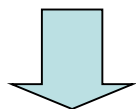


ビルダー様対象セミナーのご提案

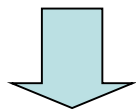
売上直結！「絶対マル得」セミナー

企画セミナーの目的

- ①画一化された販売促進支援に留まらず、
セミナー企画を通じた(ビルダー様への)
経営施策のバックアップ。



- ②お互いの距離が近づく。
コミュニケーションが深まる。



結果的にはガス温水暖冷房システム商品への
帰属意識が高まり、採用率がアップする。

ビルダー様の販売促進活動状況

折り込みチラシや住宅情報誌系への広告活動をはじめ、販売促進のための様々なツールの活用など、少しでもお客様にとって魅力的に映るメニューの開発に努めている。

近年、インターネット(ホームページ・メール)を活用した販促手段も顧客獲得の大切なツールと考えている。

しかし・・・

それら様々な販促メニューは、ビルダー様にとってどれも魅力的なものに映るものの、**実際は上手く活用できていない**ことが、前回実施のアンケートでも明らかになりました。

ビルダー様をバックアップする様々な販促アプローチ

御社の様々な販促メニューは、活用次第では売り上げアップにつながる魅力的なものばかりです。

しかし、ビルダー様が御社の各種販促メニューを積極的に利用する頻度は、以前に比べれば減少傾向にあるとお聞きしています。

それは決してビルダー様が売り上げに消極的になった訳ではなく、

様々なところから販促メニューが提供され、御社のメニューが相対的に希薄化しつつあると考えられます。



ビルダー様を



「芯」から囲い込むメニューの必要性

「芯」から囲い込むメニューの開発

～2005年の提案～

弊社は、昨年、ビルダー様への新たな販促提案として、
よりビルダー様の経営、売り上げ対策に関与できる
「オリジナルセミナープログラム」

…… をご提案、採用いただきました。

企画作りを進める中で、ビルダー様が求めている情報や販促内容、それにマッチした(講師の)人選をほぼ1年がかりで絞ってきました。

最終的には、(セミナーの)講師候補として全国の第一線で活躍する講師陣から人選、セミナー内容と共にビルダー様に「芯」からご満足いただける企画が完成しました。

セミナー後の実質的な成果、つまりビルダー様の売り上げ動向やその後の社内の動きについての確認は出来ていませんが、合計3回のセミナーで得られた、ビルダー様の反応や評価の高さは、予想を超えるもので、今後もこのオリジナル企画は継続して推進するべきであると考えます。(アンケート集計参照)

アンケートから抜粋

●質問①

今後、森正樹氏のセミナーに参加したいですか？

多少の費用負担でも参加したい	23.7%
無料なら参加したい	60.4%
合計	84.1%

●質問②

今後、住宅情報のデータ中心にした(リクルート)セミナーに参加したいですか？

多少の費用負担でも参加したい	28.0%
無料なら参加したい	72.0%
合計	100.0%

●質問③

今後、大阪ガスが企画するこのようなセミナーに参加したいですか？

多少の費用負担でも参加したい	27.6%
無料なら参加したい	58.7%
内容次第で参加したい	1.8%
合計	88.1%

※「無料なら参加したい」という回答者の中でも、「この程度なら支払ってもいい」という意図があると考えられます。

●質問④

今回のセミナーが有料の場合、いくらなら参加されますか？

10,000円	1.8%
5,000円	15.6%
3,000円	40.3%
1,000円	6.4%
合計	64.1%

今年のセミナーはさらにパワーアップ

昨年のセミナー実績、特にビルダー様からのアンケート結果を踏まえて、今回はさらに「オリジナルセミナー」をバージョンアップ

ビルダー様は、とにかく日々目まぐるしく現場を行き来し、さらに営業活動にも奔走されている方々ばかりです。そんな皆様の貴重なお時間を割くわけですから、

.....

