



アルファヴォイス倶楽部

VOL.129 2006.05

発行責任者: アルファヴォイスコンサルティング株式会社 代表取締役 野村 敬一
〒102-0074 東京都千代田区九段南4-7-10 TEL: 03-5215-8711

《INDEX》

1. **セールスコミュニケーションスキル(S C S) 指導会議事録よりー**
取締役副社長 若林 信孝
2. **賃貸マンションにおける管理について**
～ 第1回 賃貸管理の基本～

セールスコミュニケーションスキル(S C S) 指導会議事録よりー

取締役副社長 若林 信孝

住宅営業の研修会において、「クロージング」「NOへの対処」をテーマに、ロールプレイ訓練を実施した内容です。

実際の商談場面では、ロールプレイのような説得は難しいかも知れません。しかし、「NO」といわれ「そうですか」「再度ご検討下さい」では営業になりません。「NO」と言われてから本当の営業がはじまります。

賃貸マンション営業であっても同様です。様々なスキルを駆使し、信念を持ってこそ契約できるのです。

クロージングについて

- ・クロージングで想定外の「NO」は、それまでの商談を反省する必要がある
- ・クロージングは最後だけでなく、毎回の商談において先手のクロージングを行う

- ・商談化したら毎回の面談がクロージングだということ。「次回がある」と思ってはいけない
- ・熱き哲学を語るクロージングを行う
- ・「商談物件が少ないから大切にしたい」、という気持ちでクロージングしてはいけない。商談物件を持っていることで安心感があり、営業を腐敗させてしまう
- ・「カムバックサーモンの法則」商談時間が短いほど契約率が上がる
- ・売れない営業の行動パターンは、決まらない物件に執着している。2ヶ月以上続くと要注意
- ・常に探客、培養、商談化をしておかないと、商談客を大切にせずクロージングできない
- ・商談物件は常時3件持つ
- ・見込み客管理の他に、初回接客、培養客の管理も確実にを行う

クロージングに対する「NO」の理由

- ・営業マンのペースにはまりたくない
- ・他社も見て比較検討したい
- ・知り合いに相談したい
- ・プランを細かいところまで決めたい
- ・価格が高い
- ・ゆっくりと検討したい、急がされたくない

ためらいの「NO」の対応について

- ・スケジュールの「再紹介」（今日契約しなければならないという説明）
- ・パーセンテージのスキル（満足度は何パーセントぐらいですか）
- ・フラッシュバック（今までの商談場面を思い返し、YESの連続を引き出す）
- ・成功失敗事例（過去の商談においての事例を使って話す）
- ・信義則（お互いの信頼に基づき契約するという説明）
- ・沈黙

ロールプレイ研修一部抜粋 営業担当：若林

次のロールプレイ事例の中に、上記の対応が含まれています。内容を確認しながらお読みください。

営業：それでは佐藤様、50坪のプランでリビング、ダイニング、キッチンがこのようになっています。ご主人様のご要望どおりにできています。この点についてはよろしいですね。

顧客：はい。

営業：お見積りも今ご説明いたしましたように、前回の資金計画の通り本体価格で2,500万円、全体で3,000万円の範囲に収まっています。
よろしいですね。

顧客：はい。

営業：前回申しあげましたように、次回の大安の日、明後日ですね。その時にご契約を結ばせて頂きたいと思います。こちらがご契約の内容です。お見積書、図面が添付されており、こちらにご署名とご捺印をいただきます。今回こちらの契約書を作るにあたり、ご契約申込書というものを頂きたいと思ってお持ちいたしました。

初回金が100万円。これは契約金の一部として充当いたします。こちらをお支払い頂き、契約申込書にハンコを頂いてから社内に持ち帰り、早速契約の準備にかかりたいと思います。こちらご記入をお願いします。

