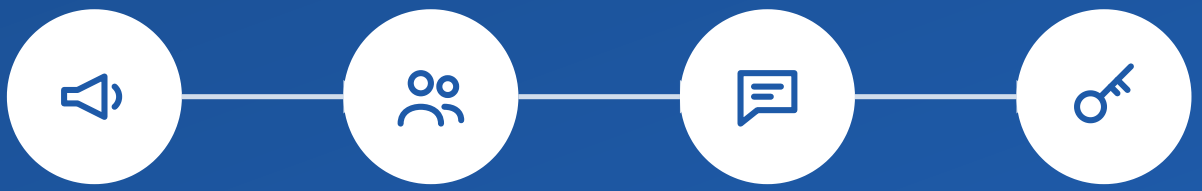
PROPOSAL | 給貴公司

兩場說明會 × 名單模式
怎麼辦、怎麼幫貴公司找到客人

讓有需求的人，自己報名、走進來、坐下來談。

2026 年 11 月 7 日　初稿，待雙方確認



我們（行銷端）
廣告、報名、名單、說明會招生、交接提醒

貴公司（業務端）
說明會講解、接洽、評估、提案、成交

01 一頁摘要

這套模式，一句話

廣告 → 說明會 → 一對一評估 → 提案成交。先讓人「來看、來聽」，再談買不買。

廣告
找到正有需求的人
我們負責

▶

說明會
當面看實績、問問題
雙方一起

▶

一對一評估
看基地 / 房子、算預算
貴公司負責

▶

提案成交
報價、簽約、施工
貴公司負責

為什麼用說明會，而不是只丟廣告？

來的人有備而來

願意報名、挪時間，代表真的有需求。

當面看，比廣告可信

真實案例、樣品、講師本人，信任感先建立。

接得快，客人才不流失

市場上常見抱怨：填了表單好幾天沒人回。我們把回覆時限寫成承諾。

兩場說明會

說明會 A｜自地自建

每週固定一場。給有地、想蓋、想知道預算與流程的人。

說明會 B｜買房裝修講座

在共享空間或小教室辦。給正要買房、驗屋、準備裝潢的人。

誰做什麼

我們負責	貴公司負責
廣告與報名頁	說明會講解與案例
LINE 歡迎與提醒訊息	24 小時內回電、一對一評估
名單追蹤表與每週數字	提案與成交

本提案不預設任何行情數字；每筆名單成本、出席率、成交率，都等第一個月實測後，用貴公司自己的數字決定要不要加碼。

02 兩種客人

他們是誰、在想什麼、什麼會吸引他們

兩種人的煩惱不同，所以用兩場不同的說明會接。

客人 A

手上有地的人

「我有一塊地，到底能不能蓋？要準備多少錢？」

他們常是這幾種人

- 手上有地，想開始規劃
- 家族土地，想蓋多代同住
- 老屋想評估要不要重建
- 想了解鋼構、預製工法
- 想先掌握預算與流程
- 想找一個團隊一次做完

他們心裡的擔心

- 報建法規看不懂
- 怕工程拖延、中途追加
- 蓋好之後室內又要另找人

我們的誘餌

- 基地能不能蓋，現場初評
- 預算與流程一張圖
- 實地參觀工廠 / 樣品屋

客人 B

準備買房、裝潢的人

「房子要買了，裝潢預算怎麼分才不會爆？」

他們常是這幾種人

- 正在看房、準備買房
- 快交屋，要驗屋
- 即將裝潢，想知道預算怎麼配
- 想讓家更好看也更好用
- 由房仲、代銷介紹而來

他們心裡的擔心

- 報價看不懂，怕被追加
- 驗屋不知道看什麼
- 找不到可靠的人

我們的誘餌

- 買房＋裝修總預算表
- 驗屋檢查清單
- 現場預算配置建議

共通的吸引力：「免費」的諮詢，加上看得到的真實作品。這是市場上跑得最久的廣告都有的共同點。

場前：把對的人請進來

場前 ▶ 當天 ▶ 場後

主題
「有一塊地，從哪一步開始蓋？」

我們負責

日期
每週固定同一天同一時段，客人好記。星期幾由貴公司定。

貴公司負責

場地
工廠、樣品屋、線上，三選一或輪流。

貴公司負責

名額
依場地決定。小班制，才有時間一對一。

貴公司負責

報名頁要問什麼

姓名	必填
LINE 名稱或手機	必填
土地在哪個縣市、哪一段	必填
土地現況：已有 / 評估中	選填
最想了解什麼（可多選）	選填
預計何時開始	選填
預算想法	選填

