

## INDEX

---

### 1. 営業力を極める

#### (21) 現場からひらめく

代表取締役社長 若林 信孝

### 2. 受注力アップ実践スキル

#### (11) テストクロージング

---

### 営業力を極める (21) 現場からひらめく

代表取締役社長 若林 信孝

#### ■ 不幸な手順

一般的に設計実務はヒアリング、プラン提案、修正プランの提案、プラン決定、見積もり提出という手順を踏む。残念なことだが、この手順を踏むと顧客、営業共にその結果に落胆させられることが多い。その要因は顧客の夢に制約がないことにある。顧客が制約条件を理解しないままにプランニングを進めるとどうなるだろうか。3LDKが4LDKに、10帖のリビングが12帖に、浴室はテレビ付のジャグジー(実際はジャグジーの音でテレビの音はかき消されるのだが)に、立派な床の間付き和室、グレードアップされたシステムキッチン、床壁天井は無垢の木材に、と際限なく要求が膨らむ。予算が厳しい顧客だけでなく、余裕のある顧客も夢は膨らみ続け、限界を超える。その結果、見積もりは予算を大きく上回ることになる。見積もり提示を受けた瞬間に夢から厳しい現実の世界に顧客は引き戻される。その内面の感情を営業担当者に悟られないように、出来るだけ平静を装い、「検討します」と答えるだけで打ち合わせは終わることが多い。資金を無理に都合し、夢の家を建てても生活費や教育費を削ることになり、夢とは程遠い新居での暮らしになる。このような手順は顧客を不幸にさせる。

この夢と現実の隔たりを顧客が侘しさを感ぜないように埋めていくことは、すべての要求を入れたプランを提出した後では無理がある。時間と労力をかけて完成されたプランや仕様を削ることは、顧客、営業双方にとってつらい作業となるからだ。したがって、制約条件を把握しないで顧客の間取りや仕様に関する詳細な要望を聞くことは避けた方がいい。制約条件を間取りの打ち合わせの前に明らかにしておくことだ。そうすれば、その後の打ち合わせでその条件に合わない要望が出てきても恐れ

ることではない。その場で制約条件か要求条件のどちらかを変更するように提案すればいい。敷地に合わないのであれば、その敷地を売却し、夢が実現出来るような敷地を新たに購入する(現実的ではないが)。資金を大幅に超えるようなら、調達資金を増額するように資金計画を修正する(35年の返済期間なら、月々5,000円だけ返済を増やしても相当な額になる)。あるいは、制約条件内で収まるようにプランや仕様を工夫し提案するのだ。

#### ■夢を実現するために

プランや仕様に対して出される要望は、4LDK、12帖のリビング、テレビ付ジャグジー、立派な床の間、グレードアップされたシステムキッチン、無垢の木材など物質的なものである。このような要望の本質は、心理的な要求(弊社では肯定的なプラス感情と呼んでいる)である快適感、リラックス感、快樂や利便性にある。これらの感情を得たいために具体的にイメージされたものが物質的なものである。もし、制約条件内で収まる代替案でそれらの感情を満足させることが可能ならば、4LDK、12帖のリビング、テレビ付ジャグジー、立派な床の間などは必要なくなるだろう。例えば、空間的な広がりを求める顧客の心理は何だろうか。視覚的な広がりを求めるのなら、12帖の広がりをも10帖の広さで実感出来るような空間的演出を提案すればいい。シンプルな質感でインテリアをまとめる、借景を楽しめるように開口部の位置を工夫する、天井直付けの照明ではなく、ダウンライトなどで光にアクセントを付ける、コンパクトな家具を提案する、天井を高くする、吹き抜けを創る、廊下を排した広がり間取りを提案する、などアイデアは豊富に浮かぶだろう。このように要求条件と制約条件が相反するときに営業や設計の能力、その企業の組織力が試されることになる。顧客の物質的な要望をプランに反映させるだけでは、競合他社の営業や設計に価格差で負けてしまう。顧客の本質的な要望に焦点を当て、対応した方が顧客の満足度は間違いなく上がる。なお、これらの調整を合理的に行うためには、前号で紹介したように顧客の要望を単純にヒアリングするのではなく、それぞれの空間でどのような生活行為をしたいのかを把握すれば、顧客の本質的な要求を満足させるだけでなく、自ずと制約条件内に収まる計画を進めることが可能となることを付け加えておきたい。

「建築計画は与条件に沿って進めていきます。与条件にはお施主様が要求する条件と制約条件の二つがあります。私の仕事は主にこの要求条件と制約条件の調整にあります。調整に当たっての実務的な流れは次のようになります。まず、敷地環境調査を実施します。出来れば、現地をお客様と一緒に拝見したいと思います。お忙しいとは思いますが、現地調査に立ち会って頂けないでしょうか。なぜかと申しますと…」