顧客：ちょっと待って下さい。それは…。

営業：とおっしゃいますと？

顧客：まだ若林さんとお会いして、1カ月足らずぐらいですかね。まあそんなに時間も経っていませんし、早く決めることもないかな、という気がします。

営業：私と佐藤様とお会いしたのがちょうど1カ月前です。もうちょっと時間が欲しいということですよ。

顧客：そうですね。

営業：ご主人様、前回ご説明しました、こちらのスケジュール表をもう一回確認して頂いてよろしいですか。

顧客：はい。

営業：展示場で最初にお話をさせて頂いて、敷地環境調査、敷地環境調査報告、プランニング、それから本社にお越しいただき、今日はお見積りを提出させて頂きました。次回、2月20日の大安の日にご契約いただければ、ちょうど2カ後の4月15日に着工できます。4月15日は一番日がいい大安で、住まいづくりが始まるに当たっては、最高の日なのでこの日に設定いたしました。

顧客：着工が？

営業：はい。またこの日に着工いたしますと、4カ月後の8月前には新居にお住まい頂けます。夏休み中に引っ越しを全部済ませ、お子様も9月からの新学期には新しい家から通学して頂けます。次回の20日にご契約頂くとちょうど良いスケジュールなのです。

顧客：ああ、そうですか。

営業：プランなどの、詳細をお打合せして着工するには、2カ月必要です。その間に確認申請の提出、融資の審査および申し込み、実施設計などをしなければなりません。2カ月間でぎりぎりなのです。

顧客：そうですか。

営業：ということで、ご理解していただきましたね。

顧客：まあ、スケジュールの事はよく分かったんですけど……。

実は、ちょっと正直なところ、お宅としか話をしていなかったのも、他社も見えたのです。

営業：他社もご覧になりいろいろ比較検討してみたい。どうしてなんですか？

顧客：プランも提案頂いたのですが、ほかの考え方もあるかもしれないと、家内が言ったもので。設備や仕様も見たいようです。

営業：ご主人様としては、ご家族の意見を大切にしたい、他のところでもう少し良いものやニーズにぴったり合ったものがあるんじゃないか、というふうに思えると。それで色々と検討してみたいということですね。

顧客：そうなんです。

営業：こちらに一番最初のお打ち合わせの時の記録があります。何のための住まいづくりなのか、ということがこちらに書かれております。覚えていらっしゃるでしょうか。

顧客：はい、覚えています。

営業：「いつまでも明るく元気で、仲良く暮らしていきたい。そのためには、耐震性、耐火性に優れた住まい。さらに夏は涼しく冬は暖かく省エネ効果とメンテナンスフリーの家を第一に建てたい」と、言っておられました。

顧客：思い出しました。そうでしたね。

営業：ちょっとこちらをご覧ください。これは弊社の住まいづくりの哲学です。私達が生活者であるお客様に良質な住まいと優れた住環境を提供し、生涯にわたるご満足をお届けするという使命を認識し、真に価値ある住まいの具現化に取り組む。弊社の創業者が書いたものです。

これに基づいて、構造体や工法など様々な研究や工夫を重ねてきました。もう何回となくご説明させていただきました。

顧客：はい、よく分かっています。

営業：ご主人様はお分かり頂いているということですよ。でも、ほかと比較されたい、ということですね。

顧客：いやいや、構造が強いというのはよく分かっているんです。

営業：そうですか。阪神淡路大震災級の地震、あるいはそれ以上の地震が来ても、倒壊はしません。

顧客：そうですね。

営業：それから夏は涼しく冬は暖かい省エネ住宅で、温暖化など環境に対する考え方もご理解いただきましたよね。

顧客：はい。素晴らしいですね。

営業：確か最初にお会いしたのは、展示場でしたね。ご家族で来場され、たまたま担当させて頂き、あちらのソファに座ってアンケートを書かせて頂きました。

その時にお話をさせて頂いたら、「ああ、やっぱりよい住宅だね」とっていただきました。

顧客：そうでしたね。

営業：奥様が「このインテリア、素敵ね。ほかにもいろいろインテリアができるのかしら」とご質問がありました。それに対して、5つのインテリアパターンがあります、とご説明させていただきました。

そしてサンプルルームで仕様設備のサンプルをご覧いただきました。オール電化、IHヒーターのご説明もさせていただき、ご主人様も奥様もオール電化だったら間違いない。とご満足いただきました。