送出報名 → 自動帶去加 LINE

必填越少，報名越多；選填給願意多說的人。 我們負責

提醒訊息怎麼排

- **報名當下**　立刻確認，附地點與時間
- **前 3 天**　主題預告，請帶土地資料（地號、地籍圖）
- **前 1 天**　再確認時間、交通、可否出席
- **當天早上**　出發提醒與現場聯絡人

回覆「無法出席」的人，馬上改邀下一場。 我們負責

> 為什麼先加 LINE？之後所有提醒、資料、一對一約時間，都在同一個地方，客人不用再找。

03 說明會 A｜自地自建（2 / 2）

當天 90 分鐘、場後怎麼接

場前 ▶ 當天 ▶ 場後

我們負責　貴公司負責

報到	主講	案例	問答	約評估
15 分	30 分	20 分	15 分	10 分

報到
簽到、領資料、加 LINE

主講
自建流程、預算怎麼組成、報建怎麼走

案例
真實案例的前後、工期、遇到的問題

問答
現場提問，主持人幫忙收問題

約評估
當場選一對一時段

場後：24 小時、48 小時

當天晚上
感謝訊息＋簡報重點

24 小時內
貴公司業務回電

48 小時內
排定一對一評估

沒來的人
隔天補寄重點，邀下一場

人員分工

主持、控場、時間	我們負責
報到、記錄出席	我們負責
主講、案例	貴公司負責
現場接洽、約一對一	貴公司負責
場後訊息、追蹤表更新	我們負責

準備物清單

- [ ] 報名名單與簽到表
- [ ] 簡報與投影設備
- [ ] 案例照片、材料樣品
- [ ] 基地評估表（紙本）
- [ ] 一對一時段表
- [ ] 指示牌、名牌、茶水
- [ ] 拍照使用說明

場前：在客人決定前先遇到他

場前 ▶ 當天 ▶ 場後

主題
「買房到入住，預算怎麼分？」
我們負責

日期
先每月固定一場，看報名狀況再加。
貴公司負責

場地
共享空間或小型教室，交通方便最重要。
貴公司負責

名額
依教室大小決定，留時間給現場提問。
貴公司負責

報名頁要問什麼

姓名	必填
LINE 名稱或手機	必填
房子狀態：看房中 / 已買 / 快交屋	必填
新成屋、中古屋、預售屋	選填
預計入住時間	選填
最想改善什麼	選填
是誰介紹的（房仲 / 朋友）	選填

送出報名 → 自動帶去加 LINE

最後一欄很重要：它決定轉介怎麼記。
我們負責

提醒訊息怎麼排

- **報名當下**　立刻確認，附地點與時間
- **前 3 天**　主題預告，請帶房屋格局圖
- **前 1 天**　再確認時間、交通、可否出席
- **當天早上**　出發提醒與現場聯絡人

我們負責

> B 場的客人決策較快（房子已在手上或快到手），所以報名後盡快安排，別等到下一輪。

04 說明會 B｜買房裝修講座（2 / 2）

當天流程、場後，以及和房仲怎麼合作

場前 ▶ 當天 ▶ 場後

我們負責　貴公司負責

報到 10 分	主講 30 分	案例 15 分	問答 10 分	約評估 10 分
報到 簽到、加 LINE	**主講** 驗屋重點、預算怎麼分、發包順序	**案例** 買房後裝修的前後對比	**問答** 現場看格局圖給建議	**約評估** 預約到府或到店

