

# 住宅営業ハンドブック 2017 ～「見込み客獲得編」～

～見込み客獲得に必要な知識とスキルをロジック、お手本台本、お手本映像でマスターする～

**こんな悩みはないですか？**

**「注文住宅が売れない！」**

すぐに建てるお客様も少なく、商談も長引くし、競合も多い。なかなか注文住宅が売れないようです。

しかし、そもそもその原因は

**「見込み客が少ない！」**

商談が出来るお客様がいないのが、受注低迷の原因なのかもしれません。お客様がモデルハウスや見学会に来られても、注文か分譲か、マンションか戸建てか、そもそも賃貸でもいいのでは、なんて言われてしまうと商談に進むことも出来ないようです。でもお客様の数だけは、少なくなっていないのに何故？その原因は

**「営業マンが辞めてしまって接客する人がいない」**

これも重要なことです。せっかくお客様が来場されても、接客する人がいません。初回接客が重要と言っても、そもそも接客する人がいないと話になりません。何故営業が辞めてしまうのか？それは売れないからです。じゃあ採用すれば良いのですが

**「採用しても教えられない！」**

住宅業界から採用すれば教えなくても良いかもしれませんが、他の業界からだとなんか教えないといけません。また、経験者も教えないといけないかもしれません。でもどうやって教えれば良いのか？何をどうやって、教えれば良いのか？OJT という名の、ほったらかし教育では、売れる営業は育ちません

**そこでお任せ下さい**

弊社で行なっているセミナーのテキストをまとめてハンドブックを作りました。

ロジックと事例とお手本の映像も作りました。テキストは、製本したものと PDF 原稿をお渡ししますのでいくらかでもコピーが可能です。

もちろんテキストのみの販売もいたします。

中途入社社員研修、新人研修、勉強会等にご利用ください

**2 枚目に本資料の詳しい内容を載せました！**

**お申込みはこのまま FAX で ⇒ 03-3358-1429**  
**メールでも申し込めます ⇒ info@tact-jsk.co.jp**

お申込み後、請求書と本資料を発送します。ただし発送は、10 月末日ごろになります

## 住宅営業ハンドブック 2017 「見込み客獲得編」

|                                         |                                                        |        |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------|--------|
| <b>ハンドブック (書籍) + PDF 原稿 (CD)+ お手本映像</b> | 各種会員 70,000 円 (税別)                                     | 必要セット数 |
|                                         | 非会員 80,000 円 (税別)                                      | セット    |
| <b>ハンドブック (書籍) のみ</b>                   | 各種会員 50,000 円 (税別)                                     | 必要冊数   |
|                                         | 非会員 60,000 円 (税別)                                      | 冊      |
| 貴社名                                     | 申込ご担当者様                                                |        |
| お電話番号                                   | FAX 番号                                                 |        |
| Email                                   | @                                                      |        |
| ご住所                                     | 〒                                                      |        |
| 会員種別 (○で囲む)                             | 各種会員 (TACT・エクスプレス・e カウンセリング・ハウスメーカーレポート・JSK テレビ) ・ 非会員 |        |

※弊社とのお取引が初めての場合は事前入金でお願いします。申込書受領後に請求書を送付、ご入金確認後資料を発送します

※この資料の内容に関するお問い合わせは、音地 (おんじ) までメールでお願いします onji-t@tact-jsk.co.jp

※それ以外のお問い合わせは、黒木 (くろぎ) まで、お電話でお願いします 03-3358-1407

# 本書の構成

| 章  | 章タイトル              | 内容                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1章 | 仕事の進め方             | <p>「仕事の考え方」 目的と目標、目標設定の3ステップ、お客様の買い方から考える</p> <p>「住宅営業7つの習慣」 ①「お客様になりきって考える」②「分かりやすく説明する」③「お客様のために質問する」④「お客様の变化をよく見る」⑤「探すものを決める手伝いをする」⑥「選ぶ基準を教える」⑦「断り方を教える」</p> <p>「住宅営業商談のPDCA」 商談準備から振り返りまでのステップ</p>                                                                              |
| 2章 | コミュニケーション<br>お手本映像 | <p>「コミュニケーションの基礎」 自己紹介と会社紹介・「伝え方」 お客様からの質問対応、4つの説明、フレーミング説明、目的別説明・「聞き方」 反応的聞き方、共感的聞き方、購買意欲を上げる4つの質問・「見る」 クロージングをかけるポイント・「訪問」 訪問準備、アポイント7つのポイント・「電話」 アポ取り電話方法・「手紙・メール」 手紙、メールの書き方 チェックポイント・「報告・連絡・相談」 社内コミュニケーション、お客様にも報告連絡相談を</p>                                                   |
| 3章 | 初回接客<br>お手本映像      | <p>「ストーリーセールス」 モノではなくコトを売る・「初回接客概要」 初回接客の目的、目標・「受付」 警戒心を下げて購買意欲を上げる受付、共感リスト・「建物案内に必要な知識」 最低限必要な建築知識・「建物案内 購買意欲と好意度をあげる」 個別の部屋説明モノとコト・「建てどき訴求 不安を解消して購買意欲をあげる」 住み方が決まっていない場合の対応、住宅ローンの説明で購買意欲を上げる・「自社商品アピール」 フレーミング説明とチェックリスト作戦・「着座商談」 質問対応、進め方説明からクロージング、断られた場合・「接客終了後」 次回の準備方法</p> |
| 4章 | ランクアップ             | <p>「ランクアップとは」 ランク分けの方法、ランクアップマネジメントの方法</p> <p>「イベントとは」 イベントの種類、アポの取り方、次回のアポを用意する</p> <p>「建物を見せる」 構造現場、完成現場、入居宅の案内をチェックリストで行う</p> <p>「セミナー」 資金計画セミナー、設計セミナー、会社説明セミナー、初心者向けセミナー</p> <p>「バスツアー」 イベントを1日で、バスに乗せる人、乗る人、バスの中、最後にクロージング</p>                                                |

