

**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(相手に音声が聞こえない)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、  
オンにされると、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できません。

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頂きます。

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



# 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、全国の有力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、代表取締役に就任。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。

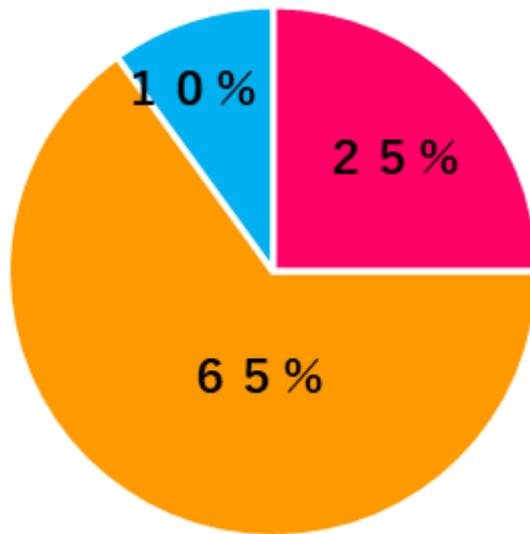
	集客について	受注(契約)について
<u>実績比較</u> (対前年同月比)	例)2019年4月 昨年:18組、今年:6組  4月度新規集客 昨年 組 ／ 今年 組	例)2019年4月 昨年:3件、今年:1件  4月度受注(契約) 昨年 件 ／ 今年 件
<u>お客様の動き</u>  コロナ下で 動いているお客様 (属性・プロフ)	例)Web問合せ数は増加でも面談に繋がらず。新規来場客よりも、名簿管理客。	例)夫婦共介護職30代3人家族、結婚予定20代カップル、二世帯住宅で親が現金建替え
<u>自社での対策</u>  コロナ後に自社で積極的に工夫して新たに始めた対策や成功事例	例)見学会をやめ、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
<u>今後の方策</u>  コロナ対策として 至急取組むべきこと	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くたい
その他		

