

## INDEX

### 1. 営業上の課題を解決し、最高の営業マンを目指す

—基本を愚直に実践する習慣をつける—

(32) 顧客にもドラマはある

代表取締役社長 若林 信孝

### 2. 5大営業管理 (ACTIS) No. 20 4. 進捗状況スケジュール管理《顧客カレンダー》- [6]

### 3. 「営業マンのための 商談直前 10分ワンポイントスキル」

『生配信 LIVE&チャットで質問セミナー(無料)』を3月より開始します

面談前に10分だけ見て、1つだけ覚えてお客様との面談に臨んでください。

必勝シリーズ: (住宅営業対象) 商談の目的別に面談の技術を覚える

極意シリーズ: (住宅、土地活用、建設、不動産、一般営業対象) お客様との

コミュニケーションする話し方を体得する

ZOOMで生配信

## チラシ [2021年 第20回 新営業マン スキル・知識研修]

開催 2021年6月8日(火)~11日(金) ◆◆オンラインセミナー◆◆

(A) 営業スキル編 2021年6月8日 or 9日

(B) 営業対話力強化(SCS)編 2021年6月10日 or 11日

(A)、(B)より各1日を選んでご参加いただけます。

※詳しくは同封のチラシでご確認ください

アルファヴォイスコンサルティングのランディングページよりお申込みいただけます。

<https://www.conep-cms.com/index/YxvfrkhVJGOVKSZV>

## 1. 営業上の課題を解決し、最高の営業マンを目指す

—基本を愚直に実践する習慣をつける—

### (32) 顧客にもドラマはある

代表取締役社長 若林 信孝

#### ■買わない理由

「〇%以上の利回りで月々、〇〇円以上の手取り収入があるのに、やらない理由が分からない」

「太陽光発電がキャンペーンで無料、さらにキッチン、バスなどの水回り設備がグレードアップ、価格にすると〇〇円以上のサービスがつく、今、契約しないお客様は理解できないよ」

「UA 値が 0, 3 以下、さらに耐震等級が3、外壁塗装、20 年保証つき、24 時間サポートセンターの稼働、こんなに高品質にも拘わらず、この低価格、この商品力があれば、誰でも即断即決で契約するよね」

商品や提案内容に絶対的な自信と信念を持つことは、営業マンとして当然のことだ。ましてや、差別性の強い魅力的な利点を持っている商品や提案ならなおさらだ。だから、商品や提案に対して、「検討します」といった曖昧な反応、あるいは異論や反論、先延ばしするような顧客の態度に出会うと、私達は困惑してしまう。

価格、性能、設備、デザイン、仕様などの品質に強烈な差別性を持たせ、SNS や YouTube、ウェブサイトとテレビコマーシャルを活用したマーケティングを実施し、反応のあった顧客にもれなく気の利いたセールストークをすれば、売上は右肩上がりに増えるに違いないと思いつつ、ところが実際は品質や性能面で見劣りし、価格訴求力も弱い競合他社に負けてしまうことがある。なぜだろうか。

「営業マンのペースに、はまりたくなかったのです。『今月中に契約すれば、グレードアップしたキッチンがつけます。』『今月契約しないと、〇%値上がりします。』とか、そんな理由で一生に一度の住まいを決断したくなかったのです」

「もともとはその会社に決めようと思っていました。デザインもかっこいいし、何しろ耐震性が他社に比べて優れていると感じました。今でもその商品は魅力的です。でも、こちら側の気持ちを察してくれなかったのです。セールストークを一方向的に押しつけられました。営業マンの態度や振る舞いが、その企業の風土や文化を反映していると思います。だから、契約後、何か起きた時にコミュニケーションが成り立たないのではと不安でした」

「『相続税が〇〇円、節税出来ます。固定資産税が6分の1になります。メンテナンスフリーで、長期安定経営できます。』面談するたびに繰り返されたセールストークは腑に落ちませんでした。恐らく営業マンがうちの事情や状況を知ろうとしなかったからなのでしょうね。うちのことを知らない人に大事な資産を預けようとは思わないですよ」