顧客：建てる時は絶対にオール電化にしようと思いました。

営業：絶対にとったでしょう。さらに使いやすいキッチン。奥様はおっしゃってましたよ。収納力。取りたいところに調味料がある。取りたいところにお皿がある。これですよ。

顧客：そうですね、便利と言っていましたね。

営業：使い勝手もデザインも気に入っていただきました。それから敷地環境調査を4日の日にいたしました。この時の敷地調査報告書を見て下さい。この報告書をご覧になって、「こんな立派な敷地調査報告書を、すごいですね」と、ご主人様が感嘆されたのをよく覚えています。

この写真を見て下さい。皆さんで一緒になって敷地の調査をしました。境界杭、境界の位置、高低差など一緒に全部チェックしました。工事担当の宮沢、設計担当の鈴木も立会い専門的なアドバイスをさせていただきました。さらに前がアパートなので、プライバシーを確保したい、ということに対しては、プランの中で窓の位置を配慮することにいたしました。

顧客：はい、そうでしたね。

営業：そうですね。それから北側と西側のお宅に対するプライバシー、全部考えた上でプランを作りました。

私どもはご主人様、奥様立ち合いのもとで、設計担当、工事担当が全員一緒になってプロとしての視点で敷地を拝見しました。その時にご主人様も「えっ、そこまでしてもらっていいの？」とおっしゃってました。私どもはこれが住まいづくりなんですと申し上げました。私どもは敷地を見ない状態でプランや見積りをお出ししない。そんないい加減なことはしません。あの時も申し上げました。その時の記録も残っていますが、「すごい会社だな」と言って頂きましたよね。

顧客：そうでしたよね。

営業：これが敷地調査報告書です。覚えていますか？

顧客：もちろん。

営業：全部そうです。この敷地調査報告書を見ると、こんな高低差が細かく載っていて、「すごいですね。お金かかるでしょう」と。ここまでは私どもが無料

でさせて頂いています。そうしなければお客様は正確な判断ができません。つまり、私どもの仕事ぶりを見て頂いて、そして判断して頂く。これが私どもの仕事の進め方です。さらにもう一つ、これが山崎様のご入居宅訪問時の写真です。

顧客：そうですね。

営業：山崎様の奥様とイタリア旅行の話で盛り上がっていましたよね。

顧客：そうですね。

営業：すごく仲良くなっていたいただきました。また当時、耐震偽装問題が話題になっており、よく現場をご覧頂き「これだったら間違いない」とっていただきました。現場で柱、梁の太さ、ジョイントの部分、基礎を見て頂き、チェックして、「これだったら間違いない」ということでした。

顧客：それはもうよく分かりました。

営業：さらに敷地環境調査報告の時に作成したのがこのゾーニングです。外部ゾーニング、内部ゾーニング、動線計画をご提案し、前回、前々回お出ししたのがぴったりのこのプランです。多少微調整がありましたが、その前にこの資金計画をさせて頂きました。そして、きょうお見積りをお持ちしたのです。

顧客：はい。

営業：それでお約束どおり、契約申し込みということで、よろしくお願ひします。

顧客：よく分かりました。もう1点あるんです。じつは兄が建築関係をしていて「おまえが家を建てる時は絶対オレに相談しろよ」と、言われていましてね...

営業：素晴らしい。そういった方がいらっしゃっていいですね。

顧客：勝手に決めてしまうと、兄に何か言われるかもしれないという気がしまして。

営業：そうですね。ぜひ一緒になってご検討頂きたい。私もお勧めします。

顧客：ご主人様、今、きょうの段階で私どもの仕事ぶり。敷地調査報告書、ゾーニング、プランなどご提案させていただいたさまざまな資料があります。仕事ぶりや資料、プランを見て頂いて、現状で何%ぐらいご満足頂いていますか？