# 皆様からの声

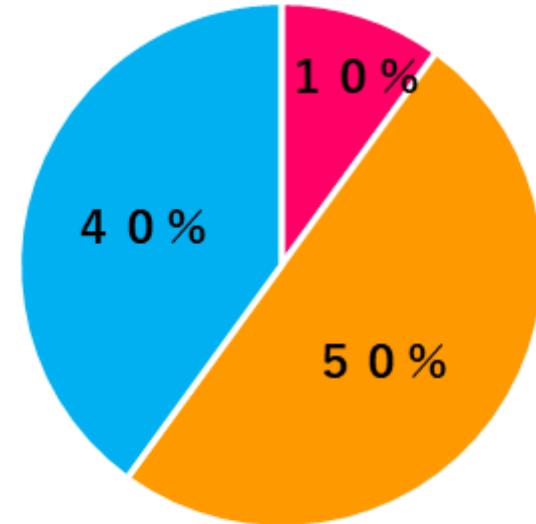
事前アンケートより

## 1、対前年比（コロナの影響）

集 客



受 注



■ 激減 ■ 微減 ■ 微増

■ 激減 ■ 微減 ■ 微増

## 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)

- ・ O B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

リペア・リニューアル

無駄の多い非効率な働き方

集客数が最重要

営業力重視

売上重視

これから

巣ごもり消費の喚起

生産性が高い働き方

契約率が最重要

施工、サービス品質重視

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

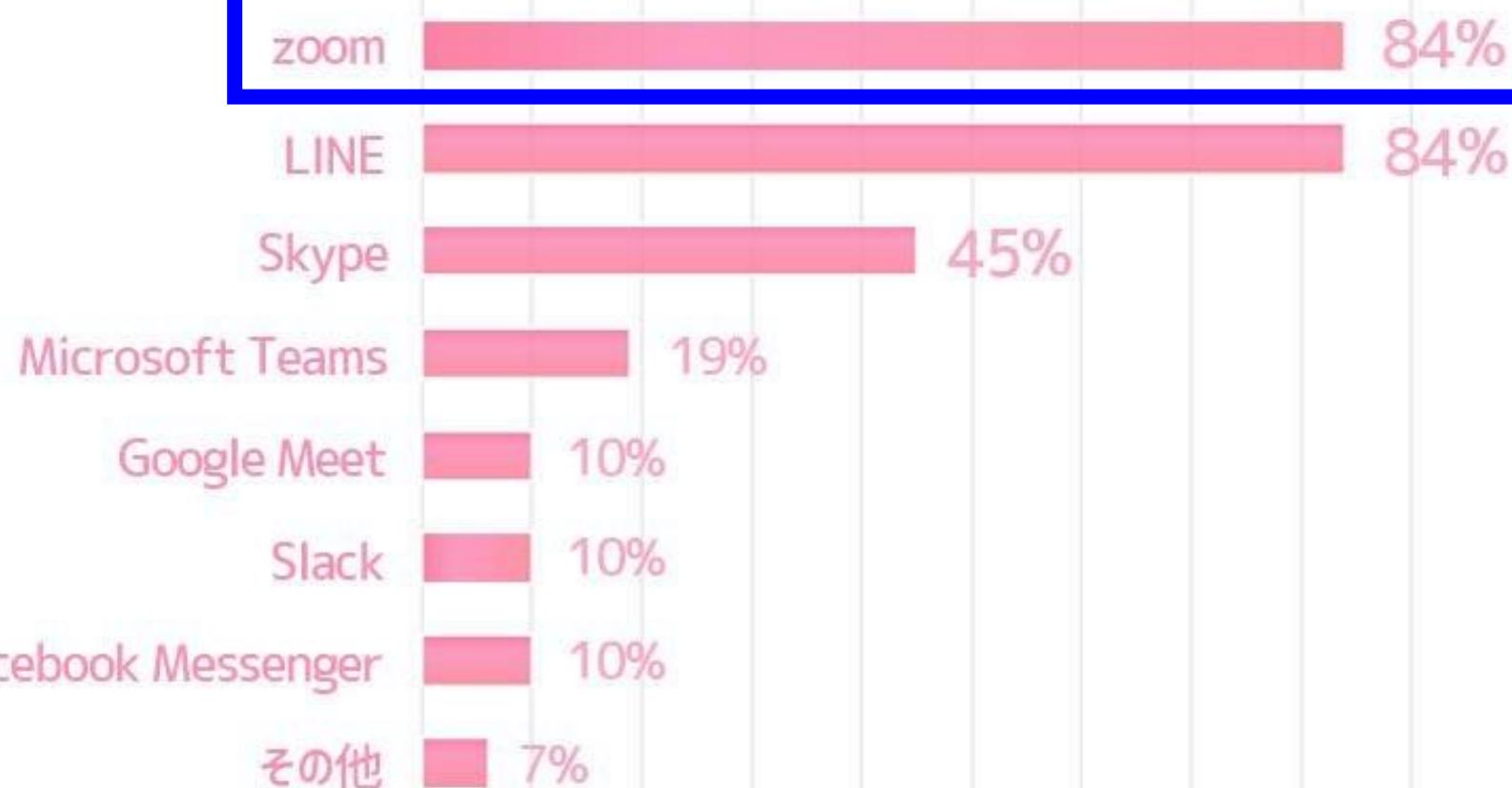


## 主な無料のビデオ会議ツール

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



# コロナ禍で見えた「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>**

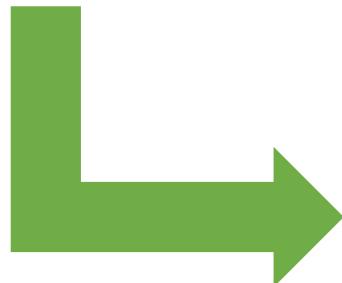
**■ 今こそ、  
中長期既存名簿客を掘り起こせ！**

## ■ 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？ うちは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！

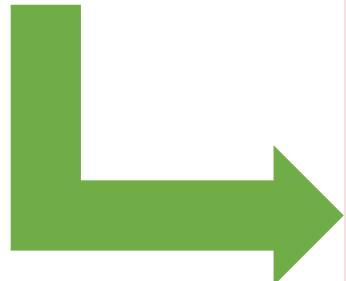
リアル営業で、成績不振の営業マンが、  
オンラインだと、優秀営業マンに化ける可能性が！

## ■ 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

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すか？

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、ご自宅にいながら、

「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、移動に時間がかかる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祈り申し上げます。

<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  
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すか？

