

現場見学会の掟

アポイントを取るために必要なこと



株式会社コミュニケーション&リーディング

見学会マニュアル



まえがき

見学会は、お客様と接点を持つための大切な場です。

そのため、見学会を開催するとなると、多くの工務店がそのために何ヶ月も前から準備し、多くの手間と費用を費やしています。

なぜならば、紹介受注だけでは頼れない昨今において、見学会の果たす役割は以前に増して重要なものになってきたからです。

見学会での行いが、その後の契約の有無を決定するといっても過言ではありません。

そこで、本マニュアルでは、どうすれば見学会を実りあるものにでき、どうすればその後の最終目的である契約につながられるのかという観点から解説していこうと考えています。

ただし、これから解説していくことというのは、画期的なアイデアや、必ず成功するといったようなスキル・技術ではありません。

どちらかというと、ほとんどの方が既に理解しているような基本的なことや、一度はどこかで聞いたことがあるような話を中心になっています。

しかし、その基本的なことの中にこそ、見学会を実りあるものにする、そして契約につなげるための大切な要素があると確信しています。

「当たり前のことを当たり前に行う」

これこそが、見学会を実りあるものにするための最も大切なことであり、本マニュアルでお伝えするテーマとなるわけです。

もし、見学会を開催しても期待している成果が得られていないと悩んでいる方がいるのであれば、是非本マニュアルの「当たり前のこと」をもう一度見直してみてください。

見学会、またはその見学会での行いに絶対的な正解というものは存在しないので、本マニュアルの内容が必ずしも全ての工務店に当てはまるものではないと思いますが、本マニュアルが何かしらの参考になれば幸いです。

(株)コミュニケーション&リーディング

I . 概念編



当たり前のこと 1

『目的を明確にしよう』

皆さんは、いざ見学会を開催するとなった時に、何のために見学会を開催しているのかという「見学会の目的(ゴール)」を考えてみたことがあるでしょうか？

- ・ 契約を獲得すること？
- ・ 名前をしってもらいたいこと？
- ・ アポイントを獲得すること？
- ・ セミナーに誘導すること？
- ・ ランクアップさせること？

など、その目的(ゴール)は各社・各人それぞれでしょう。

もちろん、各社・各人がどのような目的(ゴール)を持って見学会に臨むかは自由ですし、そこに善し悪しはありません。

ただし、ここで重要なことは、「何のために」ということを明確にすることです。

明確な目的、つまりゴールを設定するということです。

これは、見学会を実りあるものにするための最初のステップであり、最も重要なステップです。

実りある見学会を開催している工務店というのは、見学会を開催する目的(ゴール)を明確に設定しています。

つまり、見学会に来場したお客様に何を

して、どこに誘導して、そしてその結果何を得たいのかということが明確にされているのです。

本来は、この目的(ゴール)が明確にされて初めて、どのようなチラシの内容にするのか、どのようなイベント運営を行うのか、どのような資料を用意するのかという具体的な戦略を練ることができるようになるはずなのです。

逆に、見学会で期待した成果を得られていない工務店というのは、この明確な目的(ゴール)がないために、いつも後手後手になってしまい、その結果期待した結果を得ることが出来なくなってしまうようです。

そうならないためにも、まずは『見学会を開催する目的(ゴール)、つまり見学会に来場したお客様を最終的にどこに誘導したいのか』ということをしっかりと考えてみましょう。

とは言っても、どれだけ明確に目的(ゴール)を設定していても、それだけで全てが思い通りになることはありません。

そのためには、当然のことながら、戦略や戦術、そしてそれらの作戦を確実に実行するという次なるステップが必要不可欠になってくるのですが、それでも設定した目的(ゴール)の内容によっては必ずしも上手くいくとは限りません。

仮に、見学会開催の目的(ゴール)をその