

## 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。例えばこうなります

順番	項目	例
1	選択基準を教える	家は〇〇で選ぶ
2	チェックポイントを教える	〇〇はここで分かる
3	自社の場合を説明する	当社の場合は…
4	他社と比べることを勧める	よそでも聞いてみたら

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

## 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てもらう→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
東京会場 6月10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  
 其他のお問い合わせは、(株)住宅産業研究所 03-3358-1407 黒木まで

&lt;HP&gt;