大阪ガス様の威信を担ったセミナー、ビルダー様のハートを「芯」からつかみ、セミナー翌日からでも「売り上げ」や「経営施策」に直結する、企画を心がけました。

企画のキーワードは、

- 即効性とオリジナリティ
- 絶対に競合会社には真似の出来ないセミナー

ビルダー様が抱える課題にズバリ

①「人」は最大の経営資源。

個人の創意工夫とモチベーションを高めるプログラム。 営業～社内体制など「人」に関わる比重が、ビルダー様の売上げを大きく左右するという内容を勉強いただきます。

②「営業・販促の秘策」セミナー。

中小規模のビルダー様は、大手のような整備、画一化された広告・販促戦略、そして営業マニュアルなど、バックアップ体制が手薄と考えがちです。しかしそれは間違った認識であり、逆に大手より営業や販促活動においてアドバンテージがあるという認識をもっといただくセミナー。

セミナー講師 & パネルディスカッション～2006へのプロローグ～

●カリスマ講師、森雅樹氏の再登場

前回は、異なった観点(角度)から、3回シリーズでセミナーを構成しました。いずれのセミナーもビルダー様の高い評価をいただき、とりわけ森雅樹氏の評価は高く、さすがは全国でも屈指のカリスマ講師であることも実証されました。

森氏の実績は後述いたしますが、「必ず売らせる」「必ず立てなおす」という彼のノウハウには目を見張るものがあります。

●住宅情報にズバ抜けたリクルート社のパワー

セミナーの最終回では、住宅情報誌のガリバー、リクルートの編集長など住宅情報エキスパートのメンバーによるパネルディスカッションを企画しました。住宅テーマに関わる一般論から統計実績、さらには南部エリアに焦点を絞った核心のテーマなど、住宅情報を網羅するプロの立場から様々な話題についてディスカッションいただき、ビルダー様の評価も上々でした。

セミナー構成

前回のセミナーアンケートを元に森雅樹氏、リクルートとの打ち合わせにより、全9回のオリジナルのセミナープログラムを作成。



●第1回目から第8回目 ～セミナー～

森正樹氏とオリジナルプログラムの打ち合わせ

●第9回目(最終回) ～パネルディスカッション～

株式会社リクルート、住宅情報タウンズ(主に分譲)ディビジョン、ハウジングアンドリフォーム(主に注文)ディビジョン双方の責任者の監修の下、テーマ設定を進めました。

具体的なセミナーテーマ (日時、会場)

第1回 現場見学会の急所・・・企画編 (チラシ作成、当日の設営、時間設定など)

日程／2006. 10. 3(火)
時間／14:00～15:30
場所／岸和田浪切ホール
(研修室①)

- チラシ作成の極意・・・手製のチラシで集客は簡単にUPする
- 粗品を適当に設定していませんか？・・・2種類の粗品を準備するのがポイント
- 室内外に着座スペースを作って商談に持ち込む・・・長時間折衝が重要
- イベント開催は土日だけではない・・・月曜日開催に妙あり
- 来場時間を長くするコツ・・・ポップ類の室内配置でこんなに変わる

第2回 現場見学会の急所・・・集客編 (新規客・名簿客・OB客 パターン別集客法)

日程／2006. 10. 3(火)
時間／16:00～17:30
場所／岸和田浪切ホール
(研修室①)

- 新規客の集客・・・ホームページ、投げ込みチラシ、
- 名簿客の集客・・・初回面談の記録が命、その情報を元にした効果的集客術
- OB客の集客・・・OB客は絶対に現場見学会に呼ぶ、その理由は？

第3回 現場見学会の急所・・・接客編 (部屋別の具体的接客テクニック)

日程／2006. 10. 19(木)
時間／14:00～15:30
場所／岸和田浪切ホール
(研修室①)

- 玄関・・・上がりかまちに一緒に座ろう
- 和室・・・和室に関する思い入れを探る
- キッチン・・・電気よりガスを進めたほうが接客効果の高い理由
- 家事室・・・夢のスペースではないことのアピールを
- トイレ・・・実際に座っての接客 *その他、部屋ごとに細かくポイントを解説

第4回 現場見学会の急所・・・追客編 (イベント後の追客テクニック)

日程／2006. 10. 19(木)
時間／15:30～17:00
場所／岸和田浪切ホール
(研修室①)

