



アルファヴォイス倶楽部

Vol. 89 2002.2

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. 商談クロージング八大スキル

代表取締役 野村 敬一

商談クロージングの八大スキル

商談クロージングには大きく八つの原則的、基本的スキルがあります。このスキルはアルファヴォイスコンサルティングのオリジナルです。建設営業経験28年、創業以来15年にわたった経験と実績の上に確立された営業スキルであることを付記しておきます。この「商談クロージングの八大スキル」は賃貸マンションであっても、住宅であっても原理原則は変わりありません。一部【1】商談プロセスの遵守、のプロセスが異なりますので最後に補足説明を付記しておきます。

基本に忠実に営業を行うことが受注への早道でしょう。

- 【1】商談プロセスの遵守
- 【2】テストクロージング
- 【3】段階的クロージング
- 【4】数字分解法
- 【5】沈黙のクロージング
- 【6】一対一の原則
- 【7】TQCの原則
- 【8】感動のクロージングトーク

【1】商談プロセスの遵守

商談にはプロセスと定石、ルールがあります。賃貸マンション営業においては、以下の商談プロセスを守ることが重要です。プロセスを省いたり順番を変えると商談は長引き

受注確率は低下するでしょう。基本を守ることこそプロの営業マンであり、トップセールスマンなのです。建築申し込みまでの目安は、商談開始から一ヶ月以内が理想です。

[1] 商談初期面談の4段階プロセス（商談開始一回目）

商談初期の面談は最も重要です。以下の4段階プロセスは、基本原則であるので必ず順番どおりに実行してください。

（1）市場環境調査の提出アポとその必要性を説く

賃貸マンションは事業であり、その成功の可否は入居率に依存する。したがって入居率を高く長期に安定させる為には、計画している土地が賃貸マンションに適しているかの、市場環境調査が最も重である。市場環境調査なくして賃貸マンション事業の商談はありえない。

市場環境調査の必要性

周辺家賃や間取り及び利便性を調査し長期にわたって安定した賃貸マンション経営が可能かを調査する。

賃貸マンション事業意欲の動機付けと確認

賃貸マンション事業成功の秘訣は金融機関からの融資が受けられるかどうか。事業性審査の為には市場環境調査報告書が必要である。

金融機関の話題

融資審査の為には法定相続人の同意が必要になる。したがってなるべく早めに法定相続人に賃貸マンション事業性の優位性を確認してもらう。

法定相続人の話題

（2）敷地環境調査のアポ取りと敷地調査立会い依頼

敷地環境調査はプラン提案と見積り作成にとって重要なプロセスである。また粗利確保にも重要である。顧客に初めて提案する技術的プレゼンテーションとして他社との差別化にも細心の注意を払って行う必要がある。また、顧客に敷地環境調査に立ち会っていただくことは建物のイメージを構築する意味でも重要であり、組織全体で顧客の土地活用を提案していく姿勢を早期に見ていただくための絶好のチャンスである。設計のみならず管理者は是非とも敷地環境調査に立会い、顧客と面談すべきである。

敷地調査の立会い必要性

隣地境界の確認

敷地利用計画と配置希望、カーポート、エントランスの打ち合わせ

その他特殊工事発生の確認

（3）総投資額と事業収支希望及び賃貸マンション事業のイメージ構築、自己資金投入額＝顧客のプライベートな話題（収入の用途）

（4）建築計画スケジュール説明によるテストクロージングおよび問題の発見

[2]市場環境調査報告（2回目）

必ず行うこと。またこの面談は報告のみで最低一回の面談とする。場合によっては、周辺の市場の利便性調査報告と家賃調査報告、空室調査報告の3回に分けて面談しても良い。敷地環境調査報告とは分けて行いたい。初期段階であるので、なるべくタイミングよく（Timely）すばやく（Quickly）短期間に集中して（Concentration）商談回数を増やすのが顧客との信頼関係を深め、受注につながるからである。

[3]敷地調査・役所調査・法務局調査（顧客立会いがあれば3回目）

賃貸マンション営業の基本である。特に資金面やキーマン探しの為にも法務局での公図、謄本取得は基本中の基本である。また敷地調査は、できる限り顧客立会いを求め配置やカーポート、エントランスなどのイメージを現地で提供したい。