場後

當天晚上
感謝訊息＋預算表

24 小時內
貴公司回電

48 小時內
排定一對一評估

沒來的人
補寄預算表，邀下一場

和房仲、代銷合作：怎麼談、怎麼記

① 約見面
說明模式，聽對方需要
貴公司負責

▶

② 給專屬連結
每位房仲一個報名連結
我們負責

▶

③ 書面約定
雙方寫清楚合作方式
貴公司負責

▶

④ 定期回報
告訴房仲客人進度
我們負責

對房仲的好處

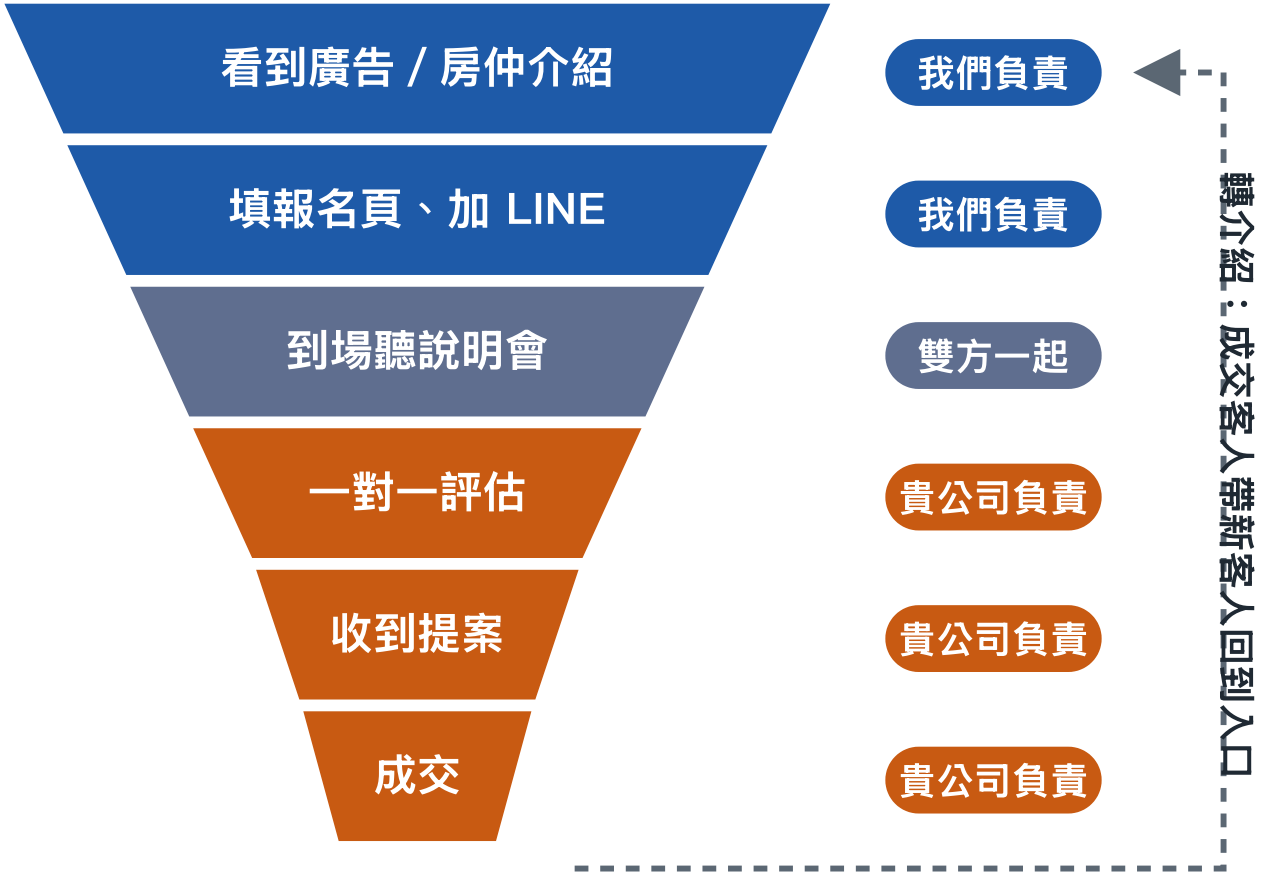
- ✓ 買屋客人多一項「裝修規劃」加值
- ✓ 客人後續有人專業接手

轉介怎麼記

- ✓ 專屬連結，來源自動寫進名單追蹤表
- ✓ 客人資料須經本人同意
- ✓ 酬謝方式由貴公司與房仲書面約定

漏斗：人是怎麼一層一層走到成交

每一層都有負責的人；越往下越是貴公司的事。



讓人來

廣告與報名頁，把對的人請進來。

讓人坐下

說明會，當面看實績、問問題。

讓人簽約

一對一評估與提案，由貴公司接手。

廣告只負責「讓人來」；真正讓人願意簽約的，是當面看到的實績和及時的回應。

05 整個模式（2 / 2）

流程圖：誰在哪一步做事

我們負責	貴公司負責
1 **廣告** 找到有需求的人	1 **房仲轉介** 貴公司談合作
2 **報名頁** 填資料、記來源	↙ 同樣進報名頁
3 **加 LINE** 自動歡迎訊息	
4 **提醒** 前 3 天、前 1 天、當天	
5 **出席說明會** 我們主持，貴公司主講	
	6 **一對一評估** 48 小時內排定
	7 **提案** 預算、時程、報價
	8 **成交** 簽約、進入施工
	9 **轉介紹** 好口碑帶來新客人，回到第 1 步

