



紹介・追加受注が増えない...

その理由は、この13項目でわかります

御社の経営状態を可視化する
建築業経営者のための自己診断ツール
V字回復メソッド売上アップ診断

現状がわかれば、

あとは理想に向かって行動するだけです。

定価5万円(税込)を無料提供

V字回復メソッドによる心理集客コンサルティングで、あなたも売上アップ

マインドック 代表・鈴木栄美子

URL: <https://www.bestmindoc.com/>

本レポートは、経営会議でのモニター閲覧や、現場での視認性を最優先し、あえて大きめの文字サイズ(14pt)で構成しております。
お忙しい中、要点を素早く正確に掴んでいただくための配慮ですので、あらかじめご了承ください。

建築業経営者のための自己診断ツール

紹介や追加受注が安定的に入る建築会社と、新規営業に苦しむ建築会社。その差は、経営者が「自社の現状を正確に把握しているか」にあります。

この自己診断ツールは、V字回復コンサルタントとして100社以上の企業の経営改善を支援し、特に建築業では100%の成功率を誇る経験から生まれた、建築業に特化した経営診断シートです。

この診断で明確になること

この13項目の診断を行うことで、以下のことが明確になります。

- ① 御社と建築業界の成長性の関係
- ② 集客・見込み客・受注・紹介追加受注の実態
- ③ 工物品質と情報発信力のバランス
- ④ 仕組み化と組織マインドの完成度
- ⑤ 経営者・社員・施主の関係性

この診断ツールにある13項目

- | | |
|------------|-------------------------------|
| 1. 目標設定 | : 明確な数値目標を持っているか |
| 2. 業界 | : 業界の成長性と自社の位置づけを把握しているか |
| 3. 自社 | : 他社との差別化ポイントを明確にしているか |
| 4. 工事・サービス | : 施主の要望を満たし、信頼される工事を提供できているか |
| 5. 施主 | : 理想とする施主像を明確にし、そのニーズを理解しているか |
| 6. 集客 | : 新規施主を獲得する方法を明確にし、実行できているか |
| 7. 見込み客 | : 問い合わせを受注につなげる仕組みがあるか |
| 8. 受注 | : 見積もりを契約に結びつけられているか |
| 9. 紹介・追加受注 | : 既存施主から継続的に仕事をもらえているか |
| 10. 経理会計 | : 数字で経営を管理できているか |
| 11. 経営者個人 | : 経営者としての視点と行動ができているか |
| 12. 社員 | : 社員が経営者の理念を理解し、目標に向かって動いているか |
| 13. 企業概要 | : 組織体制と経営資源を把握しているか |

診断の進め方

【ステップ1】各項目の質問に、直感で答えてください

【ステップ2】12問まではYesの数を数えてください

【ステップ3】項目ごとに5点以上を目指してください

5点未満の項目が、今、強化すべきポイントです。

用語がわからない場合は調べましょう。

それ以外は考え過ぎずにYES/NOを選びましょう。

わからないことやできていないことがあるということは、
今以上に発展できる余白があるということです。

現状がわかれば、次に何をすべきかが見えてきます。

まずは、御社の今を正確に把握することから始めましょう。

診断後、さらに深く経営改善に取り組みたい方へ

この診断結果をもとに、
「具体的な改善策を明確にしたい」
「自社に最適な対策を知りたい」
という方には、
経営改善明確化セッションをご用意しています。

ただし、このセッションは誰でもすぐに受けられるわけではありません。

経営改善明確化セッションの受け方

この無料プレゼントをお受け取りいただいた後、登録者限定メールマガジンが届くようになります。

登録者限定メールマガジンの中にある「【一次審査】経営改善明確化セッション・エントリーはこちら」にある質問にお答えください。

この質問への回答により、

- ・今すぐセッションが効果を発揮する段階にあるのか
 - ・まだ準備が必要な段階なのか
- が明確になります。
-

なぜ、このような手順を踏むのか

少々、手間がかかるように感じるかもしれませんが。

しかし、建築業において100%の成功率を誇り、
全業種で9割の企業を増益させてきた経験から、
最適なタイミングでのサポートこそが、最高の結果を生むことを知っています。

