で、とにかくキャッシュを確保する
- 税金・光熱費その他あらゆる猶予策で、キャッシュアウト(資金の流出)を止める！



## 瀧本 真也(たきもと しんや)

一般社団法人全国住宅営業認定協会 代表理事  
株式会社シンクパス 代表取締役



1964年 静岡生まれ。不動産営業を経て、1990年に住宅FC本部の株式会社アイフルホームテクノロジー入社。スーパーバイザーとして全国100社以上の加盟工務店の立ち上げと、経営者、マネージャー及び営業マン指導を行う。在職中は、スーパーバイザーを統括するOFC課長、FC企画課長、西日本支部長を歴任。2003年、同社退職後、全国の有効工務店の連携と補完を実現すべく新型ネットワーク会社設立に参画。その後、2006年10月に「ビジネスを成功に導く正しい考え方を伝える」ことを理念に、建築業界専門の経営コンサルティング会社として「株式会社シンクパス」設立。現在も全国を飛び回る傍ら、注文住宅営業マンの地位と品格向上を目的に2010年4月、日本初の住宅営業スキルの第三者認定機関「一般社団法人 全国住宅営業認定協会」設立。代表理事就任。

## 木澤 和也(きざわ かずや)

一般社団法人全国住宅営業認定協会 専務理事  
株式会社A&Pフィナンシャル 代表取締役



コンサルティング会社を経て、「エンドユーザーの幸せのために、住宅業界を良くしたい」という思いを掲げ、2005年株式会社A&Pフィナンシャルを設立、代表取締役就任。住宅関連コンサルティングを手掛ける。住宅ローンアドバイザー。ファイナンシャルプランナー。大手住宅会社の住宅ローン関連業務、契約・引き渡し業務、また全国の工務店・住宅ビルダーのアドバイザー、住宅ローン取り次ぎ業務、保険商品関連業務など、住宅・不動産関連業界において、とくに資金・住宅ローン分野を中心に活動。エンドユーザー、住宅・不動産事業者から寄せられる、年間1000件以上の個別案件の相談に対応。パナソニックES社「マネープラン研修」講師。2010年4月に、日本初の住宅営業スキル第三者認定機関、一般社団法人全国住宅営業認定協会の設立に参画、専務理事に就任。住宅営業のための資格制度、「住宅販売士」の認定講習会を全国で実施。経営の根幹である「ヒト・モノ・カネ」の「ヒト」を強化するため、住宅業界の人材教育・人材育成に従事。

## <集客編>

- まずは集客！今動いているエンドユーザーとは（アンケートより）
- 今こそ、中長期既存名簿客を掘り起こせ！
- 成約スピードと契約率を上げる、OB顧客のフォローによる紹介営業の具体的やり方
- 在宅でHPの閲覧数アップ！→新規Web問合せを商談客にする！
- 今すぐできるオンライン週末イベント～ライブ配信による自社主催セミナー
- コロナで新たな需要「テレワークリフォーム」の受注活動（持家、賃貸、買取再販）

## <集客編>

■ まずは集客！

今動いているエンドユーザーとは  
(アンケートより)



