

INDEX

1. 営業力を極める

(24) テストクロージングの連続

代表取締役社長 若林 信孝

2. 受注力アップ実践スキル

(14) NOに負けない強い営業(クロージングスキル) <最終回>

営業力を極める (24) テストクロージングの連続

代表取締役社長 若林 信孝

■心は変わる

敷地環境調査報告時にテストクロージングをかけ、顧客から合意をもらおうと私達は少なからずほつとする。そして、その安堵感を持ちながらその後の商談が継続される。だから、契約を促す最終のクロージングに至るまでテストクロージングをかけない傾向にある。ところが、敷地環境調査報告時には顧客自身が認識していなかった心配事や表面化していなかったライバルの動きなどの障害が時間の経過とともに顕在化することがある。当初は気にも留めなかった些細な事柄が決断の時期に近づくと、頭をもたげ始める。「親父とお袋には、事前に相談しておいた方がいいかな」と両親への事前の相談を必要と感じ始める。「こんなに大きな借入、本当に返済していけるのかな」と借入不安が始まる。「主人がこんなに頑固とは知らなかった。働きながら、家事、育児をしている私の身にもなって欲しいわ」「どうしても趣味の部屋が欲しいなら、もっと家事、育児を手伝って欲しいわ」夫婦間の意見の相違がお互いの信頼を損ない始める、また、建築経験のある知人から、腕のいい大工を紹介してもらおう。競合他社の営業マンによる強引な誘いにのってしまふ、など。短期間の商談でも顧客を取り巻く状況だけでなく、その心理も変化する。そして、曖昧だった計画が完成プランという形で具現化され、夢の実現がイメージ出来るに従い、その変化は顕著なものとなる。だから、一回のテストクロージングで合意に至ったからといって、安心してはいけないのだ。そのような心理や状況変化を意識しながら商談プロセスを進めなくてはならない。商談と商談の間に起こった変化を認識するためには、商談ごとにテストクロージングを連続してかけることだ。

■約束と同時にテストクロージング

顧客から要望を聞く。その要望に沿ったプランを提出する。数回のやりとりを通じてプランが固まる。そのプランの見積もりを提示し、契約に至る。このプロセスのすべての局面でテストクロージングをかける機会があることを認識しておきたい。例えば、要望の把握後に「これらの要望に沿ったプランを次回、お持ちします」と言えば、単なる約束の取付けた。その後「そのプランをお客様がご満足頂ければ、〇月〇日にお見積りを提出することが出来ます。そうすれば、当初の予定通り、契約が〇月〇日の大安日となります」と日程を確認し、「このスケジュールで進めさせて頂いてよろしいですね」と続ければ、テストクロージングをかけたことになる。顧客の反応が否定的ならば、「といたします」と質問すれば、心の変化を掴むことが出来る。さらにプラン提出後に修正要望が出れば、「次回、修正プランを持ちします」と約束を取り付けた後に、「その修正案でご納得頂ければ、お見積りは少し遅れますが、当初の予定通り、契約は〇月〇日の大安の日に行くことが出来ます。このスケジュールでよろしいですね」とテストクロージングをかけることが出来る。この一連の事例のように、「約束と同時にテストクロージング」を意識することだ。

ところが、面談のたびにテストクロージングをかけることは、顧客に不快感を持たせるのではないか、また、しつこいと嫌われるのではないか、と不安になる営業マンもいる。このようにテストクロージングの連続にしつこさを感じるのは、敷地環境調査報告時に日程を入れた詳細な工程スケジュールを組んでいないからである。もちろん、一般的には営業現場ではスケジュールや工程に関する説明は行われている。しかし、日程を入れたスケジュールによるテストクロージングは行われていないことが多い。説明とクロージングを混同していると工程説明がテストクロージングと同じ効果があると誤解するのだ。

