

アルファヴォイス倶楽部

Vol.36 1997.4

1. ある指導会議事録より

2. 「プラン要望シート(P.Y.S)」活用について

3. サービスプロセススキル(住宅用)営業用ヒアリングマニュアル

<ある指導会議事録より>

イベントマーケティングをやる上での注意と、住宅営業の基本的商談プロセス及び注意を下記の様に指導しました。

<イベント時の注意>

- ・ 来場者の「素敵な家ね」の答えに満足してはならない。その人が客観的に建てるか建てないかを判断する事が大切。故に第一目標は敷地調査アポイント。
- ・ 当日はカードチェックミーティングを徹底的にやり顧客セグメントを行う。
- ・ イベントの場合、こちら側の土俵に客が来るのだから聞きたい事はしっかりと聞く。こちらには顧客を選別できる権利がある。選別する為には家を説明する前に聞く権利がある。
- ・ モデルハウスに応じた探客ストーリーを作らねばならない。(玄関で何を聞き和室で何を説明しリビングで何を聞くか)一階で顧客状況を判断して二階まで付いていくか決める。

<商談のプロセス>

：初期折衝

・初期折衝の目的

顧客プロフィールの把握。土地と金の有無(追うか追わないかの判断)敷地調査のアポイント取り。

・敷地調査のアポイント取り

顧客Q：この家いくらで建つんですか

営業A：4 5坪平均で本体価格坪当たり約5 0万円位になります。ただし坪数によっては本体価格は変化しますよ。お客様は何坪位をお考えですか。

(ここまでは最低聞いても良い。なぜなら向こうが質問してきたら、それに対して答える義務がある。そのためには顧客から最低限教えてもらわないと答えられない)

営業Q：どちら方面にお考えですか。

(土地の有無の確認) 土地無しは、場合によるが通常は追わない。

顧客A：**町です。

営業Q：先ほど申し上げましたように平均的本体価格は、坪当たり5 0万円ですが、トータルでいくらかかるかは土地を見ないとわかりません。もしよろしければ土地は無料で見させていただきますよ。

：敷地調査報告

・敷地調査の目的

建てられる土地か(現地、役所)

別途工事費の把握

商談を進行させる為の重要な営業の手段 敷地調査報告書

(差別化、信頼感の獲得)

報告時はじっくり時間をかける

(何故)

営業としてのプロらしさをアピールしておく。
(言葉巧みだけの営業マンではないということ
を正確なアウトプットと多少の技術的
専門的言葉でアピールする)

「せっかくだからプランと見積りをお作りしますよ」

プラン要望を聞く

事細かに聞いてあげることにより顧客は安心する(この人なら要望をかなえてくれるかもしれない)

：敷地調査報告後の最初の商談

プラン提出

- ・ 第一次プラン（ラフプラン）と概算見積りを持っていく
- ・ プランは出来合いの標準プランで持つていく

資金計画

- ・ 顧客には総予算でなく月々返済可能額を認識させる（総予算の考え方から月々返済可能額にきりかえる）
- ・ 競合の値引き誤差に惑わされてはいけない
- ・ 顧客から月々返済可能額の確認をとる

建築計画スケジュール表説明

- ・ 今日までやってきた内容をスケジュール表をもとに確認する
- ・ 設計契約日に関しては常に一週間以内に設計契約する形で説明する
- ・ 契約後のスケジュール表を渡しておく事により顧客の契約後の不安を回避できる

設計契約のシステム説明

- ・ 設計契約をする時には着工予定日まで決めておく。これにより顧客はある期間の中でプランを決めざるをえなくなる
- ・ 契約書の内容説明

<住宅営業の注意>

- ・ 利益確保の為の予防対策（最終金を貰う為の企業防衛）がしっかりできていればリピートオーダーが出てくる。
- ・ 賃貸マンションは受注を取るまでがゴールだが、住宅営業は受注を取るのがゴールではなく着工がゴール。（工事が良いか悪いかではなく、商談の初期から着工までいかに顧客の要望をシステムチックに押さえておくかが大切）

以 上

「プラン要望シート（P.Y.S）」活用について

営業マンにとって大切なことは、「お客様に満足のいく住まいを提供すること」です。そのためには資金や土地等のようにお客様の問題解決のためのアドバイスをすることと、より良い住まい提案（プラン提案）をすることが必要になります。とかくプランに関しては、夢や希望が膨らみ数多くの要望がお客様の口から飛び出し惑わされます。そのような中で営業マンはお客様の「**真のニーズ**」を区別し、そのニーズを取り入れられるか否か判断し、優先順位をつけ整理していく能力が必要とされます。また「～したい。」
「～だといいなあ。」という要望条件とは逆に、**限られた条件＝制約条件（敷地の広さ・敷地の法的規制・予算・スケジュール等）**も把握する必要があります。

この「プラン要望シート（P.Y.S）」はプランに対し数多く出されるお客様の要望の中で、初期のゾーニングや1次プラン作成に必要な基本的な項目について上げられています。特に経験の浅い営業マンは、プランニングにどのような情報が必要か、何をどのようにヒアリングしたらよいか全くといっていいほど知識や経験がありません。ベテランの営業マンでも、必要な情報を漏らさずヒアリングすることは容易な事ではありません。折衝の効率化や的確なプラン提案の為に是非別添の「プラン要望シート（P.Y.S）」をご使用ください。

- 使用目的
1. プランニングに必要な初期情報を収集する
 2. 顧客の要望を確実に次工程に引き継ぐ（設計担当への引き継ぎ）
 3. 折衝時プランの話に流されがちになるが、「プラン要望シート（P.Y.S）」と「サービスプロセスシート（S.P.S）」を使い分ける事により、打合せの目的を明確にする
- 使用時期
1. 仮契約（設計契約）の前後
 2. 折衝時においてプランの話が出た時
- 使用方法
1. 顧客と打合せをしながら営業マンが記入する場合
 - 1項目ごとに営業マンが質問し、顧客の答えを記入する
 - 顧客の答えに対し必ずリピートし、確認する
 - 書ききれない場合は打合せ記録書等に必ず書き、頭で覚えるような事はしない
 2. 顧客に渡して記入してもらう場合
 - 受取時に内容をリピートする
 - 記入以外の要望が出た時は必ずその場で加筆する

3 . 内容の確認は必ず行う

- 理由 ・内容の食い違いを避ける
・隠れた要望を引き出す

4 . なぜ「プラン要望シート(P . Y . S)」の記入が必要か顧客に説明する

5 . 営業担当者の主観を入れず、顧客の言葉で記入する

6 . 設計へのプラン作成依頼には、「プラン要望シート(P . Y . S)」「敷地調査報告書」を必ず提出する

7 . 「プラン要望シート(P . Y . S)」に記入して頂いたら、必ずプラン提案のアポイントを取る。

以 上