■ **まずは集客！今動いているエンドユーザーとは(アンケートより)**

本セミナーをより有意義な内容にするため、大変お手数ですが、下記アンケートにご協力をお願いします。

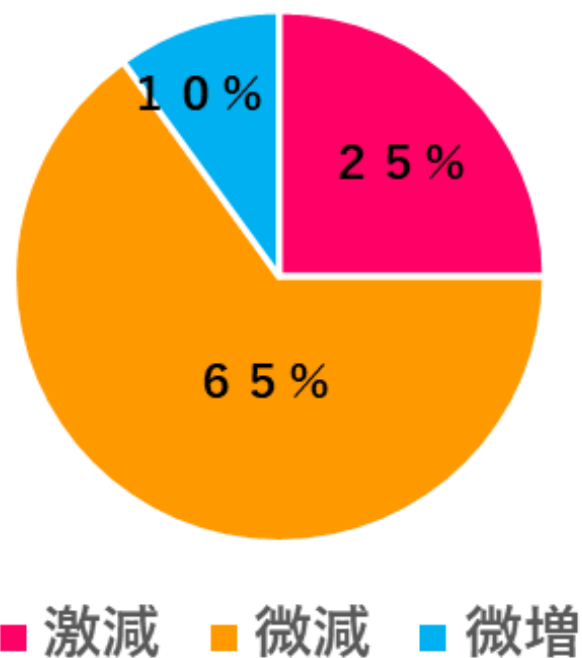
	集客について	受注(契約)について
実績比較  (対前年同月比)	例)2019年4月 昨年:18組、今年:6組	例)2019年4月 昨年:3件、今年:1件
	4月度新規集客 昨年 組 / 今年 組	4月度受注(契約) 昨年 件 / 今年 件
お客様の動き  コロナ下で動いているお客様 (属性・プロフ)	例)Web問合せ数は増加でも面談に繋がらず。新規来場客よりも、名簿管理客。	例)夫婦共介護職30代3人家族、結婚予定20代カップル、二世帯住宅で親が現金建替え
自社での対策  コロナ後に自社で積極的に工夫して新たに始めた対策や成功事例	例)見学会をやめ、紹介強化へシフト。OB向け紹介キャンペーン実施	例)早割特典を始めた。展示場での商談は完全予約制にして3密回避
今後の方策  コロナ対策として至急取り組むべきこと	例)ネットでの集客を増やしたい	例)オンライン商談を増やしていきたい
その他		

# 皆様からの声

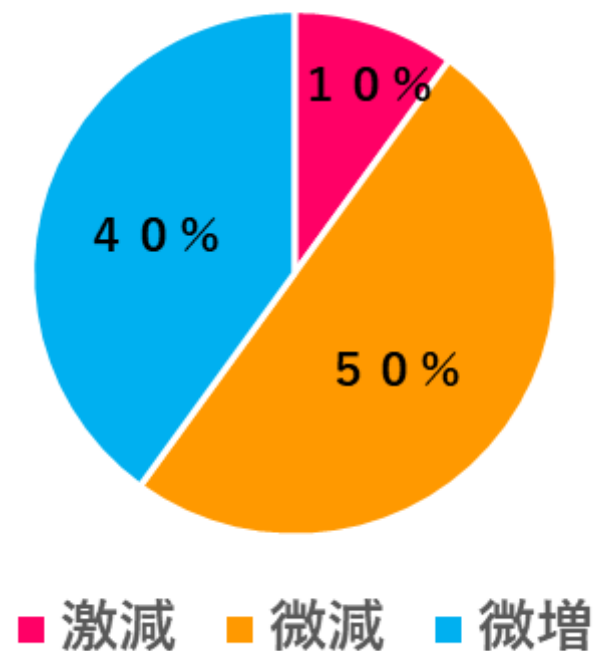
事前アンケートより

## 1、対前年比（コロナの影響）

集 客



受 注



## 2、お客様の動き

### （集客面）

- ・小工事客が多くなった
- ・子育て&30代世代は、動きが止まっていない
- ・Web閲覧数は増加するも、動きは鈍い
- ・名簿管理客への呼び掛けに注力
- ・収入安定層は、活発
- ・検討開始直後のお客様は継続、検討中客は中断
- ・通りすがり客は、激減

### （受注面）

- ・小工事（リフォーム）は増加
- ・ローン少な目&現金&収入安定客からの受注
- ・30代共働き夫婦からの受注
- ・外壁塗装は、順調
- ・商談先送りによりクロージングできず

等々



### 3、自社で積極的に取り組んだ工夫は？

#### (社内改革)

- ・ 3密回避の環境づくりと、顧客向け発信
- ・ 販管費の思い切った見直し
- ・ 時短営業への取組み
- ・ Web強化
- ・ 業務のIT化
- ・ 資金ショートしない為の銀行相談

#### (営業改革)

- ・ OB 客様へのアプローチ & 紹介促進
  - ・ ホームページ、パンフの刷新
  - ・ Web 広告の強化
  - ・ オンライン商談の開始
  - ・ チーム営業への転換
  - ・ アフターコロナに向けた新営業体制の構築
- 等々