顧客が会社を選ばなかった理由である。次の発言はその逆だ。

#### ■顧客も人間だ

「その営業マンは3年ぐらい前に突然来て、それからの付き合いです。当初は訪問の目的が謎でした。土地活用担当なので、相続のことを質問したのですが、『自分は新人なので分かりません。す

いません』と答えるだけでした。『頼りにならない奴だ』と思いましたが、逆にその素直さに好感を持ってました。実はうちの家族全員、彼のファンなのです。長男の引っ越しの手伝い、孫の卒業式のお祝い、田んぼの稲刈りと頻繁に来てくれています。飯もよく食っていったな。家族と離れて暮らしているのに、うちが彼の家族代わりみたいなもので、来るのが楽しいと言ってくれています。単なる営業上の関係性を超えた付き合いなのです。だから、相続対策目的に賃貸住宅を計画したときは彼の提案通りに即断即決で契約しました」

「他の会社は主人の話はよく聞くけど、私の話には無視でした。ところがその営業マンだけが『新しいお住まいでどのように暮らしたいのですか』と質問してくれたのです。嬉しくなって、夢を全部、しゃべりまくりました。もちろん、すべての要望が叶ったわけではありません。予算面の成約があったから。でもこの営業マンなら信頼出来ると思ったのです。契約以降もちゃんとやってくれると。だって、営業マンとの関わりって契約前より、契約後の方がはるかに長いですよ。もしかしたら、一生のお付き合いになるかもしれないですよ。結婚の相手を見極めるのと同じですよ」

建築、建設、不動産、住宅、あるいは、自動車、保険、金融、証券などの営業は、営業マンとの信頼性や関係性が顧客の決断に大きな影響を及ぼす。人間的な関わりが顧客を安心させ、「この人なら何があっても大丈夫、面倒を見てくれる」と判断する。一方、業界内で最高品質の商品でもそれを扱っている営業マンに信頼を感じなければ、私達は購買の決断を先送りする。

では、顧客から信頼を得る営業マンを育成するためにはどうすればいいのだろうか。実は答えはもの凄く単純だ。人間に興味を持つことを教えることだ。営業マンは顧客を自分のノルマや目標数値を達成するための単純な対象物とみなす傾向がある。その証拠に、ある業界では顧客のことを「タマ」「ネタ」「カモ」と呼ぶ風潮がある。そのような呼び方が企業風土になっている営業部門ではお客様を人間扱いない。どうしたら契約出来るのか、アポイントトークのネタは、クロージングはどのタイミングでかけるべきか、営業ツールや資料はどうすべきかと作戦を立てることに躍起だ。

営業会議では、目標数値と実績差を埋めるための議論に時間が割かれるが、顧客とその家族の背景や文脈、つまり人生ドラマは話題にならない。ご主人様や奥様の趣味や暮らし方、楽しいことやハマっていることは。休みの過ごし方、得意な料理や好きなお酒の銘柄、二人の馴れ初め、孫への愛情の掛け方は。体格のいいご主人ならどんなスポーツを楽しんでいるのか、リビングのピアノの演奏者は。長男や長女の結婚相手はどんな人、どこで知り合ったのか。両親の戦争中の苦労は、戦地での過酷な体験など。過去から現在、そして未来へと顧客とその家族にはオリジナルのストーリーがある。映画やテレビ、動画配信サービスのドラマ以上にリアルだ。目標達成の喜びも大きいけど、日々、顧客の世界観を経験出来ることも営業の醍醐味だ。

仕事に関連性のない情報の量と内容が営業マンの人間観を表現している。人間に興味があれば、顧客からのちょっとした一言を拾い、話題を広げることが可能だ。顧客も自分の世界観やストーリーに興味のある営業マンには饒舌になる。話を丁寧に受け入れてくれる営業マンに好感を持ち、信頼を感じるようになるのだ。だから、情報量が豊富になる。一方で顧客を営業目標達成のための対象物と捉えてしまうと、面談そのものがつまらない乾いた砂ようになる。