御社にとって最も効果的なタイミングで、最高の結果と一緒に創り出すための
仕組みです。

ご理解とご協力をお願いいたします。

それでは、次のページから診断を始めましょう。

1.目標設定

行く場所を決める「目標設定」の診断です。

設問	回答
1: 目標設定の習慣がある。	Yes / No
2: 毎日、目標設定をしている。	Yes / No
3: 長期目標をたてている。	Yes / No
4: 中期目標をたてている。	Yes / No
5: 目標の達成率は、70%より上だ。	Yes / No
6: 年間計画をたてている。	Yes / No
7: 月間計画をたてている。	Yes / No
8: 週間計画をたてている。	Yes / No
9: 目標の優先順位のつけ方に基準がある。	Yes / No
10: 社是(理念・ミッション・ビジョン)が明確になっている。	Yes / No

Yes の 数は・・・ _____ 個

2.業界

常にあなたの栄枯盛衰の裏側にある「業界」の診断です。

設問	回答
1: 成長曲線という用語を知っている。	Yes / No
2: 業界の成長曲線の導入期の特徴は、業界が認知されていないことである。	Yes / No
3: 業界の成長曲線の成長期の特徴は、業界が認知されだすことである。	Yes / No
4: 業界の成長曲線の繁栄期の特徴は、参入すれば儲けられることである。	Yes / No
5: 業界の成長曲線の衰退期の特徴は、競争の激化と需要の減少である。	Yes / No
6: 自分の業界は、導入期・成長期・繁栄期・衰退期のどこか知っている。	Yes / No
7: 業界の中での自社のポジションを考えている。	Yes / No
8: 業界で広く認知されている課題について知っている。	Yes / No
9: 業界で広く認知されている、顧客や世論の反発を知っている。	Yes / No
10: 業界の特徴を使って、他の業界に参入できる可能性を考えた事がある。	Yes / No

Yes の 数は・・・ _____ 個

3. 自社

分かっているようで分からない「自社」の診断です。

設問	回答
1: あなたは、自社の価値を1分以内で言える。	Yes / No
2: 自社の核となる強みは分かっている。	Yes / No
3: 今、自分の会社は成長曲線のどのあたりか分かっている。	Yes / No
4: 自社の商品について、30秒で語れる。	Yes / No
5: 自社のビジネスモデルについて、30秒で語れる。	Yes / No
6: 自社の社員について、30秒で語れる。	Yes / No
7: この1年間を振り返って、 会社が良くなったと思える点を挙げられる。	Yes / No
8: この1年間を振り返って、 会社が悪くなったと思える点を挙げられる。	Yes / No
9: 自社に寄せられそうな質問を、この場で考えつく。	Yes / No
10: 自社の3年後をありありと想像できる。	Yes / No

Yes の 数は・・・ _____ 個

4.工事・サービス

施主に選ばれる「工事・サービス」の診断です。

設問	回答
1: 自社の工事・サービスは、施主の要望を満たしていると自信をもって言える。	Yes / No
2: 既存の施主は、自社の工事品質を高く評価していると自信を持って言える。	Yes / No
3: 主力工事の平均受注金額を把握している。	Yes / No
4: 建築業界で今、需要が伸びている工事内容を知っている。	Yes / No
5: 自社の工事価格は、提供する価値に対して妥当だと考えている。	Yes / No
6: 施主が自社に発注すべき理由は明確に説明できる。	Yes / No
7: 施主が自社に発注すべき理由は、事実に基づいている。	Yes / No
8: 施主が自社に発注しない理由を、明確に把握している。	Yes / No
9: 施主が発注しない理由を解消するために、複数の対策をしている。	Yes / No
10: 施主が発注を決断するまでの障害(不安・懸念)を把握している。	Yes / No
Yes の 数は・・・ _____ 個	

5.施主

利益を創り出す「理想の施主像とLTVの理解」の診断です。

設問	回答
1: 施主が自社を評価しているポイントを明確に言える。	Yes / No
2: 施主が御社に何を期待しているか把握している。	Yes / No
3: 施主のニーズ(工事内容・品質・価格・対応)を理解している。	Yes / No
4: 自社が付き合いたい理想の施主像は明確にしてある。	Yes / No
5: 理想とする施主の工事予算規模を把握している。	Yes / No
6: 自社に依頼しない施主の特徴や理由を把握している。	Yes / No
7: 一人の施主から得られる生涯売上(LTV)を計算している。	Yes / No
8: 理想的な施主の具体例(実名)を挙げることができる。	Yes / No
9: 施主からの主な不満・苦情の内容を把握している。	Yes / No
10: 施主に対して紹介依頼を積極的に行っている。	Yes / No
Yes の 数は・・・ _____ 個	

