



アルファヴォイス倶楽部

Vol. 88 2002. 1

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4-7-20 TEL: 03-5215-8711

1. 「新しい建設業の為にコンサルティング」を目指して

代表取締役 野村 敬一

2. 「建設会社、工務店の営業風土創造を目指して

取締役副社長 若林 信孝

「新しい建設業の為にコンサルティング」を目指して

新年明けましておめでとうございます。

平素はアルファヴォイス倶楽部をご閲読いただき誠に有難うございます。おかげさまでアルファヴォイスコンサルティング株式会社は本年12月をもちまして、創業15周年を迎えることとなります。会社設立以来、けっして平坦な道のりではありませんでした。紆余曲折しながらも、何とかコンサルタント業として無事ここまで来る事ができましたのは、本誌をご閲読いただいている皆様のお陰だと本当に感謝しております。誌面を借りまして、あらためて感謝の意を表します。また、アルファヴォイス倶楽部も皆様の暖かい励ましにより、15年間継続発行することができました。毎月、ささやかでも皆様の営業のお役に立てればと念じ、つたない文章ではありますが、現在まで継続することができました。振り返ってみますと、創業当時は総合建設業のことはほとんど解らず、ただ前職であります、旭化成ヘーベルハウスの住宅事業で経験したことのみを頼りに、地方の建設業の皆様を対象にコンサルティングを始めました。当時の気合と無謀さは、今思えば恥ずかしく、当時のコンサルティング内容の未熟さを痛感しています。その様な弊社に対し、コンサルティングを快く依頼していただいた建設業の皆様には、改めてお詫びとお礼をしなくてはならないと、常々思っております。毎日皆様の会社にお邪魔しコンサルティングをしながら、逆に教わる事が多く、お陰様で前職の経験よりもコンサルタントとしての経験の方が本年で逆転します。いよいよプロのコンサルタントとして少しは自信を持って、皆様にコンサルティングさせていただくことができるようになってきつつ

あるのではと、自分勝手に自負しています。

本年も、アルファヴォイスコンサルティングの基本方針は従来と全く変わりません。今年のテーマは「新しい建設業創設の為にコンサルティング」です。建設業に淘汰の波が本格的に到来しています。こんなときこそ勇気と信念をもってコンサルティングをしなければならないと痛感しています。アルファヴォイスコンサルティングに与えられた社会的役割を果たす為に、さらにコンサルティング活動に邁進いたします。その為に新しい地方中小建設業のあるべき事業領域を探り、第3市場（民間個人市場）における新たなマーケティング手法をさらに開発します。特に土地活用事業における新規領域の営業手法を開発し賃貸マンション営業から一歩踏み出した土地活用事業領域を獲得する為にコンサルティング活動をします。本来地方ゼネコンが持っている強みを活かし、ビジネスチャンスを広げ「新しい地方建設業」の姿を創ることをテーマとします。第3市場における新規コンサルティング事業領域は、分譲住宅街造り事業、分譲マンション事業、商業系建設事業、ロードサイド事業、リフォーム事業等です。

また第3市場における、住宅事業、賃貸マンション事業の営業手法の更なるレベルアップを図るため、SCS（セールス・コミュニケーション・スキル）の改定が進行中で4月に公開する予定です。営業研修もさらにレベルアップし質の高い即戦力につながる、実践的研修を目指します。

アルファヴォイス倶楽部をご閲読の皆様にも少しでもお役に立ちたいと思い、コンサルティング活動を一層充実させて参ります。

本年も一層のご支援とご鞭撻をお願い申し上げ、新年のご挨拶とさせていただきます。

建設会社、工務店の営業風土創造を目指して

新年明けましておめでとうございます。

営業、販売を核に建設会社、工務店のあるべき姿を模索し、丸14年が過ぎました。リフォーム営業、賃貸マンション営業、住宅営業の指導を継続できたのも一重に私どものコンサルティングや訓練を受けて頂いた方々、このアルファヴォイス倶楽部をご閲読いただいている皆様のお陰だと感謝しております。

私は学校を卒業し、9年間、住宅と賃貸マンションの営業をしておりました。その間、自分で売れることは簡単に出るのですが、チームやグループを活性化し、他人である部下に販売をさせることの難しさを痛感致しました。そこで、売れている営業マンの営業販売の進め方と一生懸命行動はしているが売れない営業マンの行動、行為を分析することにより、その違いを認識しようと思いました。