#### ■顧客と現地で語り合う

フランクロイドライトが依頼主とともに敷地の上に立つことにこだわった有名なエピソードがある。北米のピッツバーグ郊外に広大な土地を所有している資産家から建築を依頼されたとき、ライトはその敷地の上を顧客と歩きながら、「あなたはここでどのように過ごしたいのですか」と質問したそうだ。「あの滝を見ながらゆったりとくつろぎたいのだよ。私はあの滝の流れに魅了されてこの土地を購入したのだからね」と顧客は滝壺に勢いよく流れ込む水の流れを指さして答えたそうだ。そこで、完成したのが溪流の上に大胆に張り出したキャンティールレーバーで有名なあの「落水荘」だという。ライトが顧客と一緒に現地に立つことにこだわった理由は、現地で顧客と語らうことで設計上のひらめきを

得たからに他ならない。素人である顧客の何気ない一言が偉大な建築家の思考に刺激を与えたのだ。ライトのように偉大な建築家のひらめきを得ることは出来ないかもしれないが、閉鎖的な部屋の中の机上で顧客から要望をヒアリングするだけでなく、顧客と一緒に現地に立ちながら、「ここでどのような生活をしたいのですか」と質問してみたらどうだろう。その顧客が最優先に望んでいることや潜在的に感じていることを意図せぬ対話の中で拾うことは、現地に佇んでいるからこそ可能となるだろう。

「この家は日当たりが悪いので、居間は昼間でも暗いのです。すべての部屋とは言いませんが、居間だけは明るい太陽の光が指すようにしたいですね。出来れば、あの前の家の桜が楽しめるような位置に居間は欲しいな。春はすごく綺麗に咲くのですよ」とご主人。「それから、この隣がアパートなのでプライバシーはしっかり守りたいわ。ほら、そこに階段があるでしょう。娘もいるし…」と奥様。「いい家が出来たら、この松の木は残念だけど切ってもいいと思っています。しっかり手入れしていないので、可哀想に思います。祖父が大事にしていたのに。…切るときは、お祈りをしたいのですが、どうすればいいのでしょうか」とさらにご主人。

このような対話は現地にいなければ実現しないだろう。太陽の光、桜の木、隣地のアパートの階段、松の木を現地なら一緒に見ることが出来る。この一緒に見るという行為により、両者のコミュニケーション上のギャップが埋められる。建替えであれば、現状の住まいの中を歩きながら要望を聞いてみるといい。その要望は単なる憧れや流行りから来るものではなく、顧客の生活体験から生まれる切実な要望であることが理解される。そのような要望には現実感があり、設計者も営業担当者も納得出来るものとなる。また、配置計画を顧客と対話しながら進めれば、門からアプローチ、そして玄関へ、また、駐車場の位置といった外部空間計画を固めることが可能となる。敷地環境にマッチした配置計画ならば、自然に内部の空間計画も決まるものである。(次号に続く)

(次号に続く)

実践に役立つ営業スキルを、「アルファヴォイスコンサルティングオリジナルセールステキスト」より抜粋し、解説します。住宅、土地活用、リノベーションなど、すべての建設営業に活用できるスキルです。

[今回のテーマ]

(11) テストクロージング

## ～ 営業は「NO」と言われてから始まる ～

テストクロージングとは商談を進めるにあたり、重要なプロセスです。何をするのか簡単に表現すれば「とりあえず試しに言ってみる」ことです。

その結果、顧客の反応が「YES」であればとてもラッキーですが、基本的に「NO」と言われることを想定します。「NO」が出たときこそ問題発見や真のニーズを聴くチャンスです。

### テストクロージングの目的

- 商談の早い時期から、「契約の意思」と「お金について」お客様に伝える
- お客様の問題点や真のニーズを引き出す
- 顧客セグメント（選別）を行なう

### ✓ テストクロージングのポイント

- 問題点を探り、隠された真のニーズを聴く
- 早期に顧客の「NO＝問題」を引き出す
- 顧客の反応を観察する（表情・言語・態度）



### >>>> Point

- 「NO」と言われる事を前提でテストクロージングを行なう  
⇒ 「NO」と言われたら問題発見（真のニーズを捉える）のチャンス

### テストクロージング実施の注意点

テストクロージングはできるだけ面談初期の早い時期から行ないます。一度ではなく、商談中何度でも行なってください。

- お客様が会社や商品について理解していること

「会社をご理解いただき…」  
「商品をご納得いただき…」  
「土地を気に入っていただき…」  
「融資と資金計画がたてば…」  
「私を信頼していただければ…」