顧客：90%ぐらいは満足しています。

営業：90%、ありがとうございます。通常こういった質問をさせていただくと皆様60%か70%なんです。それでは残りの40%、30%はどこでどうなるかと言いますと、これから打ち合わせしていく中で、徐々に60が70、70が80、そして着工の時に80%か90%になります。そしてお引き渡しの時に100%。しかしそれで終わりではないんです。住んで頂いてから毎日毎日数%ずつ上がって行って、半年後、1年後に150%の満足度になるのです。

顧客：そうですか。

営業：ちょっとこちらをご覧下さい。これは私の担当させていただいたお客様の入居後のアンケートの集計結果です。今までに150件建てさせていただきました。こちらをご覧下さい。このお客様ですが、最初決める時、満足度は5

0%、でも着工、引き渡しとだんだんと具体化していくに従って、その満足度は高まっていきました。そして1年、2年、3年経って本当に満足していただけたのです。

顧客：そんなものなんですか。

営業：3年目の満足度は、何とこの時の4倍、200%です。そういうアンケート調査ばかりです。これをご覧ください。

顧客：ほんとですね。

営業：それから、これがお客様の感謝の手紙です。今までお母様が高齢で体が良くなかった。当社の住宅に住んですごく体の調子が良くなったとのこと。そして「若林さん、この素晴らしい住宅をもっと多くの人に提供してあげてください」というお手紙なんです。

顧客：分かりました。

営業：それではご主人様、よろしいですね。

顧客：もう90%満足しています。けどちょっと金額が高いんじゃないかなあ。実は今まで黙っていて申し訳なかったんですが、友達が同じような大きさの家を建てたので、見積りを見せてもらったんです。ほぼ45坪ぐらいの家を建てて、こちらの金額より若干安かったのです。少し予算がオーバーしているので気になっています。

営業：なるほど。ご主人様の考えられていたる予算や他のメーカーと比べると、ちょっと高めだと。できればちょっと低くしたいと。

顧客：そうですね。

営業：ご主人様、そちらなんですけども、仕様は？珪藻土は使っていますか？

顧客：いや、そんなのはなかったと思います。

営業：私どもの柱は4寸なのですが同じでしたか？

顧客：そんなのは見ていないです。

営業：基礎は？連続布基礎と聞いています？あるいはベタ基礎？鉄筋は？

顧客：実は建設さんです。「しっかりしている」と言っていましたけどね。

営業：あの商品も素晴らしいと思います。ただ、ご主人様の期待しているレベルでは、どうなんですか？

顧客：まあ説明を聞かせて頂いて、確かに一番良いのはお宅だと思ったんですけど。

営業：この珪藻土、太陽光発電、基礎、構造躯体など、これを他社で施工したら、いくらぐらいかかるかご存じですか？

顧客：いや、全然分からないですね。

営業：もしすべて施工すれば、100万円以上はかかります。他社と比較する場合は、同じ構造体、仕様設備で比べなければ価格を比較することはできません。

顧客：確かにそうですね。

営業：現場監督や協力業者、目に見えない基礎の鉄筋や割栗石。コンクリートの質や施工方法。住まいは価格だけで比較することは不可能なのです。

顧客：確かにそれは難しいですね。

営業：価格は相対的には比較できるけれども、絶対的には比較できないんです。一番大切なことは信頼です。お客様と私どもの信頼感です。だからプランや見積りを出す前に業者を絞って下さいね、と最初に申しあげました。なぜならプランや見積り、価格に目がいってしまい、正しい判断が出来ないからです。私が以前担当したお客様で、他社で建築された方から「安かったから建てたけれど大変よ。やっぱり若林さんのところで建てればよかった」とおっしゃるのです。要するに、失敗したと言うんです。欠陥まではないけれど、カビが生える。換気扇もちゃんと付いているんです。でも施工の仕方や断熱材の入れ方、屋根裏や床下は見る事ができません。

そのお客様に言われて習いました。「若林さん、ほかの会社と比べられてもあなたの会社の家は絶対いいんだから。あなたは勇気と自信を持って、ちゃんとお客様に説得しなきゃ駄目よ。比較検討する人にはちゃんと言ってあげなきゃね。私みたいに失敗するんだから」と言われたんです。それから比較検討すると混乱するから、するべきではない。結局は最後に値引きを要求されます。私は150棟建てさせていただいていますが、値引きは一切していません。安易に値引きする会社はおかしいですよ。ご主人様、ひよっとしたらその会社は値引きしていませんか？