- スピード営業・・・スピード営業と押し営業の違い
- お土産(資料)の作り方・・・訪問はお土産の種類によって大きく変わる
- 複数訪問の仕掛け方・・・4分割訪問で受注UP

第5回 プレゼンテーション…金をかけずに知恵だけで大手に勝てるマル秘ノウハウ

日程／2006. 10. 27(金)
時間／14:00～15:30
場所／じばしん(セミナー室⑤)

- CGに頼らない手法・・・手書きプレゼンが心を打つわけ
- 他社との差別化・・・マンネリプレゼンに陥らないやり方
- 敷地調査のプレゼン・・・敷地調査は効果的なプレゼンを
- 競合時のプレゼン・・・他社に勝つ簡単なノウハウ

第6回 人材編…人材育成術。上司と部下のコミュニケーション

日程／2006. 10. 27(金)
時間／16:00～17:30
場所／じばしん(セミナー室⑤)

- 採用のコツ・・・応募者の営業センスを見抜くコツ
- 部下の育て方・・・「習うよりも慣れる」の限界
- 面談のツボ・・・毎日の報告業務を意味あるものに

第7回 紹介…紹介の極意、だれでもできる紹介入手のつぼ

日程／2006. 11. 17(金)
時間／14:00～15:30
場所／じばしん(セミナー室②)

- 口に出して言う・・・心で唱えても気持ちは伝わらない
- 現場の活用方法・・・毎週の定時報告が信頼を生む
- クレーム・・・「クレーム＝チャンスの法則」を徹底理解
- 分母増加・・・紹介情報（分母）を爆発的に増やすためのテクニック
- OB会の活用方法・・・OBを大事にするのが紹介受注の基本

第8回 リフォーム…「手すり1本→水回り」へのランクUPテクニック

日程／2006. 11. 17(金)
時間／16:00～17:30
場所／じばしん(セミナー室②)

- 小工事の重要性・・・小さな工事が大きな工事へつながる
- 観察力を鍛える・・・自宅への訪問時にくまなくチェックを
- 近所への気配り・・・新築との大きな違いを理解しよう
- リピート受注・・・リフォームの醍醐味はリピート受注にあり

第9回 リクルートの現役編集者たちが本音で語る(パネルディスカッション)

日程／2006. 11. 28(火)
時間／14:00～15:30
場所／じばしん(セミナー室⑤)

- 南部エリアの分譲住宅の現状、課題と展望
- 南部エリアの建売住宅の現状、課題と展望
- 今年2006年の住宅事情を振り返って
- 来年2007年の住宅展望
- お客様がビルダー様に一番求めていることとは
- お客様がビルダー様を敬遠して、大手メーカーを選択する理由とは

森雅樹氏プロフィール(森住宅コンサルタンツ代表)

毎年全国で相当数の講演とセミナーをこなし、執筆活動にも精力的で、住宅販売に関わる気鋭のカリスマ住宅コンサルタント。

1965年名古屋生まれ。法政大学経営学部卒業後、積水ハウス入社。在籍中は、新人ブロック地区別部門第1位を皮切りに、毎年の販売コンクールでも1位もしくはトップに近い成績をとるなど、昨今のCS活動を先取りした営業手法で受注を重ね、輝かしい成績を残しています。

彼の一貫した営業スタイルは、決して押しの営業ではなく、緻密で徹底した提案型営業であり、現在のコンサルティングの根幹をなしています。1997年退社後すぐに、森住宅コンサルタンツを設立、全国の工務店、地域ビルダー、ハウスメーカー、住宅設備機器メーカーなどに独自のネットワークと企画営業力を生かし、住宅全般に関するコンサルティングや講演会、セミナーをプロモートし着実に実績を積み重ねています。また、全国で展開している現場見学会の実地指導やチラシ作成～追客テクニックも現場主義に徹底した彼の得意なコンサルティングの一つです。