## コロナ禍で変わる住宅リフォーム経営

これまで	これから
リペア・リニューアル	巣ごもり消費の喚起
無駄の多い非効率な働き方	生産性が高い働き方
集客数が最重要	契約率が最重要
営業力重視	施工、サービス品質重視
売上重視	利益重視

出典：リフォーム産業新聞Webサイト



#### 4、今後の方策（早急に取り組むべきこと）

# Web活用による営業体制の構築

- **Web集客策**の確立と安定化
- **SNS**の効果的活用
- YouTube活用による**効果的動画配信**
- **オンライン商談**の標準化
- ホームページの**コンテンツ**の充実



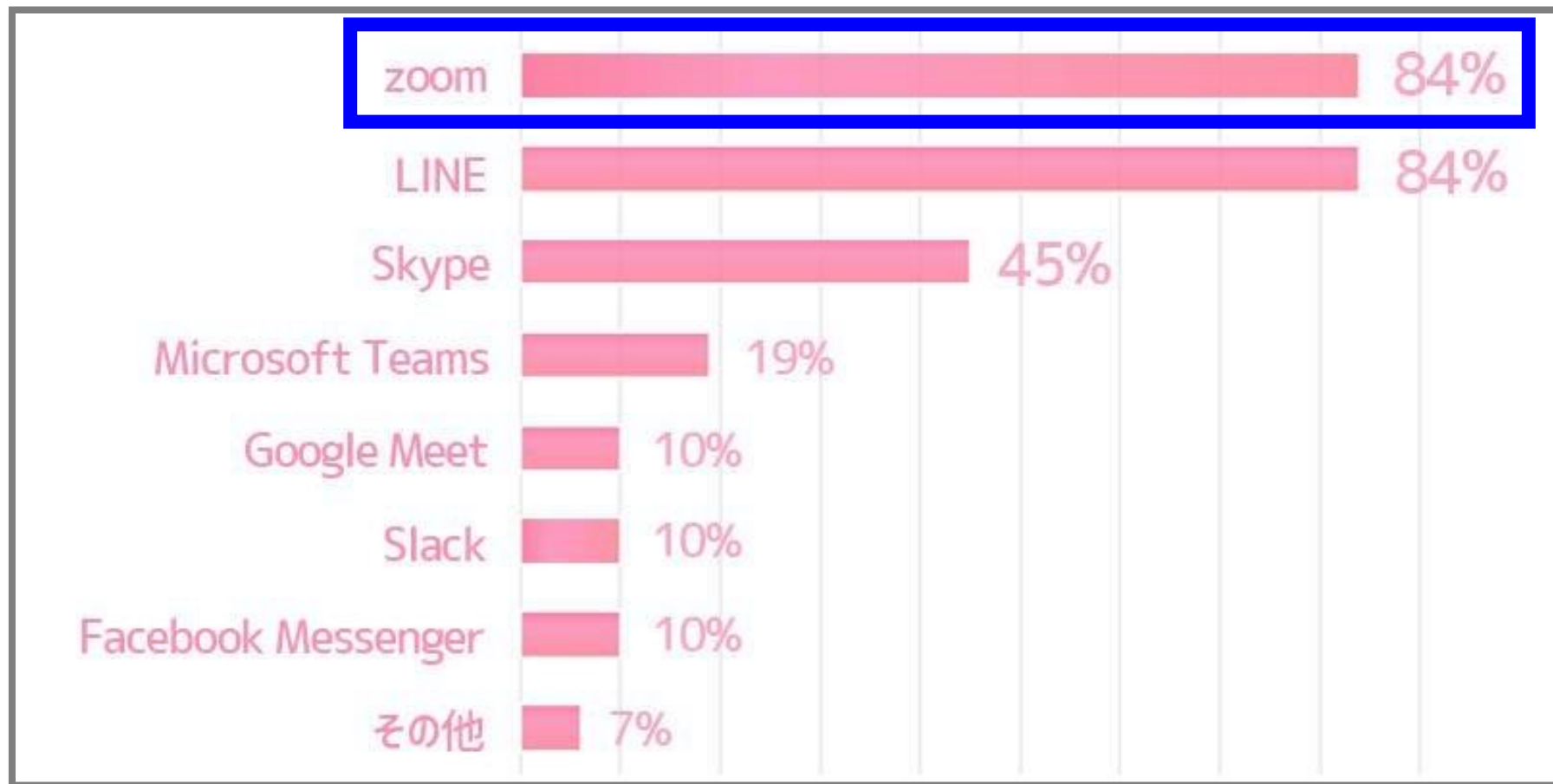


## 主な無料のビデオ会議ツール

ZOOM	無料のまま100人まで接続可能
Skype	Microsoft社が運営。 音声だけなら50人まで同時接続可能
Google ハングアウト	Googleが運営。同時接続最大10人まで
meet in	URLの作成一つで通話可能
Whereby	同時接続4人まで無料
BIZMEE	URLの作成一つで通話可能。 共有のホワイトボード機能あり
Microsoft Teams	Word、PowerPoint、Excelを 会議で共有、編集できる
Slack	ビデオ通話もできるビジネスチャットツール

出典：リフォーム産業新聞Webサイト

# with online



# コロナ禍で見た「元気印ビルダーの共通項」

withコロナ時代の3つのキーワード

← New Start

1、柔 軟

2、前向き

3、まず、トライ(挑戦)

