

工務店が売れるための真空マーケット戦略レポート

■ 結論

工務店が安定して売れるために必要なのは

真空マーケットの商品を作り、理解させる構造で伝え続けることです。

単に良い商品を作るだけでは売れません。

「伝わる仕組み」まで作って初めて成果につながります。

■ 真空マーケットとは何か？

真空マーケットとは

- ・他社と比較されない
- ・価格競争にならない
- ・独自の価値がある

状態のことです。

この状態を作ることで

- ・値引き不要
- ・営業が楽になる
- ・お客様から選ばれる

という理想的な状況が生まれます。

■ なぜ多くの工務店は売れないのか？

理由はシンプルです。

比較される市場にいるからです。

- ・デザイン
- ・価格
- ・性能

これらで競争すると
必ず価格競争になります。

結果として

- ・利益が減る
- ・疲弊する
- ・差別化できない

という悪循環に陥ります。

■ 真空マーケット商品の作り方

重要なのは「商品」ではなく
考え方・プロセスの差別化です。

例：

従来：設計 → 見積もり → 予算調整
新しい：予算 → 設計 → 施工

このように

順番を変えるだけで全く別の商品になります。

■ しかし商品だけでは売れない

ここが最も重要です。

お客様は

- ・問題に気づいていない
- ・正しい判断基準を持っていない
- ・違いが分からない

そのため

良い商品でも理解されなければ売れません。

■ 売れるための3つの構造

① 問題の再定義

「予算オーバーは当たり前」ではなく

「順番が間違っているから起きる問題」

と気づかせる。

② 解決策の提示

予算 → 企画 → 設計 → 施工

という新しいプロセスを提示する。

③ 証拠の提示

- ・実例
- ・数字
- ・お客様の声

これにより信頼性が生まれる。

■ 売れる流れ(実践ステップ)

1. 問題に気づかせる
 2. 新しい考え方を提示する
 3. 事例で納得させる
 4. 無料で体験させる
 5. 自然に申し込みにつなげる
-

■ 無料オファーの役割

無料には明確な役割があります。

- ・不安を取り除く
- ・体験させる
- ・信頼を作る

さらに

商品自体が広告になる仕組みを作ること
で営業コストを削減できます。

■ 成功する工務店の共通点

- ・独自の考え方を持っている
- ・分かりやすく伝えている
- ・継続して発信している

特別な営業力は必要ありません。

■ まとめ

工務店が売れるために必要なのは

- ① 真空マーケットの商品を作る
- ② 理解させる構造を作る
- ③ 繰り返し伝える

この3つだけです。

■ 最後に

これからの時代は

「良い商品」ではなく

「伝わる商品」だけが選ばれます。

仕組みを作れば

営業しなくても売れる状態を作ることが可能です。