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

【オンライン住宅相談会】を始めました。

今までのように、移動に時間がかかる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祈り申し上げます。

<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

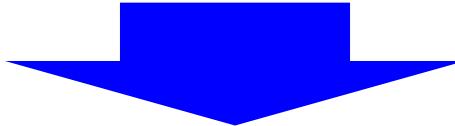


これだけでは、  
なかなか紹介につながりにくい

■ 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



※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。

##### ご友人・ご家族には

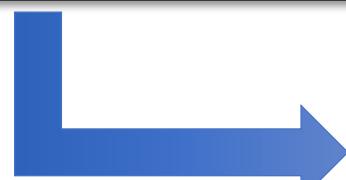
自動車保険のご契約者からご紹介された場合

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。



例えば…

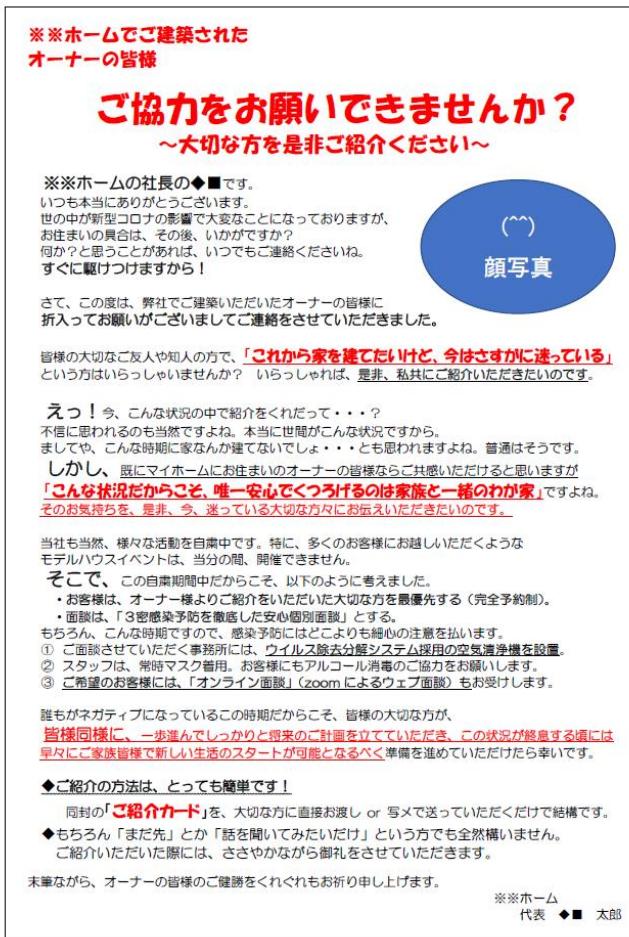
「オンライン面談をして頂いた方には、  
**50万円分のオプションプレゼント！**」

# ■ 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やり方

OB顧客に「紹介カード」を送ろう！

## お手紙文案



## ポイント

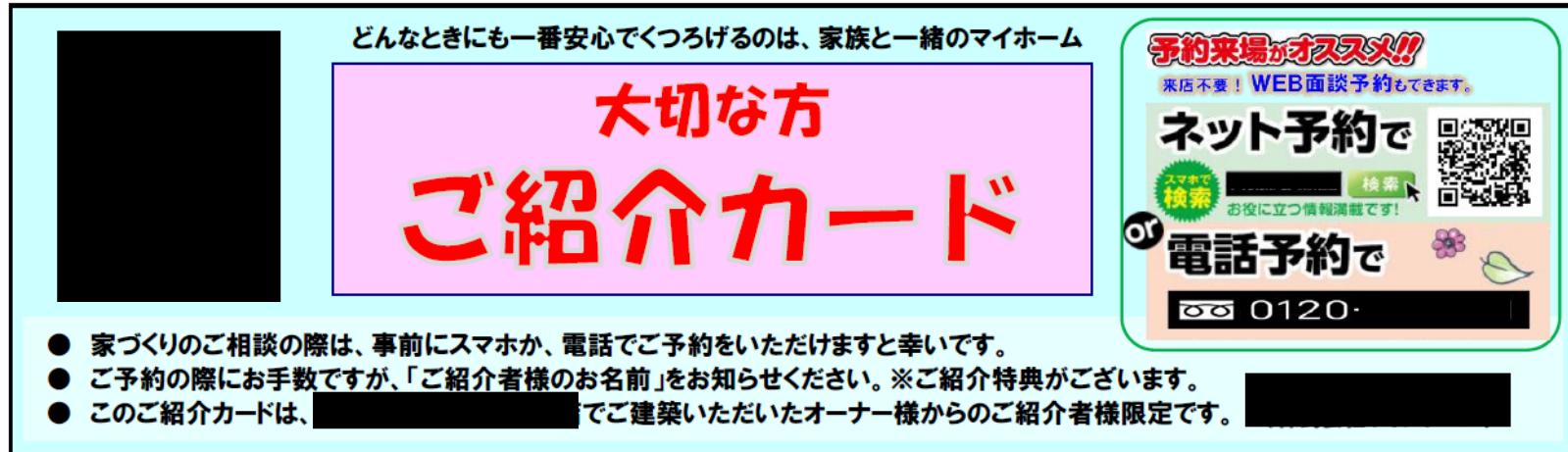
- **親しみやすい文章**にする
- 現状の問題を共有し、紹介をお願いする**理由**を伝える
- 具体的に紹介する人（友人・同僚・親戚等）を**イメージ**してもらう
- 来場者には**配慮**することを伝える  
**（予約制、距離確保で3密予防、検温、空気清浄機設置、マスク・手袋着用、アルコール消毒液、アクリルパーテーション）**
- 「**オンライン面談**」の受付案内
- 紹介方法の説明とお礼（紹介カード同封）
- いま紹介するメリット、条件（先着何名、○月末まで）を提示

## ■ 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）



- 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。
- この紹介カードは、[REDACTED]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。[REDACTED]

◆ 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ください

- ◆ 電子メールでPDF添付し、転送してください
- ◆ 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 ○○-1234-5678

●FAXの場合（下記内容を記入しFAXして下さい。  
FAX ○○-1234-5679

●メールの場合（下記内容を送信下さい）  
.....@.....co.jp

氏名 \_\_\_\_\_

お電話 \_\_\_\_\_

第1希望日 月 日 \_\_\_\_\_

第2希望日 月 日 \_\_\_\_\_

※※ホーム  
リフォーム担当  
% & 二郎



### 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