### ■「うちの長男は離島で病院を開業しているんだ」

相続対策の顧客に賃貸住宅建築前後の相続税シミュレーション、さらにプランと収支を提出し、クロージングすると、「検討します」と先延ばしに合うことがある。「相続税が〇〇円以上節税でき、利

回り〇%で、手取り〇〇円なのに、即断しない顧客のことを理解出来ない」と営業マンは途方に暮れてしまう。営業会議では「顧客にとって、理想的な内容だ。やらないはずはない」「資料やプレゼンテーション時の説得力が弱いのではないか」「もっと強くクローズアップすべきだ」あるいは「お客様のためだ。やると言うまで帰るな」と表面的で安易な対策が指導される。顧客の現状や背景、文脈や物語に焦点が当たることはほとんどない。

そのような指導を受けた営業マンは、顧客から「うちの長男は離島で病院を開業しているんだ」と言われても「へーそうですか」と軽く頷くだけで、その話を掘り下げようとはしない。興味を感じないからだ。本人が取るに足らない情報だと判断すれば、上司に報告さえしない。ところが、人間に関心や好奇心があれば、次のように話を掘り下げることが出来る。

「凄いですね。離島ってどこですか」

「いつからその島に行かれていますか」

「苦労されているのでしょうか」

「ご立派ですね。アメリカの大学出身なら、日本の有名な大学病院でも十分やれるのではないですか」

「腕もいいでしょうね」

「看護師さんや仲間達も息子さんと一緒に仕事したいと言って離島に行っているのですか」

「人望も厚いのですね。尊敬しちゃいます」

顧客と繋がりを持つためには、方法論を学び、テクニックや手法をロールプレイで訓練するだけでは不十分だ。顧客を売買行為の単なる対象物と見なしてはいけない。本来、人間が持っている他者への思いやりや愛情、配慮や共感性を育むように日常的に意識することだ。

さて、家族や企業には必ずドラマやストーリーが秘められている。いくら企業側のストーリーを一方的に熱く語っても顧客側のストーリーを理解していなければ、そのストーリーは落ちが陳腐なC級映画になってしまう。顧客側のストーリーを理解しようとするれば、もしかしたら心に響くエンディングシーンが待っているかもしれないのだ。

「長男は子供のころ、心臓に疾患があって、医者には治らないと言われていたんだ。だけど、友人がアメリカで勉強した医者を紹介してくれて、その人が『絶対に諦めるな。一緒に頑張れば治る』と励まして治療してくれたんだ。その先生との関わりが動機で医者になったのさ。金銭的欲求の全くない奴で、『とにかく人のために何かやりたい』と言って医者はいない離島で開業したんだよ。そんな奴だから、恐らく金はないだろうな。相続税なんか払わせられないし、何かあっても飯ぐらいは食えるようにしておきたいのさ」

(次号に続く)

### 3) ストロークの解説 (商談化編)

[ストロークの種類]

- ① 培養プロセス (B) におけるストロークを面談 B
- ② 培養商談プロセス (BS) におけるストロークを面談 B S
- ③ **商談プロセス (S) におけるストロークにおける商談項目**  
商談、商談フォロー、土地案内・ツアー、土地申込、敷地環境調査報告、**資金計画**、プランヒアリング、  
建築計画スケジュール表、テストクローリング、ゾーニング・プラン提案、見積提示、銀行事前審査申込
- ④ 業務依頼契約のプロセス (GK) のストロークは業務依頼契約

#### ③ 資金計画

**目的** ・顧客の調達資金可能額を顧客自身が認識すること

- ・資金の内訳を具体化すること
- ・金融機関を決定すること
- ・借入れ条件 (返済年数、金利など) を決定すること

**活用ツール** 資金計画書、融資審査申込書、融資条件説明資料、金利電卓、銀行返済シミュレーション

**内容** 敷地環境調査を実施したことで別途工事にかかる費用が明確になるので、この時点で本体工事にかける資金を把握することが出来る。そのために、初回面談でざっくりとした直筆の資金計画案を実現性の高いリアルな資金返済計画にまとめ上げなくてはならない。