顧客：していました。

営業：それで気持ちがグラッ、と来たのでしょうか。値引きを安易にするような会社は信じては駄目ですよ。

顧客：ローンも組むので、少しでも安い方がいいかなと思っただけなんですけどね。

営業：それはよく分かります。しかし住宅にかかる金額はイニシャルコストだけではなくライフサイクルコストなのです。イニシャルコストで安くしても、ランニングコストがかかってしまえば返済とプラスのランニングコストになりかえって負担が大きくなるのです。イニシャルコストを高くしても、ランニングコストが低ければ後が楽なのです。今の値引きより永い目でみたコストを考えることが大切なのです。

顧客：なるほどね。

営業：だから、価格というのはイニシャル・プラス・ランニングです。一般的にイニシャルでしか見ないのですが大事なのはランニングで見る事なのです

顧客：そうですね。

営業：これが私どもの住宅をランニングコストで考えた場合の表です。45坪の建物の場合の10年目、20年目のコストです。それが一般的な住宅です。まったく違います。目先の値引きで一生に一度の住宅づくりを失敗していただきたくないのです。

顧客：そうですね。

営業：したがって私どもは一切値引きをしておりません。私は値引きをするような会社はとんでもない会社だと思っています。それなら最初からその金額で出すべきです。

顧客：まあそうですね。

営業：値引き用の金額で出したら、それはお客様に対して失礼ですよ。要は、「値引きしてくれないかな」といって、価格交渉するような会社は信頼できません。私共はその分一生懸命仕事をさせていただきます。

顧客：値引き分の金額は、すでに見積りに入っているという話を聞いたんですが？

営業：はい、全部織り込んでいます。A社は大体20%、B社は12.5%、それからC社は大体22%など値引率に合わせて決まっています。

顧客：そうなんですか。知らなかった。

営業：私どもはぎりぎりの金額で出しているのです、値引きのしようがないんです。

顧客：ほんとですか。

営業：はい。だから安易に値引きするような会社は、信頼できません。値引きは出来ませんが、その代わりご要望の中からサービスさせていただきます。これは気持ちです。

顧客：割と無理を言いましたよね、いつでも。

営業：ご説明させていただきましたように、本日確約を頂き、次回ご契約して頂ければ、奥様からご要望のあったオープンレンジを無料で進呈させていただきます。

顧客：そうですか。ところでアフターサービスはお任せして大丈夫ですか？

営業：とおっしゃいますと？

顧客：信用してお任せして大丈夫ですね。

営業：契約書をご覧ください。『信義則、この契約書の事項の定めが無いことについては、甲乙、誠意を持って一生懸命対処すると』あります。ご主人様も私共を信頼して下さっています。私共もご主人様を信頼しています。この信頼関係があって初めて契約できるのです。この信頼関係を形にしたものがこの契約書です。これからが本当の付き合いであり、本当の信頼関係です。これから私どもと佐藤様と一生の信頼関係づくりを一緒になってさせていただきます。お任せ下さい。

顧客：分かりました。じゃあ今回はお願いすることにします。

営業：ありがとうございます。

以上

アルファヴォイス倶楽部のメール配信を行っています。ご希望の方は会社名、お名前、メールアドレスをinfo@alpha-vc.co.jp またはFAX03-5215-8717までお送り下さい。

賃貸マンションの管理について

賃貸マンション事業に取り組んでいく上で賃貸管理は必須条件となります。しっかり管理されている建物には優良な入居者も入り、結果的に長期にわたり安定した運営へと繋がります。

最近の賃貸管理市場を見渡してみると、管理システムの内容も多種多様に変化しています。それらの特性、メリットをしっかりと把握し、自社に合った賃貸管理システムを持つ事が重要です。

