

第5章 商談

5-1 概要

5-2 ヒアリング商談

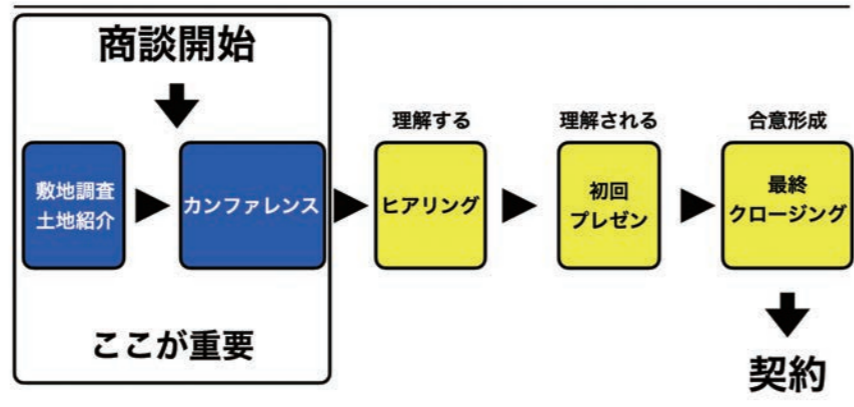
5-3 初回プレゼン準備

5-4 初回プレゼン商談

5-5 最終クロージング準備

5-6 最終クロージング商談

### Withコロナ時代の商談



#### 第5章について

今までヒアリング商談は「お客様の要望を聞く商談」と思われていた。しかし、実際は「お客様のしたいコトを理解する商談」なのである。だから、部屋の数や広さを聞くだけの商談や聞きっぱなしで「プランができたなら連絡します」と言う商談でもない。ヒアリング商談のゴールは、その場でしたいコトの実現方針を合意することである。

よってプレゼン商談は、その合意した実現方法を具体的に説明する商談になる。何度もプレゼンを繰り返すことなく、1回で終わる商談になる。

そして、クロージングは、合意した実現方法を実行する会社が自社であるということ合意する商談になる。基本、3回で商談は終了する。感染リスクを考えると、そう何度も打合せはお互いにしたくない。オンライン商談のみで、それが出来るかどうか疑問である。

**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、2月末ごろになります

With コロナ時代の注文住宅営業ハンドブック 2021			
書籍+ PDF 原稿 + 解説 DVD	各種会員 81,000 円 (税込 89,100 円)	必要セット数	セット
	非会員 90,000 円 (税込 99,000 円)		
書籍+ PDF 原稿のみ	各種会員 63,000 円 (税込 69,300 円)	必要冊数	冊
	非会員 70,000 円 (税込 77,000 円)		
貴社名	申込み担当者様		
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・TACT テレビ)		・ 非会員

※弊社のお取引が初めての場合は事前入金をお願いします。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) までメールをお願いします onji-tact-jsk.co.jp  
 ※それ以外のお問い合わせは、黒木 (くろぎ) まで、お電話をお願いします 03-6380-1271

株式会社住宅産業研究所 制作

注文住宅メーカー、ビルダー、工務店の営業責任者・営業企画担当・研修担当者向け資料

## With コロナ時代の注文住宅営業ハンドブック・2021

～コロナ禍は、営業活動を見直すきっかけだ！ここ数年は、コロナと一緒に営業しないとイケない～

新型コロナが、日本で見つかったからもう1年も経った。状況は、良くなるどころか、収束が見えないままだ。ワクチンが開発され、日本でも接種が始まれば少しは希望が見えるのかもしれないが、特效薬が開発されて行き渡らないと、真の解決にはならない。

つまり、ここ数年は、不本意ながら「With コロナ」で営業活動を続けないとイケないのだ。

しかし、考え方を換えれば、コロナ禍は営業活動を見直す、いいきっかけの出来事かもしれない。今こそ、原点に戻って、販売方法を見直すべきではないだろうか？

そんな思いで、このハンドブックを作成した。内容は、次のページに記載したが、ここでは3つの基本的な考え方紹介する。

#### ①注文住宅は注文を聞いてからつくる

当たり前の話だが、注文を聞いてからつくるのが注文住宅である。そしてお客様に聞くこととその順番は、右図のようになる。本書では、この4つのことをこの順番で聞いて提案を行うプロセスを解説している。

参考までに、「1」を聞いた後「4」→「3」→「2」と聞くと、建売住宅の販売方法で、「1」を聞いた後、「3」→「4」→「2」と聞くと、ローコスト住宅の販売方法である。

