

後藤師匠からの指導していただいた6ヶ月を振り返る

何を学んだか？

自分を律すること

現状と課題が見えてきた

受注を計画すること

自分や会社の見せ方を意識すること

これからの課題

自分をコントロールする

会社として意識統一

常に見せ方を意識する

より多くの実践（集客と面談・受注）

集客と受注を絶え間なく

6ヶ月前を振り返ると、

受注残も受注見込みも皆無で、見込み客もない状態だった。

何をどうしたら良いのか全く分からない状態。

「良い仕事をしていれば、仕事はくる」と思っていたが、

「ただ誠実に、良い人でいれば何とかなる」と漠然と思っていた。ぬるま湯のカエルだった。

危機感もなかったし、自信もなかった。先をあまり考えていなかった。

工務店社長の役割は「集客と受注」としり、納得し、考え方が変わり始めた。

「誠実で、親切で、親しみやすい、良い人」は飯の種にならない。集客と受注を軸に考えた時、新井建設・新井よしわに、どれだけ多くの方が、効率的に家づくりを頼みたくなるか？という事を追求するのが社長としての役割。

それには、会社や社長個人の魅せ方を意識した行動や仕組みとなるように、見直す必要がある。

今まで長いこと、親しみやすい、良い人に見られることに基軸を置いて表現、演出してきた。この意識を改革することが、現在、取り組んでいること。

どうして「ステイタスを高く保つ」必要があるかという意味が初めて見えてきた。

2ヶ月の段階では、ステイタスを高くすることが目的になっていた。

6ヶ月を終えた現在では、受注を増加する、もしくは受注までのステップを効率化するために、高いステイタスが必要と実感している。

4月4日の勉強会で先生を演じたことで、飛躍的に目が開かれた。

「良い人では仕事は頼まれない」と師匠に言われていた言葉が、腑に落ちた瞬間が勉強会だった。

「目的意識をもって自己表現、自己演出をすることが大切である。」

お客さんが、私のように誠実なパートナーと、迷わずスムーズに家づくりをできるようにしてあげることが、私の使命である。そのために高い信頼感を持たせる見せ方、演出は私の義務と言えるだろう。

多くのお客さんが家づくりで失敗しないために、新井建設がもっとたくさんの家づくりをお手伝いしなければ。

それには、アピールをしなければならない。

存在を知らなければ、存在しないと変わらない。

自分たちをアピールすることは、使命の第一歩ということになる。

今までずっと、広告宣伝の類にお金を使うことは無駄、罪悪だと思い込んできた。

普川さんの見学会と今回の勉強会を通して、教えてあげるためには集客が絶対必要条件だと、初めて肯定的に感じられた。

勉強会の集客段階では、まだ目が開かれていなかった。

積極的に宣伝することは、今後の課題となる。(費用対効果のバランス感覚は大切)

まず私が変わる、その次に会社を変えること。

意識統一が必要な段階がきている。社長としての自己表現を社内にも行なわなければならない。お客さんにギャップ(迷い)を感じさせてはならない。

自分が社員を指導する時がきた。

次は人に指導することで、自分を律し、考えが確信にかえる段階にきた。

指導を受けて分かったこと

社長は孤独で、自分で自分をコントロールするしかない。

自主自律が必要なのだが、日々の作業に流されながら、方向や目標を見失いやすい。私の場合は見失う前に、成すべき道を見つけられていなかった。

指導を受けることがなければ、未だに道を見つけられないまま、日々の作業に逃げていただろう。既に日々の作業もない状態になっていた可能性も高い。

自主自律の訓練だったと思う。社長としての基本を知り、重要事項を決定していくためのスタートラインに、やっと立ったのだと思う。

師事したからには、成長の証を立てて、恩返しをするべき。はなまる工務店として、受注を増やし、はなまるブランドをつくる！

これからの課題

集客の実践：今回初めて、セミナー開催を経験した。この経験を活かして、HPと勉強会を軸とした集客・クロージング活動を積極的に行なう！ハウズリストを増やす。

面談の実践：集客したら、高いステイタスを維持しながらの面談とクロージングを行なう。常に信頼できる専門家として見えるように行動する。軽々しくしない！

面談の手順：勉強会で説明した手順を、まず実際に行なうこと。事前に情報を与えすぎない。面談したいと思う工夫が必要

提携の実践：ブレインを探す。不動産とFP。

今後の集客イベントの可能性

現場がなくても勉強会は出来る

勉強会とOB宅訪問の組み合わせ（仙台エアサイクル方式）

受注へのステップを円滑にするために

金額・仕様の目安となる企画住宅資料を準備

ホームページを信頼感のある物に変更

メールセミナーの回数を増やす

検討課題

土地情報の提供から、土地なし客のフォロー手順

6ヶ月の受注成果

■~~原~~邸リフォーム（はいから・すっぴん採用）

■~~本~~邸リフォーム（自然素材リフォーム）

■~~剛~~邸リフォーム（マンション自然素材リフォーム）

■~~坂~~邸リフォーム（自然素材リフォーム）

■~~馬~~邸増築（はいから・すっぴん採用）

素材を語る、家づくりを熱く語ることが受注に結びつく実例

成功への鍵は、語る相手を集めること。