そこで確認できたことは、売れる営業マンの行為、行動にはある原則が存在するという発見でした。この原則を文章化し、営業マンに徹底して教え込めば必ず成績は上がると確信し、早速、営業行為をマニュアル化したのです。営業は勘と経験と努力の世界と言われていましたが、明確な定石があると発見したときの喜びは今でも思い出されます。

創業当時のコンサルティング内容はこの原則を基本に指導させて頂きました。ところが、思わぬ障害に遭ったのです。営業の原則を同じように指導しても結果のすぐ出る営業マンと出ない営業マンがいるのです。また、結果の出る会社と出ない会社も存在するのです。結果の出ない営業マン、会社に共通している項目はいろいろありますが、主たる要素は下記の3つでした。

- ・「どんなことがあっても取る」という営業風土がない
- ・営業管理者の不在（いても管理をしていない）
- ・営業マンが営業行為をしてない（いわゆる事務作業や現場の雑務に時間が使われている）

上記の3つの障害を取り除くために、営業マン教育だけではなく、営業管理教育、人事戦略、商品戦略まで、幅広い指導をすることになりました。そのお陰で私どものコンサルティングメニューを充実させることができました。ただし、軸足は営業、販売に置いていることは変わりありません。私はさらに営業、販売における教育、訓練を充実させたいと考えております。営業、販売の力を引き出すことで営業風土が創造できるからです。

与えられた条件の中で最大の効果を発揮させることが私の役割と考えます。そのために、顧客との対応をことばレベルで具体的に指導しております。住宅営業を例にとると、地域密着型営業活動から、見学会対応、さらに約束の取り付けから、お客様立会いの敷地環境調査の進め方、敷地環境調査報告のストーリー化、プラン提

案、契約クロージングと基本的な定石を確実に体得していただいています。この一連の営業販売ストーリーをチームやグループ全体でマスターするのです。

ところが、指導された通りに実行してみても、結果が思うように出ないことがあります。会社のシステムや人事的問題、営業スキルの欠如や不十分な営業管理が原因でこの定石を実践できないケースがあるのです。その原因を排除することがその企業やチームの伸びるチャンスなのです。

例えば、月1度の培養メールを出したが結果が出ないので半年で止めてしまったという事例を良く耳にします。培養メールは継続するからこそ効果が上がるのです。せっかく、ブランドが根付いてきたにも関わらずもったいないことをするものです。実行し結果が出なくても継続すること。ただし、少しの工夫やアイデアを出すこと。工夫やアイデアは困ったときやうまくいかなかったときに引き出されます。挑戦と失敗の連続から、新しいアイデアや工夫が出る。営業風土はこのような状況から創造されるのです。

営業風土の有無は、研修会で指導した内容が次回の研修会でどのように私にフィードバックされるかによってわかります。営業風土のある会社は必ず自分の会社用にアレンジし、さらにレベルアップした内容になって私の元に戻ってくるのです。ある営業チームに「1日1枚の直筆手紙を出すこと」という指導をしました。次回の研修会でチームリーダーの報告を受けたとき、その内容は倍になったことを知ったのです。

そのときのリーダーの報告です。

「1日1枚どころか、1日5枚以上は書いています。最初、メンバーは皆嫌がりました。「書け」と指示しても書かないのです。なぜ書かないのか質問したら「字が下手だから」「書く内容がわからない」という理由でした。そこで、メンバーの字を誉め、内容をマニュアル化し、強制的に書かせたのです。電話や訪問の後、敷地環境調査実行の後、とにかくお客様と面談したらすぐ書かせるようにしました。その結果、お客様の再来場が確実に増えました。また、大手の競合に勝つことができたのです。結果が見えるとはずみがつくものです。今では葉書では書き足りないと思ふ箋に書いている部下もいます。」

今年は営業風土の創造にお役に立てるようさらに教育訓練の内容を充実していこうと考えています。また、アルファヴォイス倶楽部をご購読の皆様にもお役に立てるようコンサルティングの事例をご報告していこうと思っております。今年も宜しく願い申し上げます。

以上