

開業初月で100万円越え！

爆発的結果をたたき出した 住宅相談のビジネスモデル

株式会社FPライズ

プロフィール

- 株式会社FPライズ代表 石塚 駿平
→FPに専門特化した集客支援・情報提供
- 早稲田大学卒後、主にウェブを使った
地域ビジネスの集客支援を行うベンチャー企業に入社
- ホームページ作成、SEO対策、リスティング広告、
コピーライティング（売れる文章術）、コンサルティング、
セミナー集客、DM（ダイレクトメール）作成等のノウハウ
- FP向けコンサル、集客ツールの提供、
FPの成功事例セミナー開催などの活動を行う



このセミナーでお伝えすること

- 住宅分野でFPが活躍する理想モデル
- 高顧客単価（1案件100万円以上も！）
の住宅FPビジネスモデル
- 質のいいお客さんを集める為の
マーケティング手法

FPとして成功する為に 必要不可欠な『両輪』とは？



【 】



【 】

相談スキル・知識

これができてないと全てがムダ

- 顧客単価30,000円のビジネス
- 顧客単価500,000円のビジネス
- 必要な集客数は？

この仕組みを最初の時点で
作れるかどうかで
結果に天と地ほどの差が出る！



住宅相談のビジネスモデル

- 高顧客単価を実現しやすい
- ライバルがない
- パイが大きい
- 潜在的なニーズが大きい
- お客さんに大きな価値を提供できる

年収1,000万円を超える為に

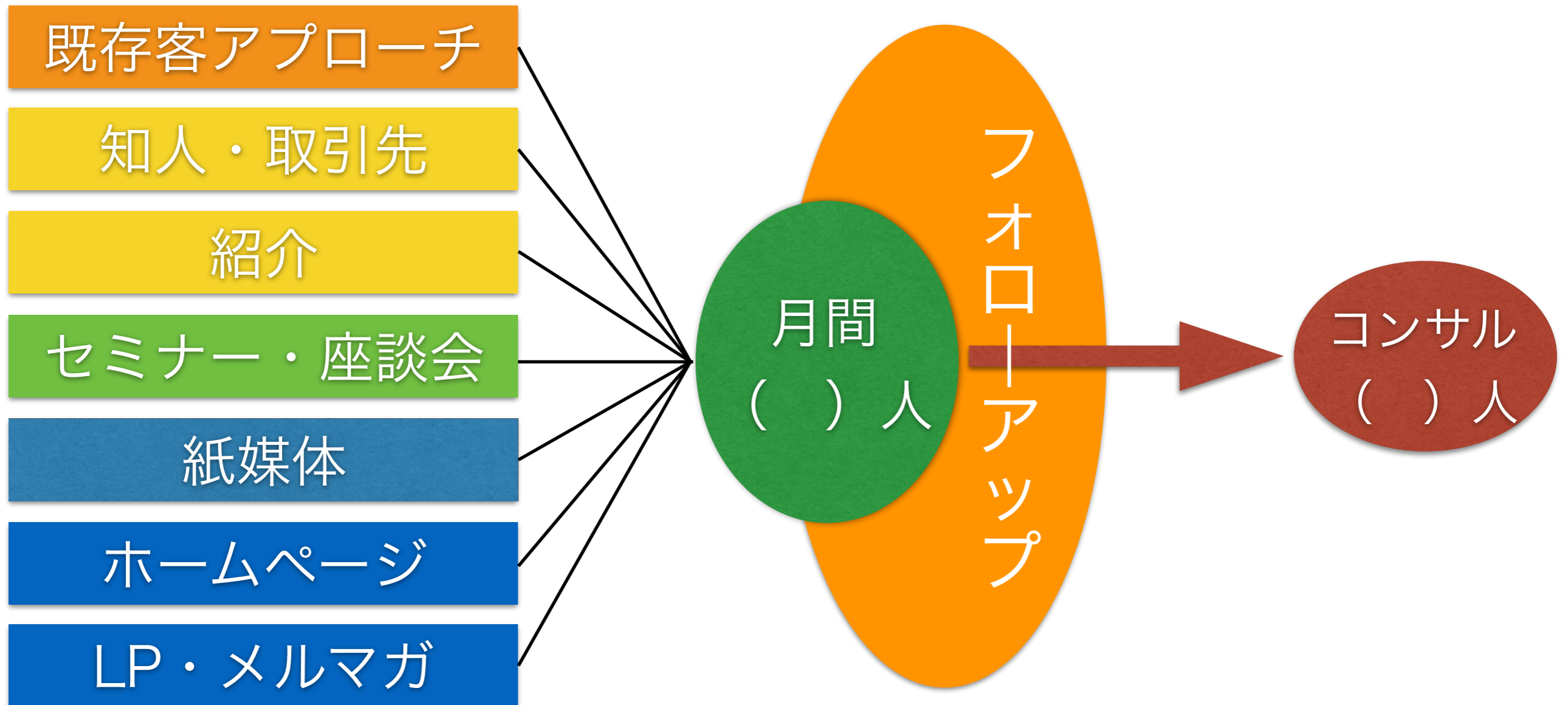
必要な集客数は
月間【 】名

例) 新潟県のマーケット規模

平成25年度 着工建築物棟数
16,087件

↑ ここだけ取れればOK (0.3%)

集客・マーケティングの全体像



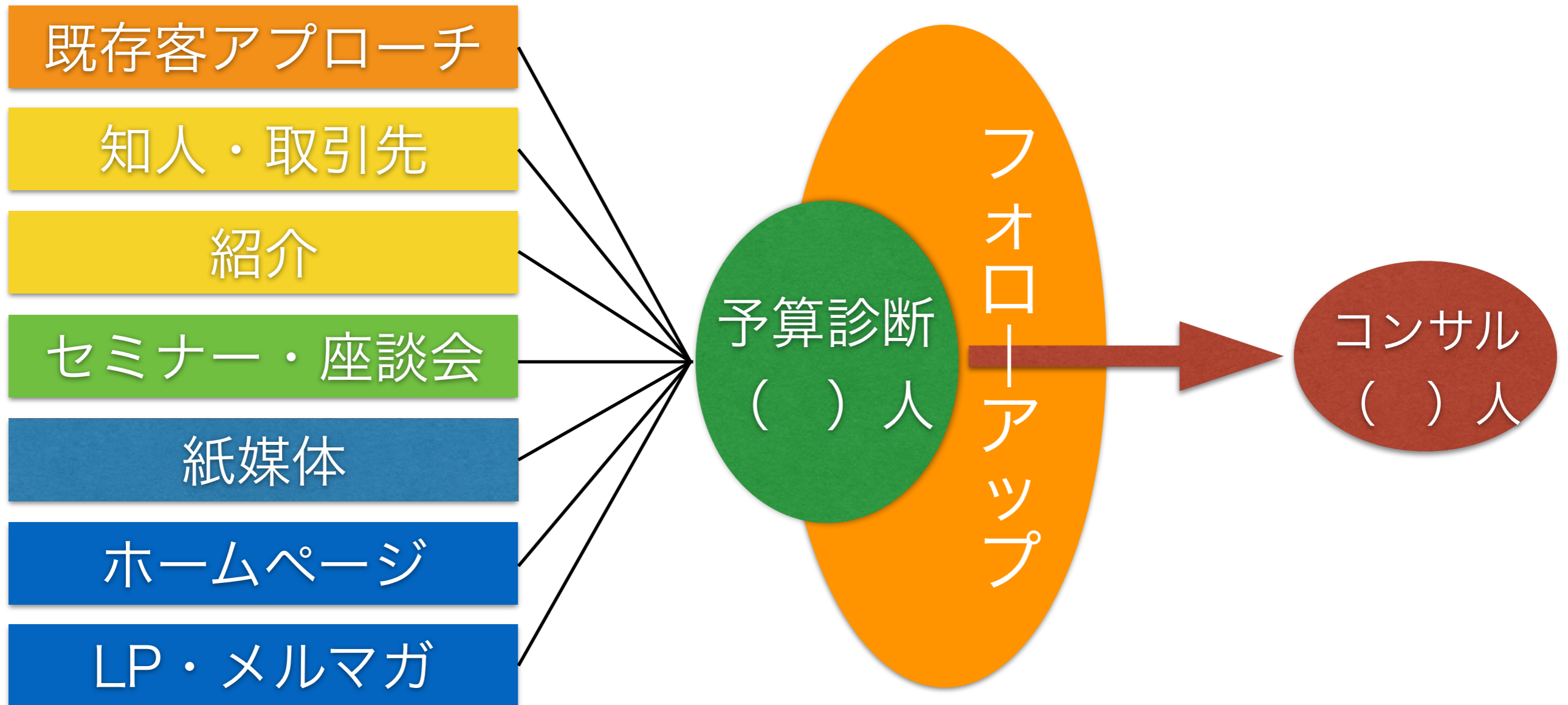
第二部

高単価ビジネスモデルのメリット

- 集客数が少なくてもOK
- 【 】が高くなる
→集客方法の幅がグッと広がる

結果として、ビジネスが軌道に乗る！

集客・マーケティングの全体像





既存客アプローチ

- 既存客にアプローチができないか？
- アプローチの段階
→ 【 > > > メール】
- アプローチする理由が必要



知人・取引先からの顧客

- 初めの入り口は別でも、タイミングであれば顧客になる可能性は十分にある
- 自分の理念・メリットを伝える
→理念に共感してくれる人は顧客になってくれる可能性が高い
- 伝えられる人には必ず伝える！