これが明暗を分けた！

みんなが手探り状態 = 横一線 = 多くの失敗 = 失敗が価値

**この経験を1つでも多くした会社が  
アフターコロナを制する！**

## <集客編>

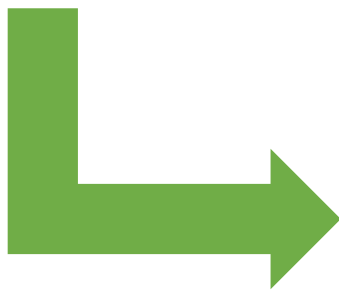
■ 今こそ、  
中長期既存名簿客を掘り起こせ！

# ■ 今こそ、中長期既存名簿客を掘り起こせ！

中長期客は、オンライン営業を前提にしたアプローチしよう！

## オンライン営業に対する誤解・・・

- × オンライン営業？ うちが田舎だし関係ないよ！
- × オンライン営業って、コロナ終わったら終わりでしょう？
- × オンライン営業、ブームですよねー



コロナで、営業の常識が変わった！  
オンライン営業は、  
**新しい営業のやり方**です！

リアル営業で、成績不振の営業マンが、  
オンラインだと、優秀営業マンに化ける可能性が！

# ■ 今こそ、中長期既存名簿客を掘り起こせ！

中長期客は、オンライン営業を前提にしたアプローチしよう！

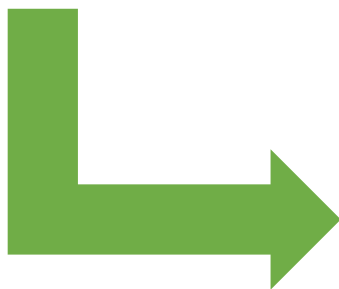
例えば・・・これまでのアプローチ例

●DM(お手紙)で

「●月●日見学会(イベント)開催！」と、再来アプローチ

●電話で

「先日ご提示させて頂いたお見積もり、いかがですか？」



オンライン営業では、  
「先日当社で建築して、お引き渡し  
させて頂いたお家があるのですが、  
オンラインでご覧になりませんか？」

既存客再来の呼び込みは・・・「メール or DM + TELコール」

ポイントは、**2択**再来呼び込み = 「直接会う(来店・訪問) or オンラインで会う」

# ■ 今こそ、中長期既存名簿客を掘り起こせ！

## オンライン営業を前提にしたアプローチ～(新築)土地なし客向けアポ取りメール

件名：オンライン住宅相談(土地探し) 始めました。

本文：

●● ●●様

※※ホームの◇△と申します。

先日は、当社モデルハウスにご来店いただき、誠にありがとうございました。

新型コロナの影響で、世の中が大変なことになっておりますが

●●様皆様は、どうか予防をしっかりしてくれぐれもお気を付けくださいませ。

さて、こんな状況ですから、「新築のご計画」も停滞しているかもしれませんが

せっかくのご家族皆様の夢のマイホームのご計画ですので

ご在宅の時間の多いこんな時期こそ、逆にじっくり時間をかけてご検討されてみてはいかがでしょうか？

それに、状況が状況なので、今、土地をご購入される方たちも様子見の方が多く

実は、「好条件な土地(未公開物件)」が多く存在しています。

とは言え、外出自粛の最中ですので●●様が、ご自宅にしながら、

「土地探し」や「家づくりの相談」をしていただけるように【オンライン住宅相談会(土地探し)】を始めました。

今までのように、移動に時間がかかって面倒だった来店は不要。

事前にご予約さえいただければ、いつでもどこからでもお手持ちのケータイやパソコン、タブレットで、短時間から気軽にご相談いただけます。人との接触も無いので、安心して気軽にご参加いただけます。

このオンライン住宅相談会では、「特選土地情報(未公開物件)」をご自身でも検索していただける

Web検索システムのご利用も可能になりますので是非ともご活用ください。

ご希望の場合は、まずは、こちらからご予約をお願いします。

→ <https://>