#### ②アクセルとブレーキを同時にかける

コロナ対策は、ブレーキをかけてからアクセルをかけるという論調が多いが、注文住宅はブレーキになりそうなことを排除することばかりやっていると売れない。アクセルを踏んでもらう、つまり「したいコト (動機)」を盛り上げないと、建売住宅やローコスト住宅に負けてしまう。本書では、4つのしたいコトをさらに2分割して、それぞれを、家を買うメリットとデメリット、今のままのメリットとデメリットに分け、アクセルを踏んでもらい意欲の上げ方、ブレーキから足を離すやり方を解説する。つまり、注文住宅の購買意欲を上げる方法である。

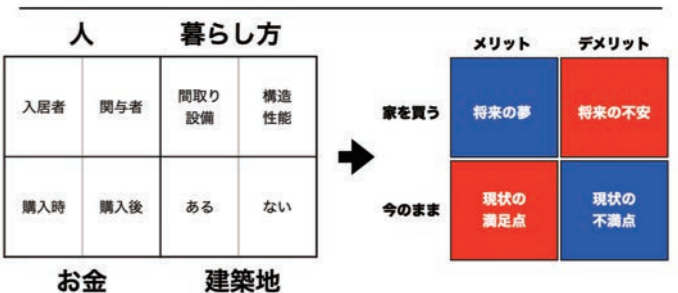
#### ③合意するには、理解してから理解される

営業活動のゴールは、お客様と合意することである。そこまでの順番は、会話承認→理解する→理解されるとなる。営業活動の順番もこれと同じ。ただし、初回接客だけは、理解されてから理解することになる。なぜなら、どんな会社 (人) が分からないと相談されないからだ。

#### どんな注文を聞くのか？

1. どんな人が住むのか？
2. どんな暮らしをするのか？  
(間取り・設備・構造・性能)
3. どのくらいお金をかけて、どうやって支払うのか？
4. どこに住むのか？

#### したいコトと動機



#### 営業活動の進め方





# このハンドブックの内容

## 第1章 集客

- 1-1 概要
- 1-2 モノからコトへ
- 1-3 動機の種類
- 1-4 集客ステップ1 口コミ→HP
- 1-5 集客ステップ2 予約ページへ
- 1-6 集客ステップ3 予約へ
- 1-7 集客ステップ4 来店まで
- 1-8 予約客カンファレンス

### 集客 3項目×4ステップ

	入口	内容	出口
1	SNS	動機付け要因	自社HP
2	自社HP	衛生要因の解決方法	自社HPの予約ページ
3	自社HPの予約ページ	関心事・進め方	予約
4	予約	自社アピール動画	ファンになって来店

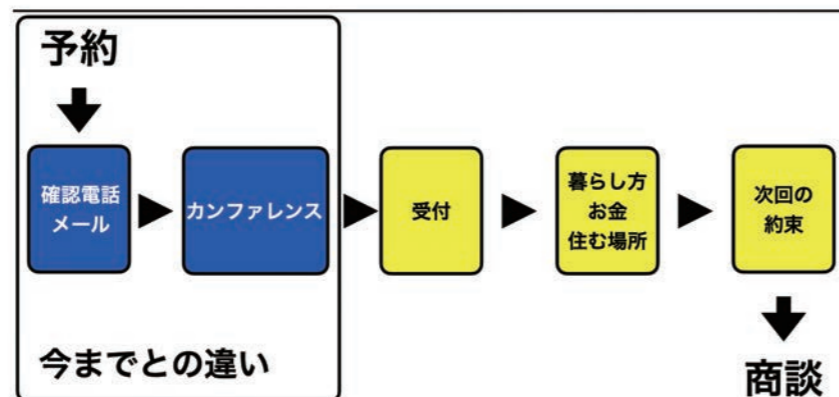
### 第1章について

契約目標から、歩留まりを考えて、逆算して集客目標を立てるという考え方は終わったかもしれない。総合住宅展示場も、コロナ禍では集客の道具としては使えないかもしれない。この章では、集客は「量より質」という考え方で構成している。つまり最低でも「商談に入れるお客様」を集めるという考え方。そして、集客の手段としては、SNSとホームページを使う。ただし、商談に入れるお客様を育てながら集めるという考え方で、使う。それは、お客様の心理、つまり「インサイト」を考えた構成になっている。それが、「入口→内容→出口」の3つの要素を4つのステップで行うやり方である。目標は、予約来店である。予約客への対応は、予約客カンファレンスを行い、チーム全員で考える。初回接客が苦手な社員を作らない教育の場にもなる。コロナ禍の集客は、お客様も社員も育てる仕組みにしないとイケない。

## 第2章 初回接客

- 2-1 概要
- 2-2 受付
- 2-3 建物案内 間取り・設備
- 2-4 建物案内 構造・性能
- 2-5 説明した後の対応
- 2-6 着座商談
- 2-7 初回接客終了後