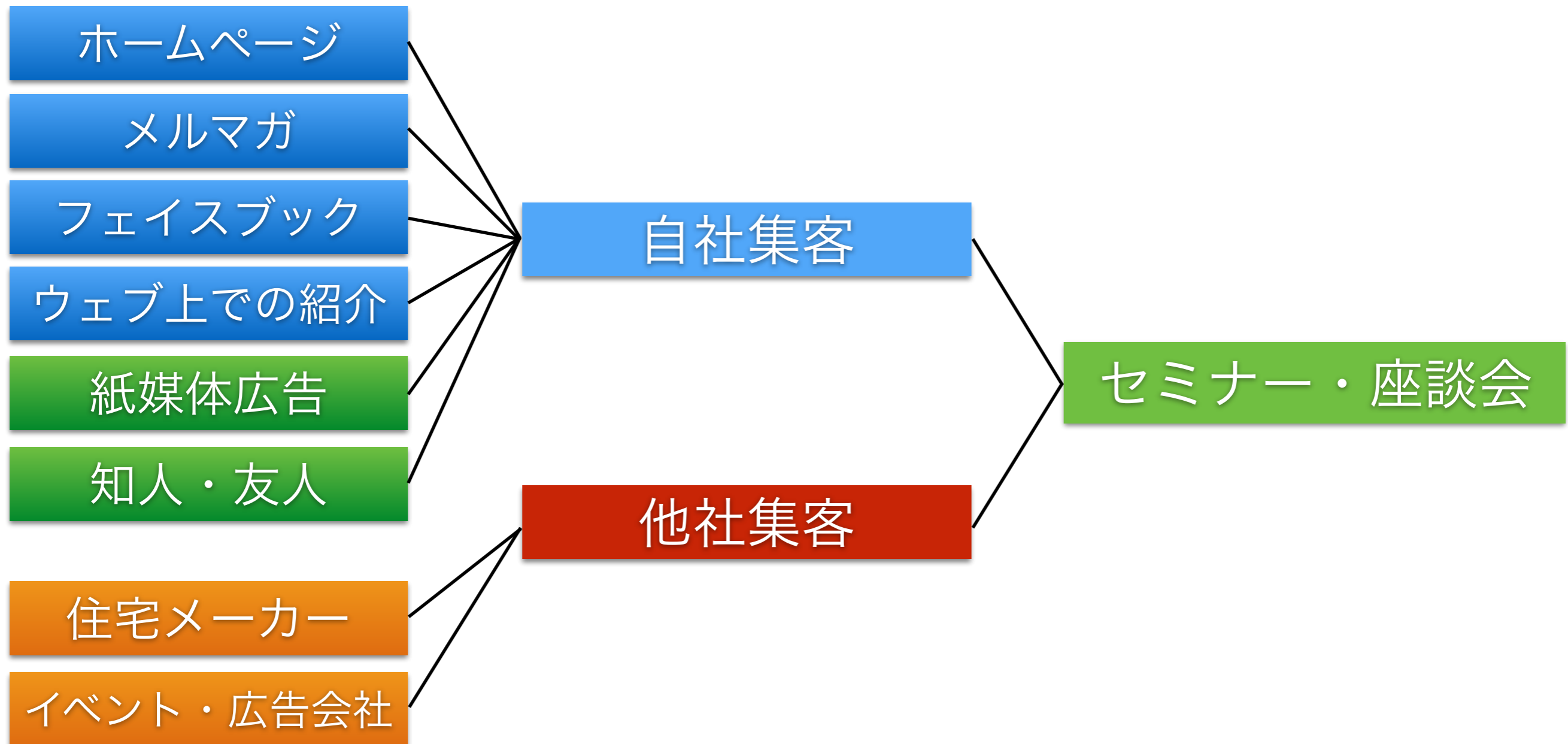
紹介を発生させるには？

- 【 】からの紹介
- 【 】からの紹介
- 【 】からの紹介

セミナー・座談会からの集客

- 顧客単価が高い場合、コストが高くてもペイする可能性が高い
- セミナーから【
】
サービスに移行させる

セミナー開催



他者集客のメリット・デメリット

【メリット】

- ・ **集客が楽！**
- 費用がかかる

【デメリット】

- ・ 制限がかかる
- 費用がかかる
- 工務店紹介ができない
- 喋れる範囲が狭くなる
- 個別相談への誘導がNG

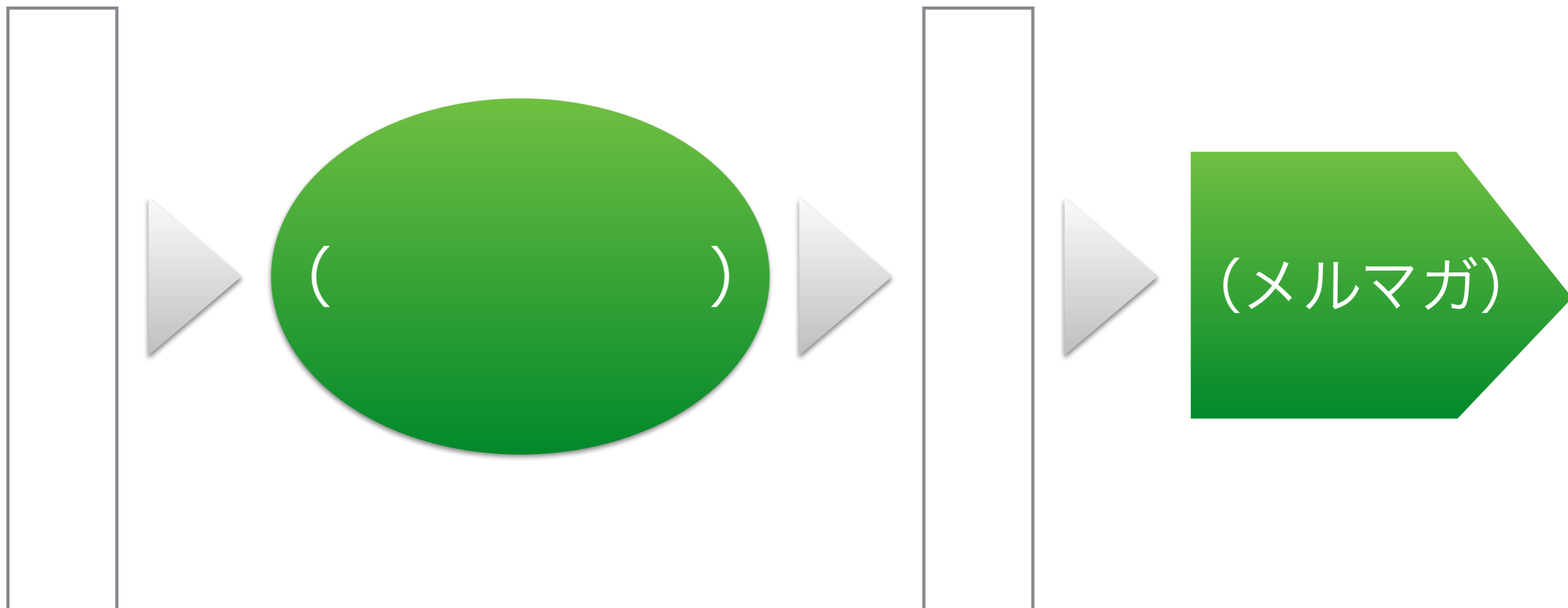
条件を選べば良い集客法になる！

紙媒体を活用した集客方法

- 特に地方には影響力のある紙媒体広告があるので活用の余地有り
- 例) 新潟県のフリーペーパーに記事を掲載
→6名の新規集客

LP (ランディングページ)

・メルマガ



LP（ランディングページ）

- メルマガを使った集客のメリット
 - 依頼の前から『先生』の位置が取れる
 - 自分の考えや理念をわかった人が来るので、クロージングに繋げやすい

フォローアップ戦略

- マイホーム予算診断サービスを受けた後で「検討します」と言った見込み客をどうするのか？
- 放っておく？

提携について

- 自社集客ができない場合は提携もあり
- 見込み客を送客してもらおう
- セミナーの共同開催
- 【 】 → セミナー開催 → 顧客化
- 紹介料は交渉次第だが集客はしやすい



成功する集客の考え方

- 複数の集客経路をもっていれば必ずどこかは機能する！
- 集客数が少なくても済むビジネスであれば成功確率は格段に上がる！