テストクロージング

- 「説明」と「テストクロージング」は違う

「説明をしたこと」で「テストクロージングをした」と勘違いしない

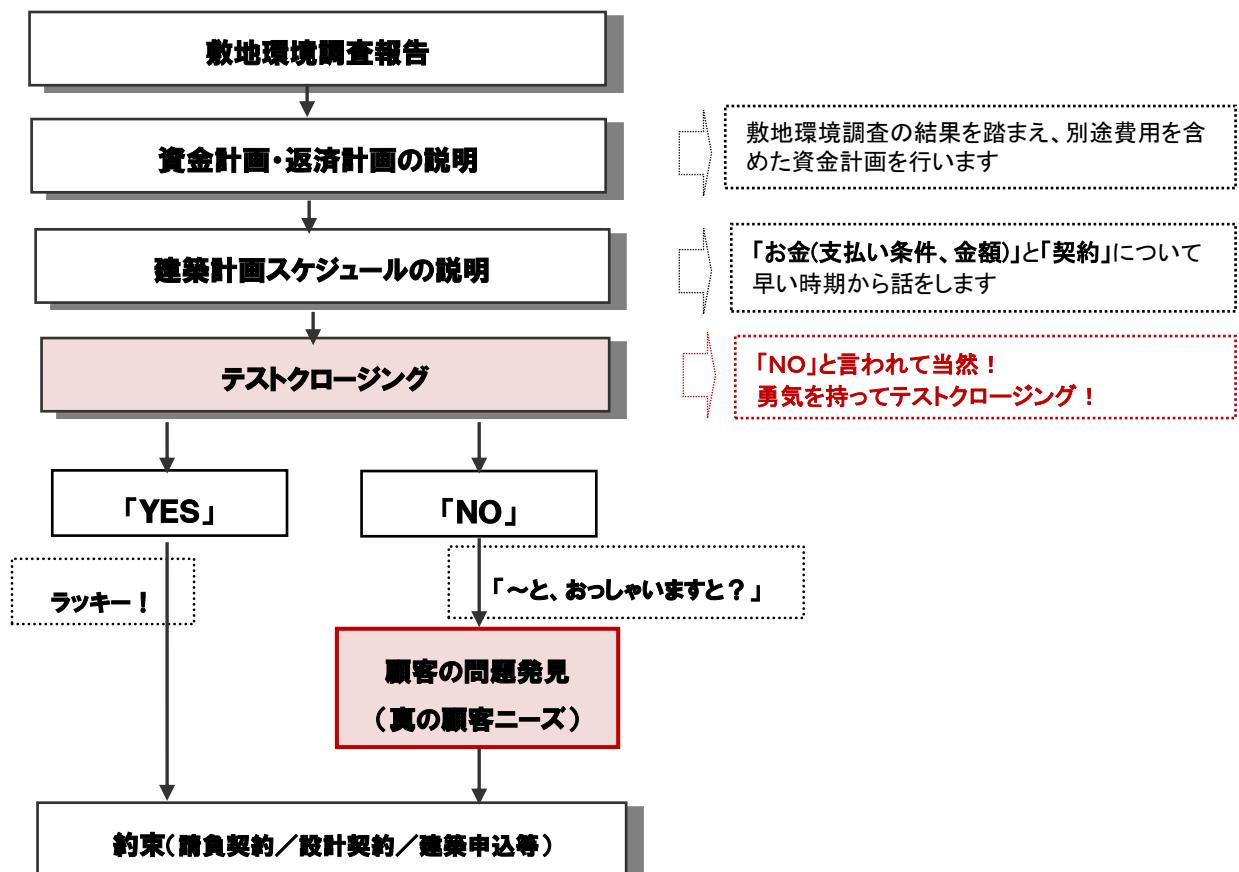
- テストクロージングによる早期の問題発見  
契約間近で問題が出るような商談を行ってはいけない

## >>>> Point

- テストクロージングは面談の早い時期から何度でも実施する
- お客様との表面的な会話から、人間的側面での関係に入るチャンス（信頼関係構築）
- 「NO」に対し
  - × 「無理ですか。これはスケジュールですので気にしないでください」
  - 「～と言いますと何か問題があるのですか？」

## テストクロージングのプロセス

- テストクロージングのタイミング
  - ・敷地環境調査報告時
  - ・建築計画スケジュール表説明時
  - ・融資審査申込み時
  - ・見積り提出時 他
- 建築計画スケジュール表を使ったテストクロージング



顧客情報を収集後、早い段階でテストクロージングができるならば行ってみてください

以上