[4]敷地環境調査報告時の4段階商談プロセス（4回目）

敷地環境調査報告時の商談プロセスは、初期面談と同様に重要な商談である。4段階の商談プロセスを確実にを行い問題発見とニーズの誘導をする。

敷地調査及び役所調査による賃貸マンション計画における状況報告。配置計画、及び見積りをする上での特殊な費用発生を事前に予告する。

土地問題の発見と解決

概算予算と収支、借入金と自己資金の割合など資金関係をつめる。収支ニーズを誘導したい。感動のクロージングトークの為に、収益金の使途を確認したい。

資金問題の発見と解決

建築計画スケジュールを使ったテストクロージング。

時期・キーマン・ライバルの問題発見と解決

プラン・見積もり・事業計画書提出のアポもしくは現場案内のアポ。

状況により問題が多く発見されたときはそれぞれ分けて提出し商談を密にしてもよい

[5]完成現場もしくは躯体現場案内（5回目）

商談開始以降、最低一回はあらためて現場案内はすべきである。

[6]プラン提案（6/7/8同時でも良い）

プラン提案したときにも再度顧客と計画予定地に行き、配置や完成イメージを顧客に提供したい。

[7]見積り提示（7/8同時でも良い）

[8]事業計画書提示（8回目）

[9]融資事前相談（9回目もっと早い段階でも良い）

顧客と一緒に金融機関に行くことは大切な営業行動である。必ず実行すること。賃貸マンション営業においてファイナンスのアドバイスは最も重要な営業行為であり、顧客と営業マンの共同作業と認識しなくてはならない。

[10]建築申し込み（仮契約）

[11]ボーリング調査

[12]最終見積・事業計画書提示

-
- [13]融資審査申し込み
 - [14]融資合格・事業承認
 - [15]建築工事請負契約

【2】テストクロージング

商談クロージングスキルで最も、多用するのがテストクロージングです。初回面談から「もし仮に・・・するとするならば」「一般的には・・・ですが如何ですか」等、第三者を例にして、取り合えずクロージングの言葉を発してみます。顧客の反応が「NO」であってもその理由を聞けばよいのであり、むしろ問題発見のチャンスと考えてください。「YES」であるならばラッキー、自信を持って商談を進めることができます。民間個人を対象とした営業は、常に「正面攻撃型」です。営業マンは顧客のメリットになるように、お役に立つことをお手伝いするのですから、正々堂々と正面からアタックするのが成功への早道です。様子を見るために時間を置いたり、他人を使って商談を進めているようなゼネコン型、談合型営業、一方的説得型営業は顧客に対して失礼にあたる应考虑すべきです。その為にも、常にテストクロージングをかけ、顧客ニーズを把握しなければなりません。顧客の不安や不満に伝えてこそ営業マンなのです。共感型営業、問題発見型営業にはテストクロージングは絶大な効果をもたらします。以下の事例を参考に商談を進めてください。

「もし賃貸マンションお建てになるとすると、～

- ・ どちらの金融機関をお使いになりますか
- ・ ご家族の皆さんは如何でしょうか
- ・ 完成時期のご希望はございますか
- ・ どなたかに相談されますか
- ・ なにかご不安な点はありますか

「一般的には～

- ・ 敷地調査にお立ち会いいただいております
- ・ 融資審査申し込みの前には「建築申し込み」をして頂いております
- ・ 私どもでは建築申込金として100万円お預かりいたしております
- ・ このようなスケジュールで計画を進めていくのですが、何か問題はありますか

「もし仮に建築申し込みを今月末にさせていただくとすると何か問題はありますか」

【3】段階的クロージング

段階的クロージングとは、まず一般的な説得の為の理由でクロージングをします。その時顧客の反応が「NO」であるならば、さらに強い説得の理由でクロージングをします。それでも「NO」ならば最後の説得理由でクロージングをします。一般的には三段階で

クロージングして「NO」であるならばあきらめるしかないでしょう。顧客には「NO」と言わざるを得ない理由が存在するはずです。場合によってはその「NO」の理由を探らなければなりません。さもなければ「NO」を無視して商談を進めなくてはならないでしょう。契約までには顧客の「NO」の理由を探らなければ契約は困難になるでしょう。

商談初期面談の4段階プロセスにおいて「市場環境調査提出のアポ」と「敷地調査立会い依頼」は三段階クロージングの典型的な例になります。

【4】数字分解法

賃貸マンション営業においての数字の取り扱い方により、顧客の事業イメージは大きくかわります。高額の見積り金額や借入金額を中心に商談を進める場合と毎月の収入と返済額、月次の収支を中心に商談を進める場合とでは、顧客の事業に対するイメージが変わってきます。大きな数字より月次に分解された小さな数字のほうが顧客は理解しやすく、事業に対するリスク観を軽減できる効果を持ちます。また最終見積り提示のときは収支を中心に商談を進めれば、見積りに対する値引き要求にも対処しやすくなります。すなわち、収支による顧客説得を行うのです。

【5】沈黙のクロージング

最終クロージングの言葉を発したら、顧客が何かを口にするまでは、しばらく沈黙しましょう。営業マンはこの沈黙に耐えなくてはなりません。沈黙に耐えられないで、営業マン自ら口を開くと、クロージングの言葉を取り消したり、値引きを口にしてしまうことがよくあります。そんな、弱気の営業マン。誰しも経験はあるはずです。