6.集客

あなたの永続的な繁栄を支える「集客」の診断です。

	設問	回答
1:	今の仕事を始めたとき、どうやって最初の施主を獲得したか覚えている。	Yes / No
2:	施主を獲得する方法のうち、今のキャリアを築き上げた方法を30秒で言える。	Yes / No
3:	最初の施主が自社を選んだ理由を明確に言える。	Yes / No
4:	現在の施主が自社に依頼した理由を明確に言える。	Yes / No
5:	施主や元請けを、どのように発掘していくかを常に考えている。	Yes / No
6:	新規見込み客獲得のための許容出費(1件あたりの集客コスト)を把握している。	Yes / No
7:	新規施主創出のための広告・営業活動に使える費用は分かっている。	Yes / No
8:	営業先・提案先の顧客リストは整備してある。	Yes / No
9:	新規施主を開拓する具体的な計画がある。	Yes / No
10:	集客に活用していない既存の関係先(協力業者・OB施主等)を把握している。	Yes / No
Yes の 数は・・・		_____ 個

7.見込み客

あなたが子供のように溺愛し育てるべき「見込み客」の診断です。

設問	回答
1: 見込み客が、自社に発注しないか理由を把握している。	Yes / No
2: 「御社の最大の競合は？」と質問されたら、即答できる。	Yes / No
3: 競合が強みにしていて、自社にない「選ばれる理由」が何か理解している。	Yes / No
4: 計画的に見込み客へ接触(フォロー)を続けてきた。	Yes / No
5: 見込み客リストは管理している。	Yes / No
6: 見込み客リストは、4つ以上のカテゴリーに分類できている。	Yes / No
7: 定期的に見込み客に送る情報(チラシ・メール等)をアップデートしている。	Yes / No
8: 現在の提案内容が、見込み客にとって本当に魅力的だと考えている。	Yes / No
9: 見込み客が、建築業界の会社に価格以外の何を期待しているか知っている。	Yes / No
10: 見込み客が、自社に感じている価値を30秒で言える。	Yes / No
Yes の 数は・・・ _____ 個	

8.受注

見積もりを契約に結びつける「受注力」の診断です。

設問	回答
1: 受注する工事の平均的な規模(金額)を把握している。	Yes / No
2: 受注する工事の平均金額を数字で表してある。	Yes / No
3: 受注する工事の平均金額を増やすため、何ができるか考えている。	Yes / No
4: 工事の見積もり単価を決めるのに、勘や同業者の相場以外の根拠がある。	Yes / No
5: 一回の受注金額を上げるための提案(追加工事・グレードアップ等)を常に行っている。	Yes / No
6: 受注時に、将来のメンテナンスやリフォームについて案内している。	Yes / No
7: 保証制度や返金制度など、施主の不安を解消する仕組みを用意している。	Yes / No
8: メンテナンス契約やリフォーム提案、その他、継続的な関係を築く仕組みがある。	Yes / No
9: 全て、あるいは大部分の受注元(どこから仕事に来るか)を把握している。	Yes / No
10: 社員が楽しく営業・提案できる工夫はしている。	Yes / No
Yes の 数は・・・ _____ 個	

9.紹介・追加受注

既存施主から継続的に仕事をもらう「紹介・追加受注」の診断です。

設問	回答
1: 完工後の施主からの紹介率を把握している。	Yes / No
2: 紹介を依頼するタイミングやルールは決めてある。	Yes / No
3: 施主が知人に紹介しない(しにくい)理由を把握している。	Yes / No
4: 月の平均紹介数は増えている。	Yes / No
5: アフターフォロー・定期点検の仕組みはある。	Yes / No
6: 完工後も施主との接点を定期的に持っている。	Yes / No
7: リフォームや追加工事の提案を定期的に行っている。	Yes / No
8: 過去に失注した案件に、再度アプローチをしている。	Yes / No
9: 既存施主からの追加受注(リフォーム・増改築等)の割合を把握している。	Yes / No
10: 紹介営業や追加受注にかけられる予算を把握している。	Yes / No

