

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

～脱FC・コンサル～ 戦略・戦術の見直しレポート



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。

- 売上は伸びているのに利益が残らない
- 広告宣伝費や経費を削っても赤字が改善しない
- ポータルサイトの手数料が利益を圧迫している
- 自社集客を増やしたいが、何から見直すべきか分からない
- 固定費や損益分岐点を踏まえた目標設定ができていない
- 販促費をいくら使うべきか判断できない
- チラシ、WEB、SNSの施策がバラバラになっている

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

- ✓ 赤字の原因を財務・販促・集客から見直す考え方
- ✓ 広告宣伝費や経費削減だけでは赤字脱却できない理由
- ✓ 固定費確認、目標数値設定、販促費設定の正しい順番
- ✓ ポータルサイト依存から自社集客へ切り替える判断基準
- ✓ 営業利益＋1,200万円改善につながった事例の考え方
- ✓ WEB・SNS・チラシを含めた販促再設計のポイント

地域TOP企業を目指す経営者さま、ぜひ経営に役立ててください！

1. 赤字の原因はどこ？

収入アップ

①売上高



②製造原価（営業、事務の人件費を抜く）

2-1：外注費

発注ミス、クレーム
単価設定が甘い

2-2：材料費

職人の無駄なづかい

2-3：消耗品

職人の無駄なづかい

③その他経費

現場のムダ遣い

経費削減

①人件費

無駄な人件費がある
（間接部門が多い）

②広告宣伝費

集客数が少ない

③地代家賃

売上高が少ないのに
掛けすぎ

④支払い手数料

ポータル依存
無駄なサービスが多い

⑤その他経費

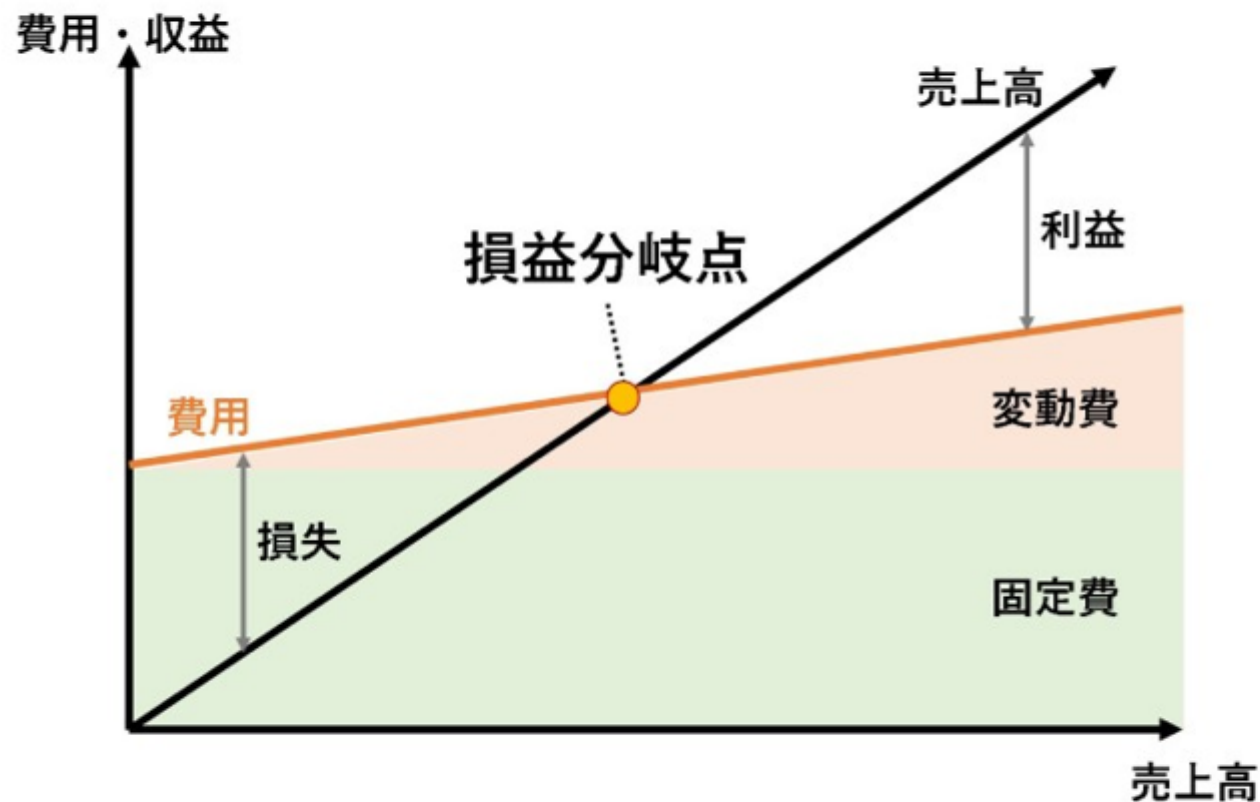
社員の無駄遣い

つづきはダウンロードフォームへ！

アドバイス

1. 赤字の原因はどこ？

広告宣伝費や経費を削減するだけでは赤字を脱却できない。



損益分岐点
粗利（売上）
つづきはダウンロードフォームへ！

1. 赤字の原因はどこ？

戦略

どのように経営したいのか？

ビジョン・ミッション・バリュー

何年後にどうしたいのか？

今年はどうようにするのか？

ここが
重要

戦術

数字達成のための重要数値は？

年間の販促計画は？

どれくらい経費をかけて行う？

ここが
重要

戦闘

チラシ反響、WEB反響は？

営業成績は？

モザイクなしはダウンロードフォームへ！