### Withコロナ時代の初回接客



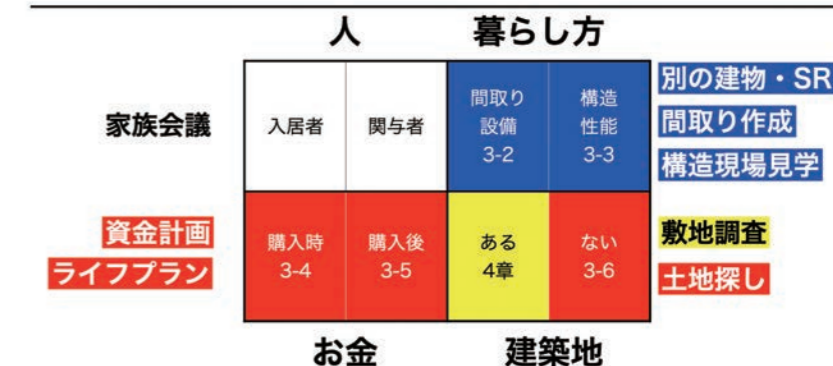
### 第2章について

予約でお客様が来店されると、初回接客のやり方、特に受付のやり方が変わってくる。この章では、受付のやり方を、予約客、紹介客、新規客の3パターンに分けて解説する。そして、建物を案内する前に、ガイダンスを行い、お客様が持つ見学への不安を解消する。建物の説明は、コト説明。間取り、設備、構造、性能を説明する際も、それらで実現する「コト」をメインに説明する。しかし、それだけでは競合に負けるので、「モノ」に関しては、フレーミング手法を使った説明を行う。フレーミングとは、モノの説明方法を変えること。初回接客では、3パターンの方法を使う。着座商談を詳しく解説した。次回アポが取れても、その後続かない。こんなアポの取り方をしないために、6つのステップを踏んで次回アポを取る方法を解説している。初回接客後のお客様情報をまとめるシートとシートの記入方法も解説している。

## 第3章 ランクアップ

- 3-1 概要
- 3-2 アクセル 間取り・設備
- 3-3 アクセル 構造・性能
- 3-4 ブレーキ 購入時のお金
- 3-5 ブレーキ 購入後のお金
- 3-6 ブレーキ 土地探し

### ランクアップは、アクセル&ブレーキ



### 第3章について

コロナ禍では、工場見学会などのイベントがやりにくい。密になるからだ。ランクアップをイベントに頼っていた会社は、なす術がなくなった。その代わりに、行うことになったのが、オンラインセミナーである。内容は、住まいづくりを進めるアクセルになるもの。今までだと、別の建物やショールームを見せたり、構造現場を見せたり、間取りを作って説明していたりした項目である。これをセミナーで行う方法を紹介している。また、住まいづくりをストップさせるブレーキを外すものも紹介している。これは今も多くの会社が行っている、資金系のセミナーである。本章では、アクセルとブレーキ、そして土地探しのセミナーを行う際に役立つ情報を提供している。弊社が行った「注文住宅で失敗した人のアンケート調査」をもとに行っている見込み客向けセミナーの内容を紹介している。2016年から行っていて、2020年末までに、1,761人が参加したセミナーの内容である。

## 第4章 カンファレンス

- 4-1 概要
- 4-2 敷地調査
- 4-3 情報の整理
- 4-4 仮提案の作成
- 4-5 商談方針決定
- 4-6 進め方決定・競合状況把握
- 4-7 次回商談の準備
- 4-8 次回商談の練習

### カンファレンス

1. 情報の整理
2. 方針決定 (聞く・話す)
3. 進め方決定・競合対策
4. 次回アポの進め方決定
5. 商談の練習

### 第4章について

この章は、カンファレンスのやり方を解説した章である。カンファレンスとは、会議のこと。ドクターXで、医師が集まって患者の治療法を議論するアレである。これを住宅営業にも活用する。これまでは、問題が起きてから会議を開いていたかもしれない。問題が起きてから対策を考えるのではなく、起きる前に対策を、しかも何プランも考えておかないといけないことは、コロナ禍で学んだ1番の成果かもしれない。カンファレンスで使うシートを紹介しながら、カンファレンスの進め方を解説する。営業スタッフ、管理職、設計スタッフの3名で行うのを前提としている。ヒアリング商談の前に行うことにより、聞かないといけないこと、聞いてはいけないことを確認することも出来る。そして、仮提案を作ることを勧めている。コロナ禍の提案は、事前情報で提案を作っておき、それにヒアリングしながら、導いていく方法が向いている。

社内研修テキスト・マニュアルに利用できます