Yes の 数は・・・ _____ 個

10.経理会計

メタボな貴社を筋肉ムキムキに変える「経理会計」の診断です。

設問	回答
1: 利益と損失について考えている。	Yes / No
2: 資金計画は立てている。	Yes / No
3: 損益計算は理解できる。	Yes / No
4: 資産表は理解できる。	Yes / No
5: 自社に関係する税金について理解している。	Yes / No
6: 会社関係の契約書の種類と役割は理解している。	Yes / No
7: 会社に関係する法律・法令・通達などは、理解している。	Yes / No
8: 社員がしている経理処理工程について理解している。	Yes / No
9: 今まで売上の集金については万全だ。	Yes / No
10: 社員に給与以外のインセンティブを与えている。	Yes / No
Yes の 数は・・・ _____ 個	

11. 経営者個人

会社の中核。ズバリ「経営者個人」の診断です。

設問	回答
1: 顧客に接する際のビジネス哲学がある。	Yes / No
2: 顧客や見込み客と、個人的に定期的に接点を持ち関係を築いている。	Yes / No
3: 自分の希望、夢、目的、何をしようとしているのかを社員に伝えている。	Yes / No
4: 社員と仕事以外の交流を持つようにしている。	Yes / No
5: 昔、自分が望んだ職業に現在ついている。	Yes / No
6: 自分の育った環境に感謝している。	Yes / No
7: 自分の両親との関係は上手くいっている。	Yes / No
8: 自分の家族に感謝している。	Yes / No
9: 腹を割って話せる同性の友人がいる。	Yes / No
10: 自分の人生に満足している。	Yes / No
Yes の 数は・・・ _____ 個	

12.社員

機械や物ではなく、仲間としての「社員」の診断です。

設問	回答
1: 社員の一人あたりの平均売上高を把握している。	Yes / No
2: 社員全体の売上高を把握している。	Yes / No
3: それは同業他社と比べて、平均より上だ。	Yes / No
4: 各社員の給与を把握している。	Yes / No
5: 社員と会社の目標やビジョン、目指している方向を共有できている。	Yes / No
6: 社員は、現場作業や営業活動の目的と目標を理解している。	Yes / No
7: 現場作業や施工手順は、マニュアル化してある。	Yes / No
8: 営業や施主対応を行う人は、戦略的な営業研修を受けている。	Yes / No
9: 採用コストを把握している。	Yes / No
10: 社員の退職理由を把握している。	Yes / No
Yes の 数は・・・ _____ 個	

13.企業概要

設問

【顧客・市場特性】

- 1: 施主は個人(住宅)が多いですか、それとも法人(商業・公共)が多いですか？
- 2: 工事の発注を決定する際、影響力を持つ人物(配偶者、親、子供等)を把握していますか？

【企業基本情報】

- 3: 御社の建築業種は何ですか？(一般建築/リフォーム/外装/内装/設備/その他)
- 4: 創業何年目ですか？
- 5: 年商は？

【主力工事の詳細】

- 6: 御社の主力工事Aは何ですか？
- 7: 工事Aは月に何件受注していますか？
- 8: 工事Aの平均受注金額は？
- 9: 工事Aの粗利率は？

【受注・営業】

- 10: 主な受注方法を教えてください。(元請け直接/下請け/紹介/広告/HP/その他)
- 11: 工事Aの毎月の新規受注と既存施主からの受注の比率は？
- 12: 既存施主からの追加工事・紹介の割合を把握していますか？

【追加提案・経費】

- 13: 施主に対して追加提案している工事・サービスはなんですか？
- 14: 月間の固定経費はいくらですか？

【組織体制】

- 15: 従業員数の総数は何名ですか？
- 16: 従業員の男女構成は何名ずつですか？
- 17: 従業員の正規社員・非正規社員の比率は？
- 18: 非正規社員のうち、パート・アルバイトの比率は？
- 19: 事業所数(営業所・支店を含む)は？
- 20: 社員満足度を高めたいですか？