資料見本（デザイン、文章は予告なく変更することがあります）

## 2-1 コミュニケーションの基礎

- ① 仕事の能力=知識・スキル×コミュニケーション能力×意欲
- ② 住宅営業に必要な伝え方（話し方）、聞き方、見方を理解する
- ③ 自己紹介と会社紹介のやり方を理解する

### I. 仕事に必要な能力

右の図は自転車である。自転車に乗って目的地に到達するには、後輪の駆動力が必要なのは言うまでもないことである。しかし、前輪でうまく舵を取らないと目的地にはたどり着けない。さらに言うと、そもそも運転する人のやる気がないと自転車は動かない。

仕事も同じことである。後輪にあたるものが「知識やスキル」で前輪にあたるものが「コミュニケーション能力」である。もちろん「意欲」も必要である。

仕事の能力=「知識・スキル」×「コミュニケーション能力」×「意欲」。掛け算なので、どれかが「0」だと、他が100点でも「0」になってしまう。この3つを向上させていく必要がある。この章では、その中のコミュニケーション能力の基礎について学んでいく。



### IV. 自己紹介と会社紹介

相手とコミュニケーションを取る場合に最初に行うことは、自分を知ってもらうこと。営業活動の場合は、会社を知ってもらうことも行わないといけない。

自己紹介では、他の人との違いをアピールしないと覚えてもらえない。そこで図4のようなやり方がある。ポイントをよく読んで自分の場合を考えてみよう。

会社紹介では、会社の想いを伝えよう。こちらは図5のようなやり方でまとめておこう。このような自己紹介と会社紹介は、短い時間で出来るので、名刺を渡した時に行うと良いだろう。

### II. コミュニケーションの取り方

コミュニケーションの取り方は大きく分けて3つある。伝え方（話し方）、聞き方、見方の3つである。

営業活動で使う伝え方は、5つのパターンに分かれ、「聞かれたことに答える」「こちらから説明する」「フレーミング説明」「質問して説明する」「目的別に説明する」の5つ。

聞き方は相手の話を積極的に聞く「傾聴」とこちらから行う「質問」の2つに分けることが出来る。

そして相手の反応を見る「見方」も重要である。また社内コミュニケーションとして、報告・連絡・相談（ホウレンソウ）も必要不可欠なものである（図1参照）。

### III. 言葉だけでなく

コミュニケーションとは、言葉による意志・思想などの伝達のこと。〔新明解国語辞典第七版〕

ただ、意志・思想は頭の中のことなので、実際にはその人の反応である「言葉」「声の調子」「態度・表情」から推測しないといけない（図2参照）。アメリカの学者の研究によると、「言葉」「声の調子」「態度・表情」が意志・思想を伝える割合はそれぞれ、7%、38%、55%ということになっている（図3参照）。すると言葉だけでなく、声の調子や態度・表情も注意しないと、こちらの意志・思想は伝わらないし、相手の意志・思想も分からない。

図1 コミュニケーション全体像



図2 感情のメカニズム



図3 アルバート・メラビアン法則

| 反応の仕方 | 伝わり具合 |
|-------|-------|
| 言葉    | 7%    |
| 声の調子  | 38%   |
| 態度・表情 | 55%   |

ここがお手本映像になります

図4 自己紹介 違いをアピール

| 項目        | ポイント                                                      | 映像お手本1台本                       |
|-----------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------|
| 1 Fact    | カミングアウト作戦「実は私...」習慣のイメージと違うことを話す・世間の営業に対するイメージ・年齢に対するイメージ | 実は私、震災後ボランティアで仮設住宅を作っていました     |
| 2 Merit   | だから何が出来のかを話す上のFactに対応するメリットを示す「だからこんなことが出来ます」             | だから、仮設住宅にお住まいの方の体験談をいろいろ知っています |
| 3 Benefit | 家づくりを考えている人にどんなお役立ちが出来のかを話す相手のことが分かっている時はポイント説明を          | 地震に強い家をお探しの方には特に良いアドバイスが出来ますよ  |

図5 会社紹介 short ver

| 順番 | 項目    | ポイント                                                 | 映像お手本1台本                                                                           |
|----|-------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 会社設立年 | いつ出来た会社なのかを教える古い会社はアピールポイントになる                       | 当社は30年前に、先代の社長が“とにかく誰かの家を作ろう”という想いで作った会社です                                         |
| 2  | 創始者   | 会社を作った人の説明                                           |                                                                                    |
| 3  | 設立の想い | どんな想いで会社を作ったのかを説明する異業種から参入した場合は①元々の仕事②元々のきっかけ③参入時の想い | 当社は、元々ゼネコンでしたある時、社長の知人からリフォームを頼まれた時に断熱材がほとんど機能していないのを見てとにかく“暖かい家を作ろう”という想いで作った会社です |