

# アルファヴォイス倶楽部

Vol.39 1997.7

1. 「設計契約後のフローと営業の役割(ある指導会における議事録より)」
2. 「営業マンが日々行う行動」
3. 「面談技術向上プログラムSCS(セールス・コミュニケーション・スキル)」  
～戸建注文住宅編～ 上級編
4. 「サービスプロセススキル(SPS)」(住宅用)営業用ヒアリングマニュアル -  
ステップ . 時期の問題をさぐる

## 「設計契約後のフローと営業の役割(ある指導会における講義録より)」

「既契約のお客様から紹介を頂けない」「既契約に振り回されて新規の培養や商談活動ができない」「着工してからクレームで振り回される」等、契約してからこれらの問題を抱える会社や営業マンの方が多いようです。原因は色々考えられますが、一つには設計契約後の業務範囲と責任の所在が明確になっていないことがあげられます。

### 営業マンの目的を見直す

営業マンにとって大きな目的は、探客・培養・商談という流れの中で「契約」を結ぶ事である。しかし、個人が購入する最も高額な商品である住宅や賃貸マンション営業に関わる者にとって、もう一つの大切な目的は「満足していただける住まいを提供すること」にある。

お客様からよく、「契約前は良く相談に乗ってくれたのに、契約してからあまり連絡してくれない」という声を聞くことがある。営業マンは契約が終わると一息してしまうことが起こりがちであるが、大きなクレームはこのような小さな不満が重なって発生することがほとんどである。お客様はただ単に「家」を買うのではなく、住まいを建てるまでのサービスと、住まい心地の満足を購入するのである。

## 営業マンの役割

営業マンの業務は、探客・培養・商談・既契約処理をバランス良く行うことが望ましい。しかし、契約在庫が多くなると業務の9割以上が既契約処理に追われ、クレームでも発生するものなら新規顧客に対する業務はゼロになってしまう。

このような状況を解決するためには、顧客対応を営業一人の力に頼らず会社（組織）として対応していくことが必要になってくる。もちろん営業は顧客にとって総合的な窓口であるが、営業・設計・インテリアコーディネーター（IC）・工事が各専門分野で確実に顧客と打ち合わせを行うことが顧客満足度のアップにつながり、業務の効率化にもなる。

設計契約後の営業マンの役割は「満足する住まいを提供する」ために、建築スケジュールや関わる人々等全体をコーディネートしていくことである。

## 業務分担と業務フロー

次にあげるのは、設計契約から引渡しまでの業務フロー（業務内容のポイント）、使用書類、業務分担の一例である

### 1. 設計契約（営業）

設計契約後のスケジュール、打ち合わせ内容、担当者を顧客に説明する  
設計契約書

### 2. プラン要望ヒアリング（営業）

顧客のプランに対する要望をヒアリングし、設計に引継ぐ  
プラン要望シート / 道具リスト 敷地調査報告書  
顧客カード / SPSシート その他

### 3. プランニング（設計）

営業のプラン要望ヒアリングをもとにプランニングし、営業プランの成り立ち、設計意図を説明する

配置図

平面図、立面図（プレゼンできるようプランニングストーリーを入れる）

パース（CADが良い）

### 4. プランプレゼン（営業）

### 5. プラン決定（営業）

- ・お客様のサイン、日付を決定図面にもらう
- ・プラン決定したら工事担当者に図面を回し、工事上の問題点など事前チェックを受ける

- 6 . プランチェック ( 設計 )  
構造、法規、動線、視線、デザイン等のチェックを行う
- 7 . 引継 ( 営業 I C )  
プラン要望シート、敷地調査報告書、顧客カード / S P S シート、道具リスト等により引継を行う
- 8 . 内装打ち合わせ ( I C )
- 9 . 引継 ( I C 営業 )  
必要書類により引継を行う
- 1 0 . 見積作成 ( 営業 )  
設計契約後に発生した追加、変更についての見積を作成する
- 1 1 . 確認提出 ( 設計 )
- 1 2 . 最終確認 ( 営業 )
  - ・プラン、見積 ( 金額 )、仕様についての最終確認を行う。これ以降の変更、追加については最終清算にて行う
  - ・請負契約締結日の決定
- 1 3 . 建築請負契約 ( 営業 )
- 1 4 . 引継 ( 営業 工事 )  
建築請負契約書、最終図面等必要書類による引継を、着工の 1 ヶ月前迄に行う
- 1 5 . 着工 ( 工事 )
- 1 6 . 中間検査 ( 工事、営業、 I C )
  - ・住宅金融公庫の中間検査と異なり、会社と顧客の間で行う
  - ・木工 ( 部屋の間仕切りができた程度 ) 開始時に平面図との照らし合わせ、設備位置を中心に、最終確認を行う
- 1 7 . 引渡し ( 営業、工事 )
- 1 8 . 入居宅訪問 ( 営業、 I C、工事 )