重ね重ね、感染予防は入念にされ

お体ご自愛くださいますようお願い申し上げます。

<署名>



# ■ 今こそ、中長期既存名簿客を掘り起こせ！

## オンライン営業を前提にしたアプローチ～(新築)土地あり客向けアポ取りメール

件名：来店不要！ オンライン住宅相談 始めました。

本文：

●● ●●様

※※ホームの◇△と申します。先日は、当社モデルハウスにご来店いただき、誠にありがとうございました。

新型コロナの影響で、世の中が大変なことになっておりますが

●●様皆様は、どうか予防をしっかりしてくれぐれもお気を付けくださいませ。

さて、こんな状況ですから、「新築のご計画」も停滞しているかもしれませんが  
せっかくのご家族皆様の夢のマイホームのご計画ですので

ご在宅の時間の多いこんな時期こそ、逆にじっくり時間をかけてご検討されてみてはいかがでしょうか？

とは言え、外出自粛の最中ですので●●様が、ご自宅にしながら家づくりの相談をしていただけるように

【オンライン住宅相談会】を始めました。

今までのように、移動に時間がかかって面倒だった来店は不要。

事前にご予約さえいただければ、いつでもどこからでもお手持ちのケータイやパソコン、タブレットで、  
短時間から気軽にご相談いただけます。人との接触も無いので、安心して気軽にご参加いただけます。

もちろん、詳細のご説明や間取りの参考例や施工事例なども  
画面を共有したりして見れるので、ご安心ください。

ご希望の場合は、まずは、こちらからご予約をお願いします。

→ <https://>

重ね重ね、感染予防は入念にされ

お体ご自愛くださいますようお願い申し上げます。

<署名>

# ポイント

## × 自分目線

## ○ 相手目線

= 「コロナで外出できず、家づくり  
が思うように進められない方へ」

## <集客編>

- 成約スピードと契約率を上げる、  
OB顧客のフォローによる  
紹介営業の具体的やり方

# ■ 成約スピードと契約率を上げる、 OB顧客のフォローによる紹介営業の具体的やり方

**ご紹介ください！**

住宅の建築や購入をお考えの方を**ご紹介ください！**

ご紹介1件につき、**1万円**の商品券を差し上げます  
また、ご紹介いただいた方が当社で契約した場合は、  
ご紹介者に**10万円**の商品券を差し上げます

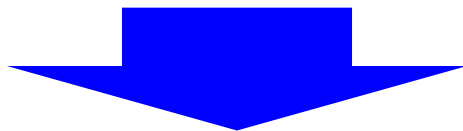


これだけでは、  
なかなか**紹介**につながりにくい

# ■ 成約スピードと契約率を上げる、 OB顧客のフォローによる紹介営業の具体的やり方

「紹介営業」は戦略がすべて

自社に合った「紹介営業プロジェクト」を考える！



## 6W 2H を具体化する！

- When: いつ……………期間限定キャンペーン～●月●日まで
- Where: どこで……………ネット？ メール？ SNS？ 電話？ 来店？
- Who: だれが……………自社のプロジェクトメンバー、責任者、役割分担
- Whom: だれに……………対象はだれにする？ OB全員に？
- What なにを……………紹介した方、された方への特典(メリット)は？
- Why: なぜ……………なぜ今回紹介をお願いするのか？ 目的・趣旨は？
- How:どのように……………実際に紹介まで至るまでのフローと準備
- How much:いくらで……………この「紹介プロジェクト」の予算と見込売上