每一步的結果，都要記進「名單追蹤表」，才算數。（下一頁）

06 名單交接規則

名單進來後，多快、由誰接

狀態看板：每一筆名單都會停在其中一欄。

新進
- 報名後自動進來

24 小時內回電

已聯絡
- 貴公司已通話

48 小時內排評估

已約見
- 一對一已完成

提案時限 貴公司自訂

已提案
- 方案與報價已送

追蹤節奏 貴公司自訂

成交
- 已簽約

請求轉介紹

未成交
- 記下原因

每週檢討

狀態由貴公司的業務窗口更新；我們每週提醒超時的名單。

名單追蹤表的欄位

來源	客群	狀態	下一步	不成交原因
廣告 / 房仲〇〇 / 朋友	A 有地　B 買房	新進…成交	動作＋日期	預算不符、時程未到、選了別家、土地不能蓋、失聯
另有基本欄位：姓名、聯絡方式、報名日期、是否出席。				

三個承諾

24 小時內
每筆名單第一次回電

48 小時內
排定一對一評估

每週一次
雙方對帳會議

每週對帳會議看什麼

- ✓ 新進幾筆、各停在哪一欄
- ✓ 有沒有超時沒回的
- ✓ 不成交原因，哪一種最多

超時怎麼辦

- ✓ 超時的名單會標紅
- ✓ 週會先處理它們
- ✓ 原因記下來，改流程

07 要看的數字

五個數字，一層一層看

先不填數字。跑滿第一個月，用貴公司自己的實測值填進來。

① 每筆名單成本

廣告花費 ÷ 報名人數

第一個月實測後填 _____

我們看

② 出席率

到場人數 ÷ 報名人數

第一個月實測後填 _____

我們看

③ 預約評估率

約一對一人數 ÷ 到場人數

第一個月實測後填 _____

貴公司看

④ 提案率

收到提案人數 ÷ 評估人數

第一個月實測後填 _____

貴公司看

⑤ 成交率

成交人數 ÷ 提案人數

第一個月實測後填 _____

貴公司看

怎麼用這五個數字

找卡關的那一層

哪一層特別低，就先改那一層，不要整個重來。

決定要不要加預算

每層都穩了，再考慮放大廣告。

決定先辦哪一場

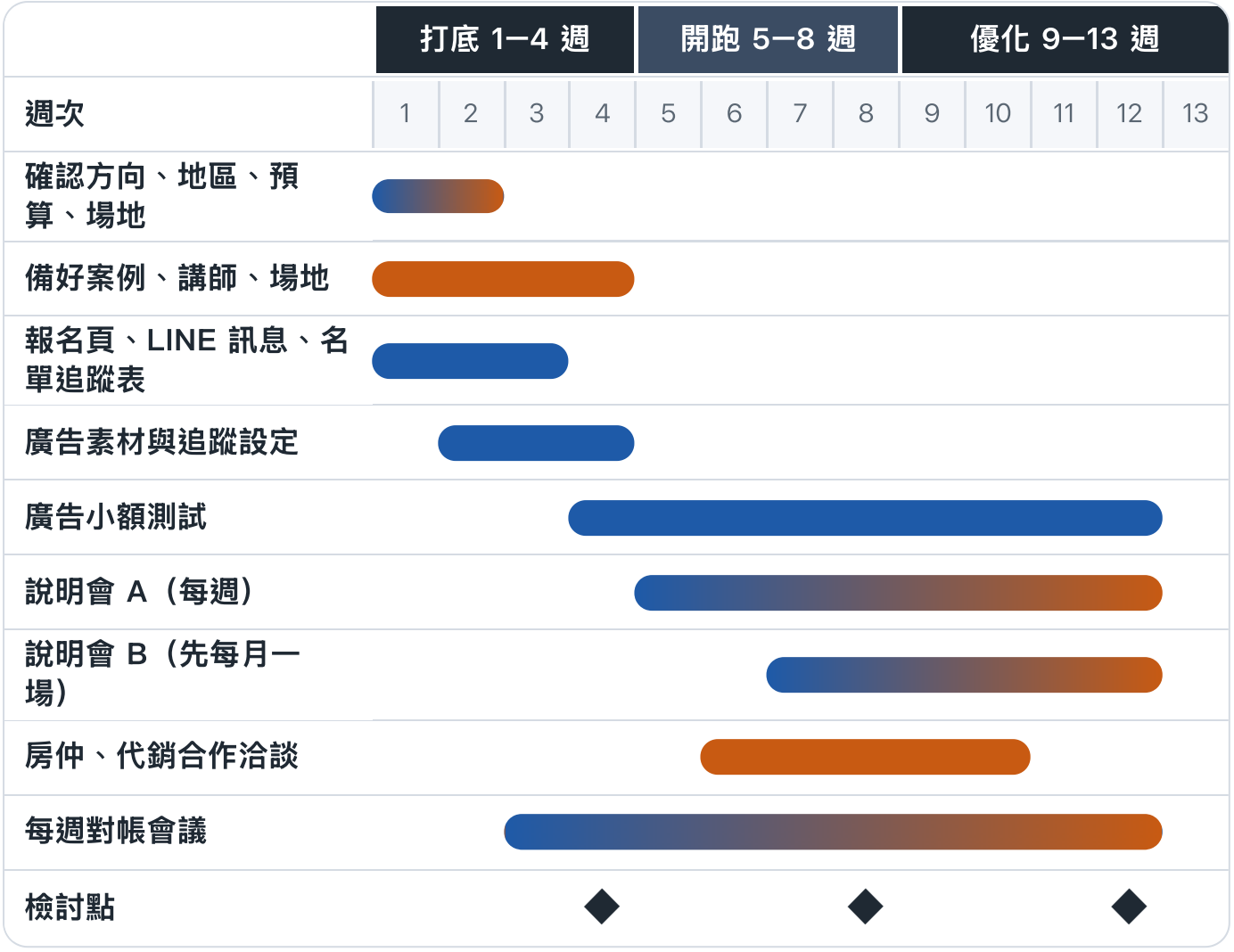
A 和 B 各自一份數字，直接比較。