返済期間の長短、固定金利や変動金利の違いをその場でシミュレーションし、各銀行や住宅金融支援機構における手数料や条件の比較を通して、自己資金を含めた資金調達可能額の全体像を顧客と共に検討する。さらに親からの資金援助の可能性を探ってみる。

そして、その結果、引き出された借入額と返済計画の妥当性を金融機関に確認してもらうために事前融資審査の申し込みを提案する。

**配慮すべき点** 資金計画をプラン決定後に実施することがあるが、これは避けたい。なぜならば、顧客のプラン要望が過剰になり、予算を遙かに超えてしまうことが多いからだ。顧客の要望をすべてプランに落とし込むと予算の 1.5 倍ほどの資金が必要になる。この時点で顧客は住まい造りの夢と現実の間で苦しみ、結局、住宅建築を先延ばししたり、競合他社のローコスト系の住宅を検討することになるだろう。

だから、敷地調査後に可能な調達資金額を明確にすることだ。資金という制約条件があるからこそ、プランも決まりやすくなるのだ。

3. 「営業マンのための 商談直前 10分ワンポイントスキル」予告  
『生配信 LIVE&チャットで質問 セミナー(無料)』を3月より開始します。

面談前に **10分だけ見て、1つだけ覚えて** お客様との面談に臨んでください。

必勝シリーズ：(住宅営業対象) 商談の目的別に面談の技術を知る

極意シリーズ：(住宅、土地活用、建設、不動産、一般営業対象) お客様との  
コミュニケーションする話し方を体得する

生配信 LIVE カレンダー

《2021年4月》時間 10:00~10:10

必勝シリーズ【面談の技術】		極意シリーズ【コミュニケーションする話し方】	
4月5日(月)	【土地有?土地無?分譲?】住宅営業の大きな誤解 商談プロセスを間違えると契約できない。	4月2日(金)	クロージング成功の極意(1) クロージングのタイミング「五感でつかむ」
4月12日(月)	【予算は営業がつくる!?]お客様言う“予算”は信じるな お客様も自分の“予算”を勘違いしている	4月8日(木)	クロージング成功の極意(2) お客様の反論「よし来たチャンス!!」
4月19日(月)	【住宅購入は衝動買い]お客様の「何となく…」から始まる 住宅購入時期は営業次第	4月16日(金)	クロージング成功の極意(3) 契約直前どんでん返し「こんなはずじゃなかった」を阻止する
4月25日(月)	【名探偵Xになろう]営業は楽しい!! 「証拠集め」と「裏取り」	4月23日(金)	クロージング成功の極意(4) 値引きは「負け犬営業マン」の証

《2021年5月》時間 10:00~10:10

必勝シリーズ【面談の技術】		極意シリーズ【コミュニケーションする話し方】	
5月10日(月)	【3週間でクロージング】キーイン・タッチ 手紙、メール、SNSで連続性のある商談	5月7日(金)	短時間で“親密”になる極意(1) 真実の瞬間の極意 「真実の瞬間」を意識していますか
5月17日(月)	【タラレバ営業手法】「もし〜だったら」とりあえず言ってみる 「ダメもと」でOK。「NO」を言われて当然と心得る	5月14日(金)	短時間で“親密”になる極意(2) ポジティブなすり込み 「賞賛、雑談、談笑」で楽しもう
5月24日(月)	【テストクロージング】「NO」と言われてらかが営業スタート これが「究極」の営業スキル	5月21日(金)	短時間で“親密”になる極意(3) お客様を饒舌にする極意 お客様を師として仰ごう
5月31日(月)	【究極のクロージングスキル】クロージング恐怖症の克服 「NO」も「シーン…」も怖くない	5月28日(金)	短時間で“親密”になる極意(4) 楽しい会話の極意 「君も同じだね」と言ってもらおう

【視聴方法】

□アルファヴォイスコンサルティングのランディングページよりお申込みいただけます。

<https://www.conep-cms.com/index/YxvfrkhVJGOVKSZY>

□電話またはメールでのお申込み(古屋宛) ZOOMのIDをお送りします。

TEL:03-5215-8711 FAX:03-5215-8717 メール: info@alpha-vc.co.jp