総合評価

項目	Yesの数
1: 目標設定	
2: 業界	
3: 自社	
4: 商品・サービス	
5: 顧客	
6: 集客	
7: 見込み客	
8: 販売	
9: リピート	
10: 経理会計	
11: 経営者個人	
12: 社員	
120個中 合計 _____ 個	

ここまで、お疲れさまでした！

毎日、現場管理から資金繰りまで奔走されている皆様、本当にお疲れ様です。

建築業界を取り巻く環境は厳しいものですが、現状がどうであれ、数字と向き合った今の瞬間が、V字回復への確実な第一歩です。一步ずつ、理想の経営に近づけて利益が残り永続する会社に変えていきましょう。

建築業という人の生活を支える仕事は、これからも存続します。
『この仕事をやっていて良かった』と笑える未来を、一緒に作っていきましょう。

マインドック 鈴木栄美子

お全ての項目が高得点という方がいらっしゃれば、その方は稀に見る名経営者です。
人格と能力を揃えた方でも、得手不得手がありますので、デコボコがあるものです。
今回の簡易版では、その結果に応じて経営者を4タイプに分類してみました。

- 集客
- 見込み客
- 受注
- 紹介・追加受注
が高得点

マーケティング
主導型

- 自社
- 工事・サービス
- 施主
- 経営者個人
が高得点

施工品質
重視型

- 目標設定
- 施主
- 経営者個人
- 社員
が高得点

人間関係
重視型

- 業界
- 自社
- 受注
- 経理会計
が高得点

関心
外向型

各経営者タイプの一般的な傾向

<p>マーケティング 主導型</p>	<p>チラシやホームページで積極的に集客し、受注を増やすのが得意なマーケティング主導型の経営者さんです。</p> <p>こういう経営者さんで資金管理が弱い方は、受注好調でも資金繰りが苦しいと陥りがちです。当社の【資金管理】メソッドを導入すれば、集客の勢いをそのまま利益とキャッシュに変えられます。経理会計が強い方は、職人や協力業者から「お金にうるさい」「利益になれば何でもやる」などと言われている方もいます。</p> <p>どちらの経営者さんも、集客力という強みを活かしながら、【顧客心理】と【資金管理】のバランスを整えることで、会社はさらに大きく成長します。</p>
<p>施工品質 重視型</p>	<p>良い工事をしていれば施主は満足する、と信じている経営者さんです。施工品質へのこだわりが強く、使命感を持って仕事をされている方も多く、施主や職人からの評判も良い方が多いです。ですが、とにかくマーケティングが苦手です。「良い仕事をしていれば口コミで広がる」と考えがちですが、実際には積極的な情報発信が必要です。【顧客心理】を理解したマーケティングを導入すれば、受注は劇的に増えるはずですよ。あと、技術向上や職人育成には資金が必要です。</p> <p>資金管理の項目が低かった場合は、当社の【工程管理】と【資金管理】メソッドにより、現場のムダを排除し、資金繰りを安定化させましょう。</p>
<p>人間関係 重視型</p>	<p>自己啓発のセミナーに通っていたり、趣味のサークルで世話人をしていたりする経営者さんです。</p> <p>人の縁を結ぶのが上手いので、職人、協力業者、施主の誰からも「良い人」と思われています。建築業では紹介営業が最も強力な集客方法ですから、このタイプは本来、大きな強みを持っているはずですよ。ただ、実は人の好き嫌いが激しく、「この施主は苦手」と感じることも多いのではないのでしょうか。</p> <p>経営を優先させても、きっと良い人のままですから、もっと売上アップを楽しんでください。人間関係の強みを活かしながら、【顧客心理】に基づいたマーケティングの仕組み化を進めましょう。</p>
<p>関心 外向型</p>	<p>非常に外向的な経営者さんです。</p> <p>外向的というのは、自分の外側に気持ちが向いてしまうタイプのことを言い、社交的かは関係ありません。外向的な経営者さんは、業界の評価や同業者の動向が気になるのです。ですから、業界で「ZEH住宅が流行っている」と聞くとZEHに取り組みたくなり、「リフォームが儲かる」と聞くとリフォームを始めたくなります。他人の反応に敏感ですから、施主の喜ぶ顔が見たくて、あれこれ手を広げがちです。その結果、経営方針や得意工事が定まらないことがあります。</p> <p>みんなが良いという工法や分野を鵜呑みにせず、腰をすえて御社の強みを確立しましょう。</p>

