

## 「高いね」場面によって意味合いが違う

### 1. 最初の会話での「高いね！」

今回は、「高いね」など拒否的な態度に限定した展開を考えてみる。お客様の口から出てきた「高いね」には、様々な要素が含まれたヒント満載の反応だが、「高いね」には意味合いが違う二つの場面がある。それは、来場間もない段階での「高いね」と、一通り説明した接客の最後の「高いね」であり、おなじ「高いね」でも応酬話法には大きな違いが要求される。

まず、来場早々に、

お客様「お宅はいくらくらいなの？」

営業 「坪60万円です」

お客様「高いね」

こんな会話であるが、ここで注目して欲しいのは、

質問の一番目が「価格」であることである。まず金額を聞いてくることを考えると、**優先順位は金**であることと、少なくとも**お金持ちではない**ことはすぐにわかるが、最近の傾向として、「予算に対していけそうな価格ならば見よう、無理そうなら帰ろう」など、**お客様側が見極めの為にきている質問である**ことである。「うっ、坪で60万円？さっと見て逃げよう！」こんな感覚で極めて逃げ腰でもある。しかし、来場して来たからには多少なりとも理由がある訳なので、まずは**見てもらう姿勢**をきちんと示さなくてはいけない。見ていただいて、関心を持って頂ければ、お客様は変わるものである。

### 最初で「高いね」への展開

#### 具体的展開トーク

お客様「ちょっと見ていいですか？」

営業M「どうぞ、ご覧下さい」

お客様「お宅はいくら位なの？」

営業M「一概には言えませんが、坪で言えば60万円位。勿論、幅はあります」

お客様「ヒュー、高いね。そりゃ無理だ」

営業M「折角ですからお入り下さい。きっと参考になるところもありますから、是非ご覧下さい」

お客様「まあ、少しだけね」

営業M「また何故坪60万円になるのか、どこに費用を掛けた住宅なのか、など理由もあります。建てるかどうかだけでなく、きっとお役に立つところがあると思いますので、そこから紹介させて下さい」

#### その後の展開の注意点

いきなり金額から入り、しかも高いと断定するお客様には、これ以降の接客でも、細かい点での注意が必要である。

#### ポイント

- ① 逃げ腰なので、押す方法でなく、引きつける方法がいいこと
- ② 「引きつける」とは、求めているものを掴み、少ない予算では無理などの否定的な態度は取らず、「大丈夫いい家が出ます。これから一緒に調整していきましょう」と受け止めること
- ③ 受け止めが成功したら着座へ誘導し、そこで初めて特長説明や気付かせる商談をしていくこと

## 2. 接客説明後半の会話での「高いね！」

問題は、たっぷり説明した後の「高いね」である。接客後半での「高いね」は奥が深い。展示場や現場見学会に於いて、一通りの差別化説明や価値は伝えたはずであり、モノの良さは分って頂いたはずなのに、説明の最後の方で、「で、おたくはいくらくらいなの？」「高いね！」と言われた場面である。多くの営業マンの顔には緊張感が漂い、体がこわばり、今まで以上に特長説明をするが、今説明したばかりの繰り返しだと気が付く場面である。このような場合の対応はどうしたらよいのだろうか。

まずここで整理しておきたいポイントは2つある。

それは、

- ① 関心度が増したから価格を聞いてきた
- ② 比較するものがあるから「高い」と言う

ということである。

一般的に、関心の無いものの価格を聞くことはない。価格を聞く行為はそれまでの説明に理解を示したことの証である。だから「高いね」と言ってきた時こそ、お客様の状況を聞き出し、テストクロージングを掛ける絶好のチャンス、さらに本格**ヒアリングの開始のサイン**でもあると考えよう。

一方で、お客様は無目的に「高いね」とも言わない。必ず比較するものがある、比較した結果「高いね」と言っている。もし、比較するものが無ければ高いとも安いとも言わず「あ、そうですか」である。営業マンの対応で大事なことは、むきになって返答することより、お客様が比較している**比較源を聞き出す**ことである。これをつかめば、解答する際の押えどこや、その後の商談を進める際の切り口を見出すことにもなる。(津田)

### 最後で「高いね」への展開

#### 比較源確認トーク

お客様「いろいろ見せてもらったけれど、おたくの場合だいたいいくらくらいなの？」

営業M「そうですね、一概には言えませんが、坪で言えば60万円位。勿論、幅はあります」

お客様「高いね」

営業M「高いと言いますと、ご予算に対して高いのでしょうか、それとも、今研究されている他社さんと比較して高いのでしょうか。とても重要なことですので、教えてくださいませんか？」