為什麼不先寫行情數字？各地區、各工法差很多，借來的數字只會誤導。我們只用貴公司自己的實測。

08 上線時程（1 / 2）

90 天，13 週

我們　貴公司　一起　◆ 檢討點



◆ 第 4 週

報名頁、LINE、追蹤表都能用嗎？

◆ 第 8 週

第一批五個數字出來，砍掉效果差的。

◆ 第 12 週

決定：加碼、維持，或調整方向。

時程為建議，起跑日以雙方確認日為準；貴公司的備料若提早完成，整體可提前。

08 上線時程（2 / 2）

貴公司要準備的東西

這些準備好，說明會才有說服力、客人才接得住。

案例照片與實績

真實完工照、施工過程；客人要先同意使用。

講師

一位能講清楚、願意固定出席的人。

場地

工廠、樣品屋或共享空間，能讓人看得到東西。

業務窗口

專人負責接名單，聯絡方式給我們。

回覆時限承諾

24 小時內回電、48 小時內排評估，要做得到。

真實的說法

講的價格、工期、資格，都要能拿出證明。

準備好了，打勾

- [ ] 案例照片至少幾組（數量由貴公司定）
- [ ] 講師人選
- [ ] 業務窗口與備援一人
- [ ] 公司基本資料與可展示資格
- [ ] 客人使用同意
- [ ] 第一場場地
- [ ] 回覆時限內部確認
- [ ] 房仲合作的對象名單（可後補）

我們這邊會備好

報名頁

含來源記錄。

LINE 訊息

歡迎與提醒。

廣告素材

依貴公司案例製作。

09 下一步

請貴公司先決定這四件事

確認後，我們就能排第 1 週的工作。

① 主力先做哪一場？

- ☐ 先做 A（自地自建）
- ☐ 先做 B（買房裝修）
- ☐ A、B 同時開始

建議：先做一場，數字穩了再加第二場。

② 廣告預算

☐ 小額先測試　☐ 再討論

依貴公司決定，建議先小額測試。

③ 服務地區

縣市：台中市

區域：＿＿＿＿＿＿

④ 場地

☐ 工廠　☐ 樣品屋

☐ 共享空間　☐ 線上

另外請告訴我們

業務窗口

姓名與聯絡方式

第一場想辦的日期

或可以開始備料的日期

講師人選

誰來主講

貴公司回覆四件事 → 我們排第 1 週 → 開始備料與建置