今後5回にわたり賃貸管理の基本から賃貸管理による営業戦略をご紹介します。

MENU

- 第1回・・・ 賃貸管理の基本
- 第2回・・・ 満室保証による営業効果
- 第3回・・・ 返済保証による営業効果
- 第4回・・・ 家賃保証による営業効果・メリット
- 第5回・・・ サブリースによる営業戦略・メリット

【第1回 賃貸管理の基本】

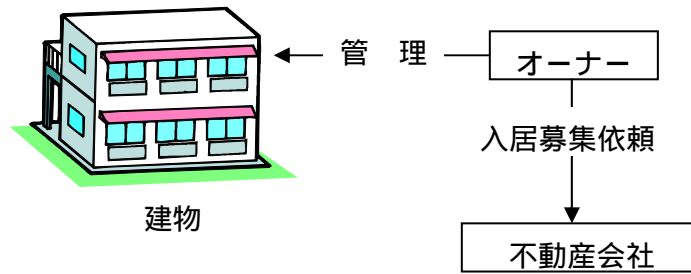
賃貸管理の内容

賃貸管理の仕事には **入居者管理**と **建物管理**があります

- 入居者管理**
 - ・入居者の募集
 - ・入居者の審査
 - ・家賃の管理：集金 オーナー送金 督促
 - ・入居者間のトラブル対応
 - ・契約業務 等
- 建物管理**
 - ・定期清掃
 - ・設備点検
 - ・故障の対応
 - ・修繕の提案
 - ・小規模・大規模修繕 等

管理の形態

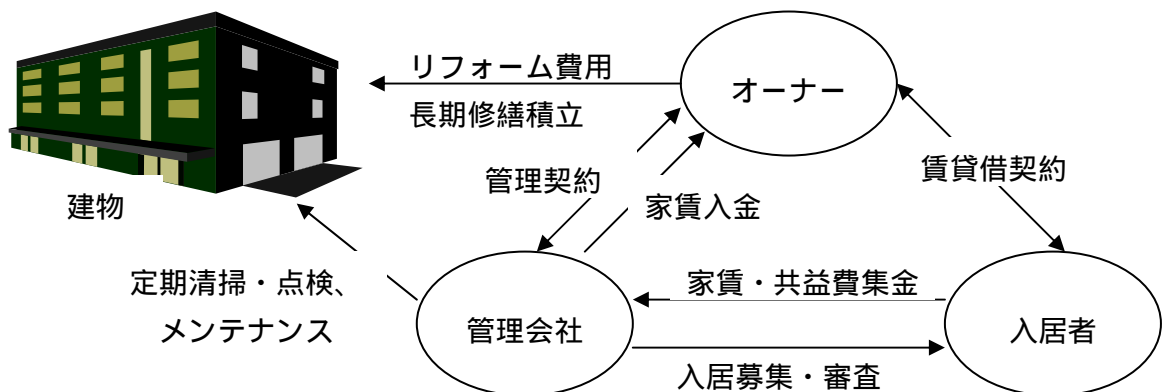
【ケース1】 オーナーが管理する場合



- (方法) ・オーナーが管理の一切を自分で行う。
・入居募集だけを不動産会社に依頼

築年数が古く、入所者の入居年数も長いケースが多く見られます。また、空室が多い物件は建替えの必要があります。オーナーは「このまま子供に相続させていいのか」「あまり修繕費をかけたくない」「建替えをしたいが、入居者の退去でトラブルを起こしたくない」等の悩みを抱えています。

【ケース2】 管理会社が管理する場合



- (方法) ・管理会社にて、入居者募集、入居者審査、賃貸借契約の仲介、家賃の回収から建物管理まで全てを行い、対価として管理料をもらう (家賃の5%前後)
・管理会社はきちんとした入居者の募集、入居者管理、建物管理を必要とします。
・基本的に、オーナーは管理に関して携わる事はありません

多くの管理会社は入居者募集と入居者管理を得意とします。また建設会社は建物管理のプロと言えるでしょう。賃貸マンションを供給する建設会社に賃貸管理部門を設ければ、入居者管理と建物管理の両方を得意とする組織ができ、オーナー様も安心してくれるでしょう。

以上