

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

～塗装会社必見～ 2億円の親方から 10億円の社長になる方法



このようなお悩みありませんか？

本レポートは以下のようなお悩みを抱える塗装・リフォーム会社様向けレポートです。

- 売上2億円前後から伸び悩み、次に何へ投資すべきか決められない
- 社長が営業・現場・クレーム対応を抱え、経営に集中できない
- 2店舗目や3店舗目を出したいが、任せられる店長や営業人材がいない
- 採用費をかけても人が集まらず、入社後も早期戦力化できない
- 営業方法や現場管理が属人化し、社員ごとの成果に差がある
- 業務フローや育成プログラムがなく、社長の指示がなければ動かない
- 商圈拡大と新ブランドのどちらを選ぶべきか迷っている
- 利益を残しながら継続的に成長できる組織をつくりたい

1つでもあてはまる場合、

すぐに本レポートを無料ダウンロードすることをオススメします。

本レポートでわかること

- ✓ 社長依存型の2億円企業と、分業型の10億円企業の違い
- ✓ さらなる成長に必要な「出店」または「新ブランド」の考え方
- ✓ 採用・定着・育成・業務標準化を進めるロードマップ
- ✓ 50万人商圏・1店舗4億円に必要な人員体制
- ✓ 売上4億円から販促費・CPA・営業利益を逆算する方法
- ✓ リフォーム・法人塗装・大規模修繕へ広げる際の判断基準

地域一番店を目指す経営者さま、ぜひ経営に役立ててください！

2億円と10億円の会社の違い

2億円から10億円の設計図



Point

市場が縮小する中で成長するためには「**出店か新ブランド**」そのための「**採用**」が必須である。
できない理由は既存事業がうまく行っていないからである。

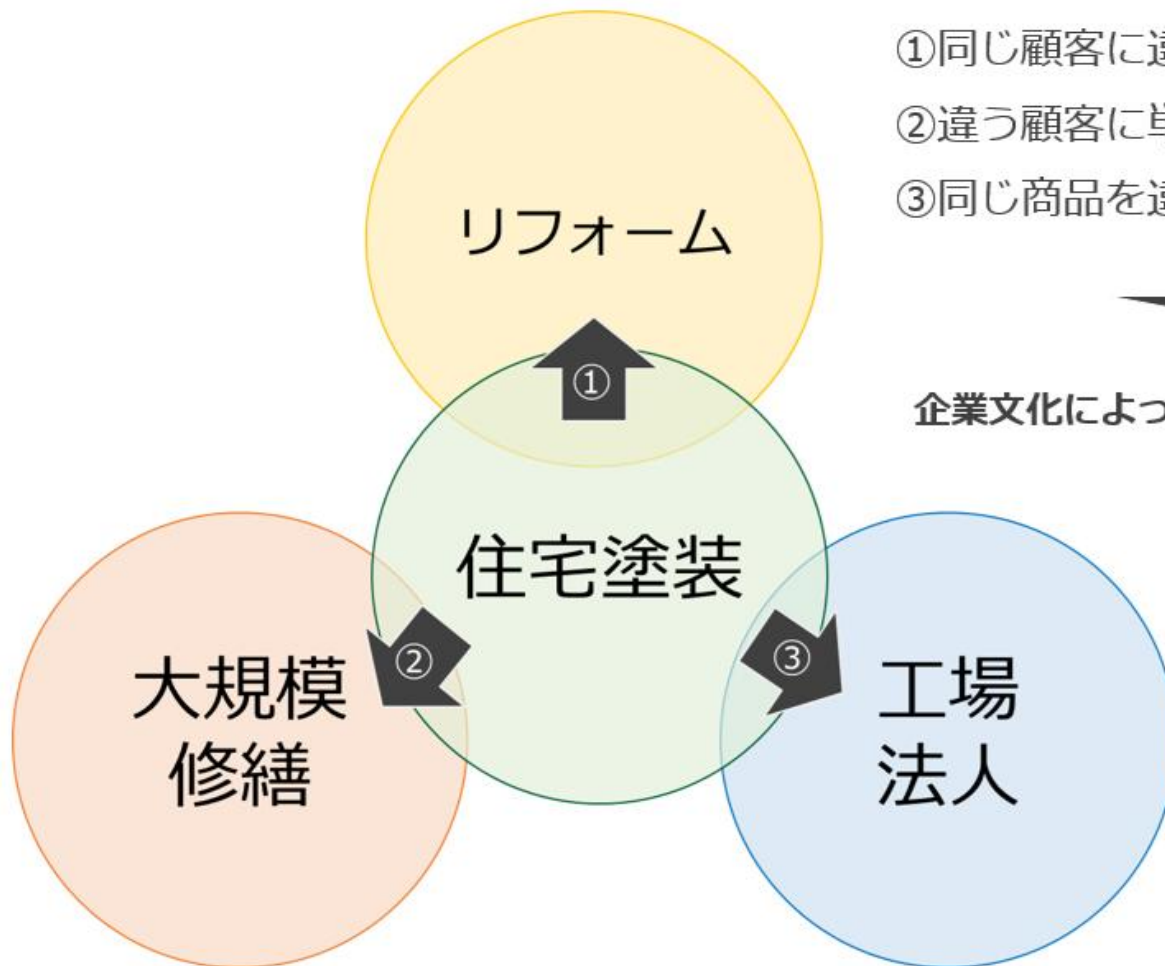
■ 1拠点あたりのPL計画

50万人商圏（1店舗4.0億円）≪1拠点10名以上≫営業6名、施工管理2名、事務2名
（近隣スタッフ10名【パート】）

	数値（万円）	詳細
売上高	40,000	
粗利高	16,000	
人件費（営業）	3,200	
人件費（施工管理）	1,200	
人件費（事務）	600	
販促費	3,200	
地代家賃	600	
減価償却	300	
その他経費	2,720	
営業利益	4,180	

モザイクなしはお問い合わせフォームへ！

■ マルチブランド戦略



- ① 同じ顧客に違う商品を提案する
- ② 違う顧客に単価の高い商品を提案する
- ③ 同じ商品を違う顧客に提案する

企業文化によって、選択するものが変わる

つづきはお問い合わせフォームへ！