■説明とクロージングの目的

「本日、プランのご要望をお伺いします。次にそのご要望に沿ったプランをお持ちします。プランが決まれば、お見積りを提出し、よければ、契約となります。すると、着工は……」これは、単なる説明である。これでは、顧客の合意や反論といった反応を引き出すことは出来ない。説明の目的は内容の理解である。内容が理解されれば、和やかに次回のアポに繋がる。しかし、理解したからといって、決断には至らない。一方、クロージングの目的は、決断を迫り、何らかの反応を求めることにある。説明に対する顧客の「イエス」は「理解」だが、クロージングに対する「イエス」は契約や注文、依頼への「意思決定」を意味している。

それでは、実際に敷地環境調査報告時に建築計画スケジュール表に日程を入れ、テストクロージングをかける場面を想像してみよう。日程を細かく落とし込むためには、最初に入居希望の期日を誘導するといいたいだろう。着工日と契約日を逆算して示せるからだ。「こちらの建築計画スケジュール表をご覧ください。まず、ご希望の入居時期ですが、確か来年の4月15日は3回目の結婚記念日でしたよね。出来れば、新居で結婚記念日を祝いたいですよね。すると、来年の3月末には、ご入居されたいですね」入居時期は家族のイベントを絡ませるといい。「解体とお正月が入りますので、工期は5か月間頂きます。ですので、3月27日、大安の日を完成お引渡しとしますと着工は11月初旬となります。仮に11月3日を着工日とさせて頂きます」カレンダーで顧客と大安吉日を確認しながら

ら、建築計画スケジュール表に日程を入れていく。「建築確認申請提出と合格、詳細設計の打ち合わせと決定、融資審査の合格など実務をこなしていくのに、約1か月半、お時間を頂きます。この実務に入るために、ご契約を頂くことが必要となります。従いまして、ご契約日は9月15日の大安となります」契約の必要性と時期を説き、この時点で反応がなければ、そのまま、打ち合わせの日程を提案していく。「本日が8月10日なのでご契約まで約1か月の時間があります。順調に進めば充実したお打合せとなります」「プラン提出は8月20日、修正プランは8月28日、9月10日には最終のお見積りを提出することが出来ます」最後に「このスケジュールで進めさせていただきます。よろしいですね」と締めくくる。

■一方的な日時指定

この場合、顧客と時間を調整しながら、日程を入れることは避けた方がいい。顧客の多忙度や仕事状況を把握しながら、日程を調整するのは現実的には難しい。恐らく、契約日だけではなく、見積もり提出日や二次プランの日程までも決まらないだろう。「完成引き渡しは3月末日になりますが、いつがよろしいでしょうか」「そんな先のことまでわからないよ」「それなら、ご契約の日程は」「仕事の状況がまだ、わからないのでしかるべき時が来たらご相談します」となるだろう。だから、入居希望日が決まれば、一方的に日程を提示し記入することだ。打ち合わせの日程も営業マンの都合を優先しよう。顧客から反論を貰えた時点で調整すればいい。「その日は難しいですね」「それでは、その3日後の金曜日では」「それなら、OKです」色よい返事を貰えない時は、何らかのニーズや私達の気づいていない問題を顕在化させる好機である。「といいますと」と質問すれば、問題が表面化する。しかし、次のように返答される場合もある。「今の段階では決められないよ。プランも費用もわからない。それから、他の建築会社も検討したいし、家族内でじっくり話したい。一生に一度の住宅、それも大きな借入れを起こすわけだから」このように自分の本音や問題を隠すために曖昧な応答をする顧客は多い。それでも、顧客の曖昧さによって、あなたも曖昧になってはいけない。

(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]

(14) NO に負けない強い営業(クロージングスキル)

クロージングスキル

クロージングは商談初期段階から始まっています。特に見積り提出時が、顧客の意思決定をさせる好機です。この好機を逃して、クロージングすることはできません。クロージングは商談の最後の詰めなのです。