「最終クロージング後の沈黙は金なり」

【6】一対一クロージング

最終クロージングには上司同行が当たり前だと勘違いしている営業マンも多いのではないのでしょうか。民間個人を対象とした営業での最終クロージングは、全くの新人は別としても担当営業マン一人で行くべきでしょう。商談初期の問題発見や問題解決には管理者が同行し複数で商談に望むことは悪い事ではありません。むしろ、商談過程で信頼を獲得する為に積極的に同行していくべきでしょう。しかし、最終クロージング場面は少し異なります。複数で行くことは、場合によっては顧客を威圧することになりかねないのです。上司は不安かも知れませんが、訪問前に充分作戦を授け、営業マンの成長を見届けようではありません。事前の作戦とアドバイスが的確であれば一人で行かせたほうが、契約確率は高いでしょう。過保護な営業マンを作ってしまうようにしなければなりません。特にトップ営業や談合営業が得意なゼネコン営業にこの体質が蔓延し

ています。このような結果、営業マンを育てきれない建設業が多く存在しています。また、できるならば、最終クロージング場面では顧客もキーマン一人が望ましいでしょう。営業マンと顧客の対一の関係が感動のクロージングトークを呼ぶのです。

【7】TQCの原則

商談クロージングはタイミングよく (Timely) すばやく (Quickly) 短期間に集中して (Concentration) ハンターのように行動するのが原則、営業マンの本能です。プロの営業マンへの道は商談から契約までの時間が如何に短いかで判断できるでしょう。

CPCの原則

一方ランクアップは明るく (Cheerful) 根気よく (Patiently) 継続的 (Continue) に農作業のように行動するのが基本原則です。

【8】感動のクロージングトーク

「お客様の夢の実現に協力し、お役に立ちたい、と考えています。」

お客様の夢の実現とは何でしょうか。これが解らないで商談を進めている間抜けな営業マンが多く存在します。賃貸マンション事業は収益が目的です。賃貸マンション事業成功の暁には顧客はどんな幸福な生活が待っているのでしょうか。毎月の収入を得てなにそのお金を使うのでしょうか。ある顧客は老後の生活安定のため、あるいは孫の学費援助、月に一回の温泉旅行、年に一回の海外旅行、趣味の実現等、多くの夢があるはず。商談初期から、収益金は何に使うか、はっきり聞いておきましょう。感動のクロージングトークは「お客様の夢の実現にお役に立ちたい」と宣言することです。我々営業マンはその夢の実現の為に役に立つ仕事をしているのです。もちろん結果として、企業が利益を得、また営業マンもメリットを得ることができます。しかしながら顧客の利益がなければ我々も利益はないのです。正々堂々とお客様の利益の為に、そして結果として得られる夢の実現の為に仕事をしていることを、宣言してほしいのです。そして、満室引渡しのできたときの感動を顧客と共有してほしいのです。これらが賃貸マンション営業マンの使命であり、やりがいではないでしょうか。賃貸マンション営業マンは「お客様に幸せを売る商売」であるということを肝に銘じてほしいのです。

注文住宅の場合の商談プロセス

- [1] 商談初期面談の3段階プロセス (商談開始一回目)
- [2] 敷地環境調査・役所調査・法務局調査 (顧客立会いがあれば3回目)
市場環境調査はありません
- [3] 敷地調査報告時の4段階商談プロセス (4回目)
- [4] 完成現場もしくは躯体現場案内 (5回目)

-
-
- [5]ゾーニングプラン提案もしくは基本プラン提案と詳細プランヒアリングおよび標準仕様設備説明（ 6 回目）
 - [6]最終プラン提案
 - [7]見積り提示
 - [8]建築申し込み（仮契約）
 - [9]最終プラン確定
 - [10]トータル・インテリア・コーディネーション
内外装仕様、設備仕様、窓掛け・照明等の決定
 - [11]最終見積り確定
 - [12]建築工事請負契約

以上

アルファヴォイスコンサルティングセミナーのご案内（予告）

地域密着型建設会社、工務店のための
売上目標達成を実現する営業力強化研修（第14回セールスコミュニケーションスキル：SCS）
～市場激化に時代に月1棟の確実な契約～

建設業界において第1市場（官公庁）、第2市場（民間企業）縮小の中、第3市場（民間個人）である賃貸マンション、住宅、リフォーム事業の競争激化は目に見えています。その中で勝ち組に残るためには強力な営業マンをつくりあげることしか方法はありません。今回のセミナーは、競合に勝ち抜くことのできる営業力強化を目的とした実践的な研修訓練です。営業第一線の方々、営業管理者の方々等幅広くご参加ください。

【日 時】 2002年6月24日（月）～25日（火）

【場 所】 東京

【費 用】 80,000円（宿泊費・昼食2回・朝食1回・テキスト代・消費税含む）

【目 的】 1. 競合に負けない強力な営業マンをつくりあげる
2. 顧客を動機付け、受注達成する会話を身に付ける
3. 顧客のニーズ、不安、不満を掴み顧客の側に立った商談を行う

【内 容】 （1）顧客満足のスキル 質問・共感・説得・約束
（2）反感克服のスキル 否定的な態度を肯定的な態度に変化させる
（3）リレーション 人間関係をつくる

詳細は改めてご案内いたします。

お申し込み、お問い合わせ

〒102-0074 東京都千代田区九段南4-7-20 岸澤ビル5階

TEL 03-5215-8711 FAX 03-5215-8717

アルファヴォイスコンサルティング株式会社