

<JSK 住宅実務・実践活用シリーズ>

—工夫あるメーカー・あなどれない好調ビルダーの  
販促好事例集<50選>Vol1

A 4 縦判 100 頁 一般頒価 50,000 円 (税別)

総展以外での大手ハウスメーカーの販促・イベント事例  
ビルダーの集客・ランクアップ・紹介等々の好事例満載

この調査資料の掲載のポイント !?

実践編・鉄板販促編・見学会の基本編で分かり易く構成!

- ① 実際に実践された、好実績販促事例を掲載
- ② 大手ハウスメーカーの  
総展モデルハウス以外での販促事例を掲載
- ③ ビルダーが実際に実践している、  
大手HM並み・ビルダーならではの好実績事例を掲載
- ④ 集客イベント、ランクアップ手法、セミナー+現場案内  
のバックなど、バリエーション豊富な事例を掲載
- ⑤ 一つの販促事例を、文章解説と写真等の  
ビジュアル資料で具体的に解説

(株)住宅産業研究所 (月刊TACT発行元)

〒160-0022 東京都新宿区新宿 2-3-11 Tel 03-3358-1407 担当:津田

(お申込は裏面の申込書にご記入の上FAXしてください)



# 掲載内容・略目次

事例 NO	タイトル		
実践編	1	土日だったので行けませんでした	平日現場見学会
	2	初回接客専任の女性駐在員で信頼とアポ獲得	組織営業の取組み
	3	ビルダーが先行・斬新な顧客接点	新しい顧客接点構築
	4	インテリアイメージを体感させてから現見へ誘導	アンテナショップ活用
	5	山形NO1ビルダー・客を呼込む集客手法	多接点・多チャンネルで集客
	6	街中モデルの成否はオープン前で決まる	工事中の販促活動
	7	飛行機まで飛ぶ! 地域密着感謝祭	社名告知イベント
	8	これだけで売ってます!とにかく顧客接点の構築	多種多様セミナー活用
	9	この単純さが分かり易い・自社特長の説明方法	体感納得の説明ツール
	10	大手ハウスメーカーよりすごい!多彩なイベント	定例開催イベントで受注する
	11	石川県 NO1 ビルダー 大規模実物展示は北陸が元祖	ビルダーの工場活用
	12	住んでからの一日を再現する・敷地環境調査報告書	対応力での差別化
	13	ポップ表示の工夫で入居宅案内アポを取る	エスコートハウス発祥地
	14	女性営業マンのビジネスモデル	7ヵ所を促進する暮らし方セミナー
	15	廻りにつられてその気になる! 集団設計相談会	6組合同設計相談会
	16	好調ヘーベルハウスの多機能鉄板イベント	LL住宅見学会
	17	街中モデルとOB顧客のコラボレーション	優良顧客とタイアップ
	18	ここまでやる! 徹底的な比較実験説明	ワンストップ体験型施設
	19	最後まで見せない!期待を高めてから決断させるバスツアー	優先分譲ツアー
	20	煮え切らない客を刺激する分譲物件バスツアー	5案件見学バスツアー
	21	年間受注パターンを持っている年4棟工務店	定期的な接点構築
	22	住んでみたい!と思わせる体感イベント	強みを活かしてファン化を促進
鉄則編	23	元銀行マンの話は営業マンよりも信用出来る	資金⇒間取り①「資金計画勉強会」
	24	資金計画も「鬼に金棒」	資金⇒間取り②「パノラマを使う」
	25	「餅は餅屋」資金の話はFPに任せる	資金⇒間取り③「外部FPを使う」
	26	住宅会社主催でないから人が集まる	大量集客不動産フェアの秘密①
	27	会場に入れさえすれば何とかなる仕組み	大量集客不動産フェアの秘密②
	28	食事とおみやげだけでも嬉しい工場見学会	7ヵ所工場見学会①「全体の構成」
	29	インパクトある実験の見せ方	7ヵ所工場見学会②「実験」
	30	契約決定率90%のイベント	探検ツアー①「全体の構成」
	31	エリアNO1ビルダー・愚直一途な中長期客の集客	探検ツアー②「集客ツール・社内報」
	32	詳しい人が説明してフレーミングを掛ける	探検ツアー③「セミナー」
	33	関心を持たせてから説明をする	探検ツアー④「実験」
	34	イベントで営業を鍛える	探検ツアー⑤「実物大模型説明」
	35	工事着工までに半分、残りは竣工までに売り切る	建てずに売切る分譲住宅①
	36	実物がイメージ出来る販売促進カタログ	建てずに売切る分譲住宅②
	37	エリアマーケティングの考え方	建てずに売切る分譲住宅③
基本編	38	「受付」で始まり「着座」で終わる	現場見学会の基本①「全体の配置」
	39	スーツ厳禁、見学会でも第一印象が重要	現場見学会の基本②「受付」
	40	どんな人の家なのか気になる	現場見学会の基本③「施主紹介」
	41	アピールしたい事をクイズにする	現場見学会の基本④「構造現場案内」
	42	品評会方式見学会	現場見学会の基本⑤「完成現場見学会」
	43	買い方を説明しないと売れない	現場見学会の基本⑥「自社の進め方説明」
	44	現場もいろいろ、パネルもいろいろ	現場見学会の基本⑦「掲示物の工夫」
	45	見える化ボードで、気持ちがる	現場見学会の基本⑧「人気投票パネル」
	46	入居宅見学バスツアーの行程	入居宅見学バスツアー-基本①「全体の構成」
	47	営業はバスに乗せない	入居宅見学バスツアー-基本②「バスに乗る人」
	48	「そうそう、なるほど、へえ」入居者の声	入居宅見学バスツアー-基本③「入居者の声」
	49	サポーターが説明するバスツアー	入居宅バスツアー-基本④「入居者がバスに乗る」
	50	地主と医者しか参加しない特化型バスツアー	入居宅バスツアー-基本⑤「見せる建物を絞る」

