

WEB MESSAGE STOCK PERFORMANCE  
BLOG WORK IDEA MARKETING  
CHECK POINT SEMINAR  
NETWORK

# 住宅塗装会社が年商1億円から2億円に 成長するための集客戦略

ダウンロードレポート



# 初めに

住宅塗装会社が年商1億円から2億円、さらに3億円規模へと成長していくためには、売上を伸ばすだけでなく、利益をしっかりと残せる集客設計が欠かせません。

特に重要なのが、販促費を適正にコントロールしながら、自社で安定して問い合わせを獲得できる仕組みをつくることです。実際に、年商1億円前後で伸び悩む塗装会社の多くは、人件費の増加と販促費の使いすぎによって、売上はあるのに利益が残らない状態に陥っています。

そのため、住宅塗装会社の経営では、販促費率を9%以内に抑えることがひとつの重要な目安になります。この基準を守りながら集客数を増やすことができれば、2億円規模への成長も十分に現実的になります。

本レポートでは、住宅塗装会社が利益を残しながら成長するために必要な集客設計の考え方と、自社集客を軸にした経営のポイントをわかりやすく整理しています。

## このようなお悩みはありませんか？

- 売上は増えているのに、販促費がかかりすぎて利益が残らない
- ポータルサイトに依存しており、集客コストが高止まりしている
- 自社集客を強化したいが、何から始めればよいかわからない
- チラシ・ホームページ・店舗をうまく連動できていない
- 問い合わせ数を増やしたいが、販促費率は上げたくない
- 年商2億円に向けた集客戦略を整理したい
- 利益の残る集客モデルに切り替えたい

本レポートでは、このようなお悩みを解決する

**最新事例** を大公開しています！

# 集客の種類

自社集客



チラシ



HP

ポータル集客

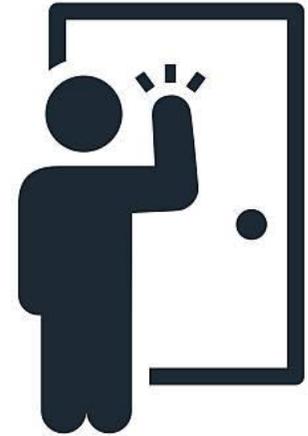
 **ヌリカエ**

**めりマッチ**

業界最大級の外壁塗装専門サイト

**外壁塗装の窓口**

訪問販売



# 集客効率

## ①販促効率の厳しさ

・反響単価:1.8万円 ÷ 成約率:25% = 1件獲得単価:7.2万円

・成約手数料:10% ⇒ (100万円と仮定) = 1件獲得単価:10万円

成約までの獲得単価:17.2万円(販促効率:約50%【粗利率:35%と仮定】)

⇒これを下請けに直すと…、粗利率18%で受けているようなイメージ。(営業も施工管理もクレームも受けて)

## ②生産性の悪さ

・成約率25%であれば、営業のロスが3/4である。

⇒ほとんど決まらないので、成約率はどんどん悪くなっていく。

(見積提出が適当になる)

※撤退している会社が増えているので穴場になっている地域もある。

**最新事例の続きはこちら** 