診断結果から見えてきた、御社の経営課へ

13項目の診断と4つのタイプ分析、お疲れ様でした。
御社の経営の傾向と、今、最も強化すべきポイントが見えてきたのではないでしょう
うか？

建築業の経営は、さまざまな要素が有機的に繋がって成果を生み出します。

- ・【顧客心理】を理解した集客と営業
- ・【工程管理】による現場の効率化
- ・【資金管理】による経営の安定化

この3つの柱をバランスよく整えることで、
紹介や追加受注が自然に増える仕組みができあがります。

診断結果を、具体的な成果につなげるために

この診断で明確になった課題を、
「どう改善すれば売上が上がるのか」
「自社に最適な対策は何なのか」

という問いに、
具体的な答えを知りたい方には、経営改善明確化セッション*をご用意していま
す。

診断結果をもとに、
御社の状況に合わせたV字回復メソッドの活用法をご提案いたします。

ただし、このセッションは誰でもすぐに受けられるわけではありません。
詳しくは、
ハウスリスト限定メールマガジンの中でご案内いたしますので、楽しみにお待ち
ください。

それでは最後に、
私の詳しいプロフィールと、これまでご支援させていただいた
建築業の経営者様の声をご覧ください。

プロフィール

マインドック 代表 鈴木栄美子
成果保証型「V字回復メソッド」開発者。

専門分野：

【顧客心理 × 工程管理 × 資金管理】を
統合した戦略の構築と実行支援

1958年 東京生まれ。

現在は建築業(工務店、リフォーム、外装、内装、
設備工事等)を中心のマーケティングコンサルタ
ントとして活動。



■ 成果に直結メソッド開発の背景

【顧客心理への深い理解】

人が持つ「行動原則」を体系化するために、20代から現在に至るまで心理スキルに
5000万円以上を投じて徹底研究。

アメリカで開発され、世界中のトップ営業マンやコーチが活用するNLPトレーナーの資
格を早期に保持。他の新規技法も数多く学び実践。

この深い顧客心理の理解に基づき、チラシ・HP・SNS投稿に至るまで、成果を生み出
す集客・販促戦略の構築を得意とする。

社員や営業担当に「納得して動いてもらう」組織マネジメントも、この心理的手法を応用。

【工程管理の活用】

キャリアの出発点で、コンピューターがない時代に2000食もの献立を、多くの制約条件
をすべて手作業でクリアしながら作成。

この経験で培った「現場の複雑な要素や制約条件を最適化する工程管理能力」が、
マーケティングの仕組み化に活かされ、現在の建築業経営者のマーケティングの非効
率を解消する力となっている。

【資金管理での実績】

独立前に企業再生にて、5社連結6000万円の赤字を半年で0円に、また3社連結400万
円の赤字を半年で2000万円の黒字に転換させるなど、圧倒的な実績を築く。

その手法は、京セラ社員からも「アメーバ経営に酷似している」と評されるほど、再現性
の高い仕組みに基づいている。

■ 成果保証型 V字回復メソッドと実績

この【顧客心理 × 工程管理 × 資金管理】を統合した独自の手法を「成果保証型 V字回復メソッド」と名付け、コンサルティングを提供。

具体的な成功事例：

- ・工務店の売上を6000枚のチラシ配布で1ヶ月後1000万円、1年後5億円に成長
 - ・設計会社の売上を1年で1.7億円増やし2.3億円に
 - ・地域密着の水道屋を年商4000万円に成長させる
- その他、建築・設備関連企業での成功事例多数。

「施主に信頼されることが継続受注に結びつく」という視点のもと集客から販売までを最適化、売り込まずに追加受注を増やすための仕組み構築を専門としている。

■ サマリー・メディア実績・資格

成功率：建築業クライアント企業では1年以内の成功率100%を誇る。
その他の業種でも87.8% (9割)の業績改善を果たしている

信頼性：延べ3万人以上のクライアント実績。
フジテレビ・日本テレビ他メディア出演多数。

2017年著書

『ノーブランド企業が高額商品で売上を10倍にする集客法』出版。

全体実績：2001年の独立以来、他業種を含め関わった企業の87.8%で経営改善を実現。

教育実績：セミナー・研修も好評で参加者の90.3%が満足と評価。

「翌日から実践できる」と高評価。

主な資格：アメリカNLP協会認定NLPトレーナー

特許取得のMERが使えるAIP認定NLPマスタープラクティショナー

米国催眠療法協会認定催眠療法士

他、マーケティング関係の学びによる終了証も多数。

お客様の声

レポートを埋めるほど『見えない詰まり』への恐怖が募った

(注文住宅・工務店経営／年商2.8億円／40代)