# ■ 成約スピードと契約率を上げる、 OB顧客のフォローによる紹介営業の具体的やり方

## 他業界(保険)の例

### ご友人・ご家族紹介キャンペーン

#### ご紹介者には

ご友人・ご家族が  
当社の自動車保険を見積りされると  
1名様につき  
**500円相当の  
グルメギフトカード**をプレゼント



#### ご友人・ご家族には

自動車保険のご契約者からご紹介された場合

ご紹介された場合に「紹介割引」として  
初年度保険料を **1,000円割引**\*

**+**

さらに ウェブサイトでお申込みいただくと  
インターネット割引で **10,000円割引**

\*自動車保険のご契約者以外の方から紹介された場合は、500円相当の  
グルメギフトカードをプレゼントします。

※記載の割引額は、支払回数によってはちょうどにならない場合があります。



例えば・・・  
「オンライン面談をして頂いた方には、  
**50万円分**のオプションプレゼント！」

# ■ 成約スピードと契約率を上げる、 OB顧客のフォローによる紹介営業の具体的なやり方

## OB顧客に「紹介カード」を送ろう！

### お手紙文案

※※ホームでご建築された  
オーナーの皆様

**ご協力をお願いできませんか？**  
～大切な方を是非ご紹介ください～

※※ホームの社長の◆■です。  
いつも本当にありがとうございます。  
世の中が新型コロナウイルスの影響で大変なことになっておりますが、  
お住まいの具合は、その後、いかがですか？  
何か？と思うことがあれば、いつでもご連絡ください。  
すぐに駆けつけますから！

(^^)  
顔写真

さて、この度は、弊社でご建築いただいたオーナーの皆様へ  
折入ってお願いがございましてご連絡をさせていただきました。

皆様の大切なご友人や知人の方で、「これから家を建てたいけど、今はさすがに遠慮している」  
という方はいらっしゃいませんか？ いらっしゃれば、是非、私共にご紹介いただきたいのです。

えっ！今、こんな状況の中で紹介をくれだって・・・？  
不届に思われるのも当然ですね。本当に世間がこんな状況ですから。  
ましてや、こんな時期に家なんか建てないでしょ・・・とも思われますよね。普通はそうです。  
しかし、既にマイホームにお住まいのオーナーの皆様ならご共感いただけると思いますが  
「こんな状況だからこそ、唯一安心でくつろげるのは家族と一緒にの家」ですね。  
そのお気持ち、是非、今、遠慮している大切な方々に伝えたいのです。

当社も当然、様々な活動を自粛中です。特に、多くのお客様にお越しいただくような  
モデルハウスイベントは、当分の間、開催できません。

そこで、この自粛期間中だからこそ、以下のように考えました。  
・お客様は、オーナー様よりご紹介をいただいた大切な方を最優先する（完全予約制）。  
・面談は、「3密感染予防を徹底した安心個別面談」とする。

もちろん、こんな時期ですので、感染予防にはどこよりも細心の注意を払います。  
① 面談させていただく事務所には、ウイルス除去分圧システム採用の空気清浄機を設置。  
② スタッフは、常時マスク着用。お客様にもアルコール消毒のご協力をお願いします。  
③ ご希望のお客様には、「オンライン面談」(zoomによるウェブ面談)もお受けします。

誰もがネガティブになっているこの時期だからこそ、皆様の大切な方が、  
皆様同様に、一歩進んでしっかりと将来のご計画を立てていただき、この状況が終息する道には  
早々にご家族皆様で新しい生活のスタートが可能となるべく準備を進めていただけたら幸いです。

◆ご紹介の方法は、とっても簡単です！  
同封の「**ご紹介カード**」を、大切な方に直接お渡し or 写真で送っていただくだけで結構です。  
◆もちろん「まだ先」とか「話を聞いてみたいだけ」という方でも全然構いません。  
ご紹介いただいた際には、ささやかながら御礼をさせていただきます。

