

差別化が苦手な営業スタッフ・営業責任者・研修担当者向けセミナー

あなたの会社で建てる理由がみつからない！

～自社の強みに、とことんこだわる説明をやっているだろうか？～

せつかく強みがあるのに…

「どこも同じでしょ」お客様からこんな言葉をもらったら、差別化に失敗しています。どこも同じなら安い会社を選ぶのは当然！でもみなさんの会社は「他とは違う」のではないのでしょうか？だとすると、自社の強みの説明方法が間違っている可能性があります！

うまく差別化している会社は説明方法が違う

しかし、うまく差別化している会社も多くあります。彼らを調べてみると、共通点がありました！それは「強み」を「強み」として説明しているのではなく、「強み」を「〇〇」として説明していることです。

またハードで差別化出来ない場合は、ソフトで差別化していました。それが「コト売り」です。お客様のしたい「コト」を聞き出し、それを実現できる唯一の会社であるという差別化方法です！

今回はこの2つの成功パターンに、不安にさせない商談方法を加えてセミナーにまとめました。

みなさんのご参加をお待ちしております！

受付開始 10:15 ～

講義時間 10:30 ～ 13:00

講師 音地常弘

(株)住宅産業研究所ゼネラルプロデューサー

進め方と内容

1. オリエンテーション

最近の住宅市場トピックス
購買動向調査から分かった「ゆとり世代」の住宅購入の3つの特徴 「不安の解消」「差別化」「モノよりコト」

2. お客様を不安にさせない商談方法

初めて住宅を購入する人は不安がいっぱい！
不安があると他の会社、知人、ネットから情報を集める
→不安にさせない商談方法が必要になる

3. 差別化方法を変える

住宅業界もコモディティ化して差別化が困難になっている
自分の会社で買う理由を教える3つの方法
①強みを売りにする→売り言葉への変換
②強みを選択基準として説明する
「住宅会社はこの3つの基準で選びましょう」
③強みのチェックポイントを教える
見せたいところを見せよう→成功事例紹介

4. コト売りで差別化する

①人はしたいコトができるモノを買う
②5段階と住宅会社の現状対応
③自己実現欲求への対応こそが生き残り戦略かも
・したいコトを口に出させる4段階質問
・したいコトしか聞かないプランヒアリング手法
・最初のプランで決めるプレゼン手法…他

and more

お申し込みはこのまま FAX で ⇒ 03-3358-1429
メールでも申し込めます ⇒ info@tact-jsk.co.jp
TACT とエクスプレスの無料枠は使えません・午前午後同時受講割引はありません

お申し込み後、受講票、会場案内図、請求書を送付致しますので、届き次第セミナー前日までに受講料をお振込みください。

貴社名		申込ご担当者様	
お電話番号		FAX 番号	
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		

■ 料金 各種会員様 30,000 円 非会員様 35,000 円 (どちらも税込)

日程	会場名	参加者様所属・お役職	参加者様ご氏名
福岡会場 3月15日(金)	TKP 天神 カンファレンス センター (天神駅)		
東京会場 3月18日(月)	住宅産業研究所 セミナールーム (新宿駅)		

※このセミナーの内容についてのお問い合わせは、(株)住宅産業研究所 03-3358-1407 音地まで
その他のお問い合わせは、(株)住宅産業研究所 03-3358-1407 黒木まで

<HP>