## 本調査資料の構成・活用方法

- ◆調査資料の体裁：A4版・縦型・カラー印刷・コピーし易いリング製本
- ◆調査資料の構成：
  - すぐに応用できる事例を収録 <実践編　・22好事例>
  - ロングラン実績のある販促事例<鉄則編　・15好事例>
  - 販促イベントの基本事項の整理<基本編　・13好事例>
- ◆調査資料の活用：事例を参考書として、自社の販促の良い点・修正点を確認

## 購入申込書

お申し込み有難うございます。所定事項をご記入の上、下記FAXまでご返送ください。

# FAX 03-3358-1429

資料名		価格(税別)		冊数
一工夫あるメーカー・ 侮れない好調ビルダーの 販促好事例集<50選>Vol1	一般申込み	50,000円		冊
	TACT会員	45,000円		冊
	エクスプレス会員	45,000円		冊
会員種別	TACT会員・エクスプレス会員(No. ) ・ 非会員			
貴社名				
ご住所	〒			
部署・役職		T E L	( ) -	
ご氏名		F A X	( ) -	
メールアドレス	@			

ご記入いただきました個人情報は、今後、商品、請求書の発送、各種サービスのご案内などをお届けするために使用いたします。また、弊社ホームページに掲載の「個人情報の取り扱い」に従い、適切に管理いたします。

個人情報のご提供はご本人の任意ではございますが、ご記入に不備がございますと、商品や請求書などをお届けできない場合がございます。また資料の発送に当たり、機密保持契約を締結した上で宅配業者へ預託することもありますので、予めご了承ください。また、ご記入いただいたご本人には、ご自身の個人情報の開示請求、間違いがある場合には訂正、削除を求める権利がございます。

当社の個人情報保護に関するお問い合わせ、ご相談、及び要望などがございましたら、総務課の個人情報取扱窓口までご連絡をお願いいたします。

(お問合せ先) (株)住宅産業研究所 コンサルティング部 津田・尾形  
〒160-0022 新宿区新宿2-3-11 御苑前 311ビル  
TEL 03-3358-1407 FAX 03-3358-1429

<4 郵送>