お客様「そりゃ、予算があるからね」

営業M「ご予算のお目安はいかほどですか？」

お客様「坪で言えば、50万円かな、とてもでも60万円は無理だね」

ここで諦めずに、お客様の真意を確認しよう！

#### 真意確認トーク

予算は坪50万円くらい、坪60万円のおたくは無理というお客様でも、一歩突っ込んだ質問をすると商談の切り口が見えてくる。

営業M「もしご予算の坪50万円で当社の住宅が出来たとしたらいかがですか？」

回答①：お客様「それならいいね！」

自社の良さは気に入って頂けているファンであることは確認できた。良さを再確認しながら商談を進める

営業M「お客様と会社の調整をするのも営業マンの仕事です。もう少し具体的にお話しをさせて下さい」と入っていきこう。

回答②：お客様「それでもおたくにするかどうかは分からないね」

営業M「まだ不安な点などがあるようですね。それはどのようなことでしょうか？」

お客様の疑問点・関心点の確認が出来る。再度説明して、ファン化の努力を。

<月間 TACT 連載・紙上セミナー>

「商談戦術の基本講座」バックナンバー申込み書

J S K 発刊・業界向け月間情報誌「TACT」のご購読ありがとうございます。

TACT に連載をしております紙上セミナーは、次号より内容を刷新し「新シリーズ」でお届けすることとなり、「商談戦術の基本講座」は今号をもちまして終了となります。

3年間、36回に渡る長期連載となり、ご拝読頂きました読者の皆様にお礼を申し上げます。

一部読者の方々よりバックナンバーのお問合せを頂いておりますので、終了に当り下記にてご手配をさせて頂くことと致しましたので、ご案内申し上げます。

	掲載内容 (各回 2 ページ・各号共通)		金額 (税込み)	必要数量	
	連載回数	タイトル		印刷紙面	P D F データ
各 回 別 個 別 手 配	第 1 回	初回が悪いと、契約どころかアポも無理	各回共通 1,000円 (税別)		
	第 2 回	「で、いくら？」急増する価格系の質問			
	第 3 回	「高いね」意味合いが違う 2 つの場面			
	第 4 回	変わる来場客、気付かずズレる営業マン			
	第 5 回	「営業マンは替えられないの？」			
	第 6 回	主婦から見た 良い接客・悪い接客			
	第 7 回	主婦に聞く耳を持たせるハード説明のコツ			
	第 8 回	「これは、標準ですか？」			
	第 9 回	「他社さんとはどう違うの？」			
	第 10 回	基本的説明力を上げよう！			
	第 11 回	差別化説明力を上げよう！			
	第 12 回	扱い難い客への対処法			
	第 13 回	アポが取れない人・取れる人			
	第 14 回	電話でのアポ取得の見直しを！			
	第 15 回	事前準備で差がつく訪問でのアポ取得率			
	第 16 回	予算見極めの甘さが、競合を呼ぶ			
	第 17 回	予算を引き出す、気付かせ戦術			
	第 18 回	本命とダミーで複雑化する複合競合			
	第 19 回	本命客攻略は「期待」と「営業マン」			
	第 20 回	競合 2 番手からの挽回			
	第 21 回	侮れない、ユーザーセミナーの実態			
	第 22 回	バラバラで見学する家族			
	第 23 回	よくある質問への対応～基本編			
	第 24 回	よくある質問への対応～事例編			
	第 25 回	他社との比較質問への対応			
	第 26 回	「説明」と質問」どっちが先か？			
	第 27 回	初回接客時「3 種類の説明」方法			
	第 28 回	聞く気にさせる、差別化説明			
	第 29 回	チーム総合力を活かした営業へ			
	第 30 回	3 ヶ月連続 0 棟社員の自力再生は難しい			
	第 31 回	好調チームの店長と苦戦チームの店長			
	第 32 回	苦戦営業マン教育より店長教育			
	第 33 回	営業管理職の実態！役割分担の見直しを！			
	第 34 回	価格が違っていると、説明内容も違う			
	第 35 回	接客スキルを補う工夫 「アンケート編」			
	第 36 回	「分かっている」と「出来る」は違う！			
全セ ット	コピーに適した	<リング製本>・A4 版縦型	各セット共通 12,000 円 (税別)		冊
	保管に適した	<袋とじ製本>・A4 版縦型			冊
	資料加工に適した	<PDF データ>・デジタルデータ			セット

資料お申し込み書 (このまま F A X 03-3358-1429 に送信下さい)

必要数量  
を記入

貴社名		部署名	
お役職		お名前	
ご住所	〒		
T E L		F A X	
ア ド レ ス	(データ送付先)		