リクルートによるパネルディスカッションの協力者

■株式会社リクルート 住宅情報タウンズディビジョン関西営業部

ゼネラルマネージャー 中川正之氏

■株式会社リクルート ハウジング&リフォームディビジョン関西グループ

ゼネラルマネージャー 渡邊 努氏

その他①

■ 森正樹氏の主な著書

「契約できる魔法の応酬話法」
「現場見学会の急所」
「住宅営業マル秘プロテクニック」
「住宅営業のマル秘プロテクニック(管理者編)」
「飛び込み営業の超・極意」
「住宅営業の基本セールステクニック」
「家づくりトラブルはこうして防ぐ」
「住宅営業マンと5分で渡り合う80の知恵」
「住宅リフォーム営業成功の決め手」
「マイホーム成功術」
「見て分かるマイホーム選び」
「家を売るツボ！根性営業時代はもう終わった」
「住宅建築になぜトラブルはつきまとうか」
など。

■ 森雅樹氏の研修・セミナーの実績

北海道ガス、北のハウス(北海道) 東日本ハウス(盛岡) 山忠産業、太陽建設(山形) 東北ミサワホーム(宮城) ミサワホーム福島、まいはうす(福島) 新昭和、アクアホーム(千葉) 上柿建設、群馬セキスイファミエス(群馬) 新都市開発、テラジマー級建築士事務所、大槻工務店、東京ガス(東京) サイサンミサワホーム(埼玉) ライク(山梨) 下田工務店(長野) 東新住建、大清建設、鈴茂工務店、イワクラホーム、オノコム(愛知) アサヒグローバル(三重) アルティ、京滋セキスイハイム(滋賀) SIU常陽(石川) 阪奈セキスイハイム、大阪セキスイハイム(大阪) リープ(広島) 神戸セキスイハイム、三建(兵庫) 西日本ホーム(島根) ハウジング山口、大谷建設(山口) 熊本セキスイハイム、熊本セキスイファミエス、新産住拓(熊本) アイフルホーム、ロイヤルハウス、カトラン、アキュラネット、NCN(SE工法)、クレバリーホーム全国加盟店対象研修、および店長研修。トミオ(千葉県)、グレートホームズ(石川県)、佐々木建設(埼玉県)
その他、TOTO、TOTOリモデルクラブ
その他、建材会社、セミナー会社などが主催する営業研修など。

その他②

■講演開催場所とスペース

- ① 駐車場が確保されており、公共交通機関の便が良いこと。
- ② セミナーの実施会場は、講師と受講者の距離をできるだけ近付けることにより、受講者の集中力を高め、受講内容の習得力向上を図れるスペースとする。

■開催場所①

財団法人堺市産業振興センター内「じばしん南大阪」

(電話 072-255-0111)

- セミナー室②、⑤(定員60~90名)
- 所在／堺市北区長曾根町183-5(御堂筋線「なかもず駅」徒歩5分)
(南海高野線、泉北高速鉄道「中百舌鳥駅」徒歩5分)
- 駐車スペース300台(無料)
(中央環状線、国道310号線の主要道路からも車で5分以内。)

■開催場所②

岸和田市立浪切ホール

(電話 072-439-4173)

- 研修室①(定員54名)
- 所在／岸和田市港緑町1-1(南海本線岸和田駅徒歩10分)
- 駐車スペース2000台以上(平日無料・商業施設との共用)
(岸和田カンカンベイサイドモールが併設する大型商業施設の一部。大阪臨海線沿い、国道26号線からも10分以内。阪神高速湾岸線、岸和田南出入口近くに立地。)

その他③

■制作物について

セミナーの詳細がわかるフライヤー(チラシ)を制作いたします。
仕様/A4サイズ、両面刷り(表カラー、裏モノクロ)、3000枚制作

■アンケートについて

前回同様、受講者に講師やセミナーの内容についてのアンケートを実施、報告書(データレポート)を作成いたします。これは次回セミナーや御社のビルダー様囲い込み戦略に反映します。

■概算お見積り

4,500,000円(消費税込み)

※費用には以下項目(セミナー企画費用、講師費用、同移動、宿泊費用、会場費、制作費、アンケート関係費、その他飲料、備品等諸雑費)を含みます。