クロージング前には、お客様に会社・商品・自己、住まい造り哲学等を充分ご理解いただけているのか、納得していただいているのか、今までの過程を振り返ってみましょう。

期末や契約目標は営業マン側の一方的な理由です。客観的な事実情報により強弱をつけて判断する見極めも大切なスキルです。



✓ クロージング前のチェックポイント

- 客観的事実情報を把握していること
- 建築計画スケジュール表を使った事前のテストクロージングを行っていること
- 「NO」に対し不安や疑問の対処していること
- 家族と接触して意見を聴いていること
- 家族に資料を提出していること
- 商品（物件）を見てもらっていること
- 会社や商品の説明を行っていること
- スタッフを紹介していること
- 着座で打ち合わせをしていること

クロージングプロセス

① ニーズの要約・メリットの再紹介

満足したニーズ・不安・不満ニーズの問題解決できるメリットを再度資料を提示しながら説明する。ニーズをまとめて確認する作業です。

- クロージング前には商談記録を見直し、提出資料をすべて用意すること

② フラッシュバック

出会いから今までの商談を振り返り、顧客が感動した場面、心が動いたと想像できる場面のエピソードを語る。フラッシュバックは、これまでの営業マンの対応の良さを顧客に思い起こさせることに繋がります。営業マンに対する感謝の気持ちが生まれてきます。

- 「満足していただけましたか？」という気持ちの確認です

③ パーセンテージ

「もうちょっと慎重に検討したい」「家族でもう一度相談したい」「一社しか検討していないので他社とも比較したい」という顧客の曖昧な返事には毅然たる態度で説得に入ることが必要です。引き延ばしに同意しクロージングを延期することは、受注確率を極端に低下させてしまいます。

- 「いま、何割(%)当社に決めているのか」を必ず質問すること

④ 第三者事例の紹介

不安や疑問、すなわち顧客の反論に対し即座に説得しないで共感することが大切です。第三者事例を紹介することにより、顧客の不安を緩和させていきます。

- 「おっしゃる意味は充分理解できます」 (共感)
「不安をもたれるのは当然です」 (第三者事例を紹介する)

⑤ 決意表明

成功のために「自信を持って貴方のために」というメッセージを送り、これからのよきパートナーであることを認識してもらいます。姿勢や決意を述べることにより、顧客に安心感を与えます。

- 「契約はあくまでもスタートです。これからもお客様のお役に立ちたいと思います」

⑥ 沈黙

沈黙すると相手は不安になり沈黙を破りたくなる心理効果があります。慌てて口を挟まずに少し待ち、相手から話をきりださせる。

- 沈黙「間」のかけひきで、傾聴の姿勢を示す



クロージングキーワード

① ニーズの要約・メリットの再紹介

- 見学会で〇〇住宅の性能や品質に満足したこと
- 資金不安に関しては資金計画により解消したこと
- 資金を援助してもらおうご両親も了解したこと
- 間取りや住まい方

② ラッシュバック

- はじめて〇〇様とお会いしたのは~のときでしたよね。
- あの時~について気に入っていただけましたね。
- ~のご不安については、~の資料で確認いただけましたよね。

③ パーセンテージ

- ちょっと変な質問をさせていただきますが、今の時点で何割位、当社に決めていただいていますか。
~ 返答に対して、有効的に切り返していく ~
- それはありがとうございます。そこまで私どもをご信頼いただいたのですね。この時点で6割~7割ご信頼していただいているのは最高だと思います。

④ 第三者事例の紹介

- 皆様、新築住宅を検討される方は一緒です。同じように契約時点では不安をお持ちでした。
- 最後の決断をされる時は、ご不安がいっぱいだと思います。
- 何か具体的にご不安を感じている点はございますか。

⑤ 決意表明

- 契約はあくまでもスタートです。これからもお客様のお役に立ちたいと思います。
- ご契約していただいてからが本当の仕事だと考えています。
- 本当にご安心いただけるのは、入居後、数ヶ月経過した後です。
- そのためにお客様と私たちがパートナーを組み、頑張りましょう。
- 100%ご満足いただけるように、これから私も頑張りますのでご信頼いただきたいと思います。

以上