### (ポイント)

各担当の業務範囲と責任の所在を明らかにする。

担当毎の決定項目と業務フローを全員が理解する。

各担当の作成書類と範囲を明確にする。

担当間の引継は「引継書」と「引継ぎ会議」により行う。未決定事項、保留事項がある場合その対処方法とスケジュールを明確にし引継ぐ。

設計契約時に引渡しまでのスケジュールを立て、それぞれの納期にあわせ業務を進行させる。

スケジュールは顧客に対しても説明を行う。

担当者に引継ぐ場合必ず前任者が立ち会い、後任者を紹介する。

請負契約前 ( 遅くとも着工前 ) 迄に内外装・設備仕様、設計詳細を決定する。

営業の手離れを良くし、営業効率を上げるためには、分業化が不可欠です。また、単に業務効率を上げるだけでなく、顧客に「満足のいく住まい」を提供することにより、OB客からの紹介や、営業活動など、営業面に置いてもプラスに働く要素は多々現れるはずです。特に地域密着型の企業においては、すぐ隣りに顧客がいます。そして日常の対応や評判が大きな影響を与えます。

短期間に仕事の流れを変えることは容易なことではないですが、徐々に着手すべき必要があるでしょう。

以上

## 「営業マンが日々行う行動」

営業マンはとかく日々の営業活動におわれ、本来確実に毎日やっておくべき事をついついおろそかにしてしまいがちです。コンスタントな受注は日々の確実な行動から生まれてくるものです。そこで今月号から3回（7月号、10月号、1月号）に分けて、営業マンとして毎日やっておくべき事を掲載致します。

### 営業マンとして日々必ずやっておく事

#### 明日の予定をしっかり立てる事

前日に必ず30分位かけて明日の予定を立てる事である。予定の立て方としてはTBS別に具体的に立てる。

例えば：7月14日（月曜日）

T活動「落合3丁目ポスティング」

B活動「山田邸訪問会社紹介」

「板倉邸TEイベント誘い込み」

S活動「久保邸プランプレゼン。家事動線が円動線になっていること、又、通風計画、採光計画が敷地調査報告をもとに考えられている事をアピールし、プランへのニーズを固めてしまう。顧客のイエスが出たら一気に設計契約のクロージングをかける。」

必要なツール・データ・ケース

「イベントちらし」「会社案内」「快適な住まいのプラン計画」

「久保邸プラン」「設計契約書」・・・・・・・・

T活動やB活動に関しては行動内容だけに留めたとしても、S活動やBS活動に関しては具体的にどういう話をしてどのタイミングでクロージングをかけるぐらいまで具体的に計画を記入する。

又、一日前では遅い予定があると思いますが、その場合、しっかりと期限を設定して具体的行動項目を考えておく事が重要である。

#### 明日の予定をたてる必要性

明日の計画を綿密に立てる事により、成功イメージを持って営業活動に当たることができる。又、大事な事は事前の問題発見能力を身につける事である。上手くいかなかった理由（結果）だけを反省するのでは意味がない。上手くいくように事前に予測や作戦を立て、その上で出た結果と見比べ、次にどう生かすか検討していく事が強い営業体質を作っていく一歩となる。問題発見能力を身につけないと、いつまでも後処理作業的営業スタイルになり顧客を誘導できず結果的に顧客から不満が出る。

### **明日の予定表を上手く書かせるコツ**

「明日の準備は大丈夫？」「どこか電話するところはない？」「持っていくものは揃ってる？」「明日の現場はどこの工程なの？」「それに対して気をつけること注意することは何？」「忘れないようにかいたほうがいいよ！」という形で最初は上司がヒアリングする形で書かせ、次の段階でいつも僕から聞かれている事を自問自答しながら予定表を書きなさいという風に指導する。予定を立てるのが下手なのはこの自問自答が上手くできないからである。故に自問自答ができるようになるまで上司がフォローしてあげる事が大切である。

### **予定表を利用した事前ミーティングのヒアリング項目**

今日の商談のゴールはどこ？

そのゴールに対して考えられる反論は何？

それに対し用意すべき証拠（ツール・データ・ケース、工事スタッフ、税理士、上司）は何？

収集すべき情報は何か？

（ミーティングの状況によっては営業マンが顧客に会いに行く前にロールプレイを行うのも効果的である）

10月号では、毎日の管理帳票の付け方とその必要性について掲載致します。

以上