

地域NO1工務店 【職人不足対策】

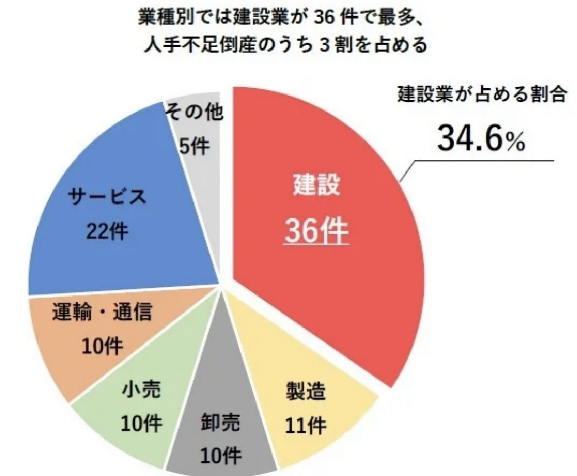
木の建築設計

地域NO1工務店

- お客様と職人に選ばれる工務店になる
- 「良いものが売れる」のではない
- 「マーケティングが成功しているから売れる」
- 吉野家の牛丼、マクドナルドのハンバーガーはなぜ売れるか？
- もとびきりおいしい× マーケティングが成功○
- マーケティングを採り入れない会社は戦えない

工務店の倒産【2つの理由】

- コロナ関連倒産は増えた
- 工務店の倒産63.3%増加
(前年比)
- 原因は受注難と職人不足
- 倒産理由①【受注不振】が
全体の7割
- 倒産理由②【人手不足倒産】
は建設業が34.6%占める



売上げアップの【3つの対策】

- ①【受注対策】 集客だけではない
- ②【職人不足対策】 臨時雇用はやめる
- ③【地域NO1工務店】 お客様と職人から選ばれる工務店
- ハウスメーカーは【SNS集客】に社運をかける、工務店は？
- ハウスメーカーから【顧客】を取られない
- 【ダブル集客】SNSと〇〇
- 【集客】だけでは【受注】にならない

【職人不足対策】

- 職人から雇われたい工務店になる
- 【職人雇用】 ○○の若者を雇用する
- 【職人定職】 辞めたくない工務店
- 【職人育成】 隠れた才能・適材適所
- 【地域NO1工務店】 職人から選ばれる工務店

成功の法則・脳科学・マーケティング

- 成功の法則とは？
- 成功するには世界共通の【成功の法則】のやり方がある
- 脳科学とは？
- 潜在意識を活用するNLP
- アメリカでは大統領・軍人・ビジネスマン・エンタメに浸透している方法
- 脳科学マーケティング
- 「売れる」仕組みづくり・潜在意識の活用

12ステップ

- ①現状の把握
- ②工務店様のゴールの設定
- ③ミッションとビジョンの設定
- ④ブランドコンセプトの設定
- ⑤戦略と戦術
- ⑥コンテンツの構築
- ⑦セールスファネルの構築
- ⑧セールス・マインドセット・クロージングの理解
- ⑨コピーライティングの作成
- ⑩SNS、動画、チラシ集客
- ⑪相手が納得する交渉技術
- ⑫PDCA

得られる【5つの効果】

①【職人雇用対策】

やる気がある職人から選ばれる

②【職人定職対策】 職人の定着率アップ

③【職人育成対策】 適材適所と能力アップ

④【地域NO.1の工務店】のブランド化

職人から選ばれる工務店になる

⑤【職人の意欲・絆の強化】 職人と人間関係改善

経営者の決断と行動

ZERO to ONE

経営者からの感想 費用対効果が高い

【行動】せず→【倒産】しかない

必要なのは経営者の【決断】と【行動】

売上げアップ→【コンサル支援】

費用について

習得するには投資400万円と3年の月日が必要

通常価格100万円

今だけの【特別価格】は~~1,000,000~~円→290,000円(税別)

費用対効果が高い

①ホームページ制作より安い

②1件受注すると元が取れる

【安心保証付き】6ヵ月無料延長

【職人不足対策】コース

《緊急キャンペーン》

今だけの【特別価格】

290,000円

(税込 319,000円)

お問合せ

無料相談・お問合せ

木の建築設計へ

ehara@kinokenchiku.net

080-4006-1122

LINEも受付中

<https://line.me/ti/p/c0kxK6AkQJ>



最後までご視聴いただきありがとうございました