

アルファヴォイス倶楽部

Vol. 47 1998. 3

1. 「営業マンのカバンの中身（住宅営業7つ道具）」
2. 「顧客ニーズの変化」
3. 「アルファヴォイスコンサルティング公開講座のご案内」

「営業マンのカバンの中身（住宅営業7つ道具）」

1. ツールを使用した営業のメリット

住宅や賃貸マンション等の営業をする時、ツール（資料、帳票、パンフレット等）は重要な意味を持つ。

建築会社に何うと、多くの営業担当者は小さなカバンしか持たず営業に出て行くという。立派な会社案内やパンフレット、せっかく作った資料があってもほとんど活用されていないのが現状のようだ。ツールを活用する事により、営業効率を良くし、スムーズに商談を進めることができる。

特に住宅や賃貸マンションのように一般生活者を対象とした営業の場合、顧客は建築に関する知識や情報が少ない。そのため口頭で説明しても理解度が低かったり、誤解が生じたりするのである。また、営業マンの言った事を忘れてしまうことがある。ツールを使うことにより、よくある「言った。言わない。」の問題も解決できるのである。また、書類として顧客の手元に残す事により顧客はじっくり比較・検討することができ、会社や営業担当者に対する信頼にもつながる。

金額の提示や支払条件、契約の時期（クロージング）など、言葉では言いにくい内容は、書類を使用しそれに沿って説明する事で容易になる。特に経験の浅い営業マンは書類やツールを使う事をお勧めする。

2 . オリジナルのツールを作る

営業スタイルがそれぞれあるように、会社から与えられたツール以外に自分の営業スタイルに合った自分だけのツールをつくることをお勧めする。

地震の後に耐震性が求められ話題になるように、顧客ニーズは周辺状況や環境の変化によって刻々と変化する。新聞記事や雑誌の切り抜き等タイムリーな情報をスクラップし、資料にする事もできる。特に会社や社長・自社施工の実績等の新聞や雑誌の記事は、商談初期の信頼感関係を築く上で、最も効果的なツールである。顧客にとって第三者からの客観的（新聞記事、雑誌記事等）な情報は効果的である。

また、官庁などの統計資料も一般にはわかり難いものが多い。それを自社商品のメリットに置き換えたり、大切な部分は色分けしたり工夫する事も大切である。

「営業マンのかばんの中身（住宅営業7つ道具）」を掲載致しました。ここに上げられたツールは営業マンにとって、どれ一つとして欠かす事のできないものです。貴社の営業マンのかばんにはどれだけの物が入っているかチェックする際に、是非、参考資料としてご使用下さい。

以 上