末筆ながら、オーナーの皆様のご健勝をくれぐれもお祈り申し上げます。

※※ホーム  
代表 ◆■ 太郎

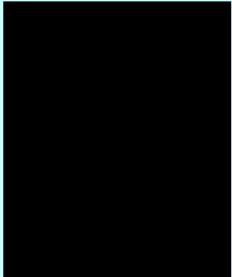
### ポイント

- **親しみやすい文章**にする
- 現状の問題を共有し、  
紹介をお願いする**理由**を伝える
- 具体的に紹介する人（友人・同僚・  
親戚等）を**イメージ**してもらう
- 来場者には**配慮**することを伝える  
**（予約制、距離確保で3密予防、検温  
空気清浄機設置、マスク・手袋着用、  
アルコール消毒液、アクリルパーテーション）**
- **「オンライン面談」**の受付案内
- 紹介方法の説明とお礼  
（紹介カード同封）
- いま紹介するメリット、条件  
（先着何名、○月末まで）を提示

# ■ 成約スピードと契約率を上げる、 OB顧客のフォローによる紹介営業の具体的やり方

紹介促進ツール「紹介カード」を送ろう！


今こそご協力ください！（OB・協力業者）





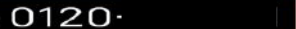
どんなときにも一番安心でくつろげるのは、家族と一緒のマイホーム

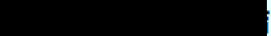
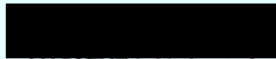
**大切な方  
ご紹介カード**

**予約来場がオススメ!!**  
来店不要！WEB面談予約もできます。

**ネット予約で** 

スマホで **検索**  お役に立つ情報満載です！

**電話予約で**  0120- 

- 家づくりのご相談の際は、事前にスマホか、電話でご予約をいただけますと幸いです。
- ご予約の際にお手数ですが、「ご紹介者様のお名前」をお知らせください。※ご紹介特典がございます。
- このご紹介カードは、 でご建築いただいたオーナー様からのご紹介者様限定です。 

- ◆ お手紙といっしょに「紹介カード」を送り、  
お知り合いに渡していただく
- ◆ 電子メールでPDF添付し、転送していただく
- ◆ OBだけでなく、協力業者にも依頼



# ■ 成約スピードと契約率を上げる、 OB顧客のフォローによる紹介営業の具体的やり方

## OB顧客の「リフォーム」ニーズを掘り起こせ！

お施主様各位

### 「リフォーム相談」承ります

拝啓 時下益々ご清栄のこととお慶び申し上げます。

※※ホームでは新築事業だけでなく、リフォーム事業にも取り組みを進めております。今回は、過去に当社でご建築させて頂いたお施主様にご案内をしています。当社は新築だけではなく、リフォームの取扱いもいたしておりますのでご相談ございましたら、是非遠慮なくご連絡下さいませ。

また、建物は経年劣化による設備の交換や補修工事が必要となってきます。特に屋根や外壁は長期間メンテナンスを怠っていると、経年劣化で雨漏りが発生したり、多額の補修費が発生する場合がございます。適切な時期に対策を実施することが家を永く維持する為に必要です。

※※ホームでは「外部建物診断無料キャンペーン」を実施しています。ご希望の方は下記方法にご連絡下さい。

敬具

#### <外部建物診断無料キャンペーン申込方法>

- お電話の場合  
※※ホーム リフォーム担当：％&  
TEL 〇〇－１２３４－５６７８
- FAXの場合（下記内容を記入しFAXして下さい。  
FAX 〇〇－１２３４－５６７９
- メールの場合（下記内容を送信下さい）  
.....@.....co.jp

※※ホーム  
リフォーム担当  
％& 二郎

氏 名 \_\_\_\_\_

お電話 \_\_\_\_\_

第1希望日      月      日

第2希望日      月      日

### ポイント

- 親しみやすい文章にする
- お家で気になるところはないかを確認
- ありがちなトラブルを、具体例で示す
- どうすれば解消するか解決策を提案
- いまやった方がいい理由・条件  
（先着何名、○月末まで）を提示