これまで数々のセミナーに出ましたが、この診断レポートほど自分の『経営者としての穴』を正確に突いてくるものはありませんでした。

特に11番の項目を埋めた時、自分が現場を離れられない本当の理由が“仕組みの不在”にあると突きつけられ、冷や汗が出ました。

レポートで自社の課題はなんとなく見えましたが、正直、自分一人の判断で改善に手をつけるのは怖かった。だからこそ、その後のステップメールで語られる『V字回復の論理』を読み込み、個別相談の募集を見つけた瞬間に申し込みました。

プロの目で『わが社の本当の問題点』をズバリ指摘してもらったおかげで、ようやく暗闇から抜け出す道筋が見えました。

自社の致命的な欠陥に気づき、『答え合わせ』が待ち遠しくて仕方がなかった

(リフォーム・外装／年商9,000万円／50代)

技術には自信がありましたが、レポートの『5. 施主』と『8. 受注』の項目を突き合わせたとき、自分の独りよがりな経営がすべて露呈しました。

診断を進めるうちに、なぜ相見積もりで負け続けるのか、その根本的な原因(ボトルネック)がどこにあるのか、自分なりの仮説は立ちましたが、確信が持てませんでした。

その後のメール講義で、鈴木先生の『顧客心理』の深さを知るたびに、早く自分の仮説が正しいか答え合わせをしてほしいという思いが強まりました。

経営改善明確化セッションで、自分では気づけなかった『受注を止めていた真の要因』を特定してもらえた時の衝撃は忘れられません。

あの時間は、私の経営の迷いをすべて消し去ってくれました。

レポートは自社の“健康診断書”。その結果を持って相談するのは当然の決断だった

(設備工事・内装業／年商6,000万円／30代 二代目)

先代からのどんぶり勘定を脱したくてレポートを手に取りましたが、10番の計数管理の項目を埋めるうちに、自社の資金繰りの危うさが数字で浮き彫りになりました。

自分なりに分析はしてみたものの、建築業界の特殊性を知り尽くした人の目で、この診断結果を読み解いてほしいと強く感じるようになりました。

その後届くメールを読みながら、自分の中にあつた『なんとなくの不安』が確信に変わっていき、個別相談(経営改善明確化セッション)の案内を見た時は『これだ！』と即座にエントリーしました。あのセッションで、改善すべき優先順位を明確にもらったからこそ、今の組織再建があります。

診断だけで終わらせず、プロにボトルネックを特定してもらった価値は計り知れません

マインドックについて

マインドックでは、「顧客心理」「工程管理」「資金管理」を融合することで、クライアント企業を増益させるコンサルティングを行っています。

【マインドックの6つの強み】

1. 貴社に最適な成長戦略の策定
 2. 総合的なサポート体制(商品価値設計～集客～販売～コピーライティング)
 3. 効率的な集客と売上拡大の仕組み構築
 4. 顧客心理を活用した選ばれる仕組みの構築
 5. 顧客視点での購入障壁の特定
 6. 持続可能な成長モデルの確立
-

V字回復集客コンサルティング

<https://bestmindoc.com/lp/businessconsulting/>

住宅販売やリフォームなど高額商品のファミリー向け商品が得意分野であり、建築業の成功率は100%。その他の業種でも87.8%のクライアントの業績を改善させた効果の高い具体策から指導をさせていただくサービスです。

【実質無料保証】

1年間コンサルティングを受けて支払ったコンサルティング費用より売上が増えない場合は、増えるまで無償でコンサルティングを継続します。

その他サービスは公式サイトへ

<https://www.bestmindoc.com/>

[QRコード]はこちら→



V字回復メソッドによる心理集客コンサルティングで、あなたも売上アップ

マインドック 代表・鈴木栄美子

URL: <http://www.bestmindoc.com/>