

住宅産業新聞に好評連載中の「顧客をつかむ」を  
再編集して、ハンドブックにしました！

# 住宅営業ハンドブック 1

## ～「初回接客・ランクアップ」のご案内～

### 住宅営業を体系的にまとめてみました！

#### ～第一章「初回接客」～

##### ■潜在客を知る

1. 営業は、家づくりの動機を知る事から始まる
2. 「まだ先客」への対応①アンカー効果
3. 「まだ先客」への対応②フレーミング効果
4. 営業担当は、3つの基準で評価される

##### ■初回接客の進め方

5. 初回接客は、ゴールとスタートを明確にする
6. 初回接客6ステップ

##### ■警戒心を下げる

7. 早めに共感を示して警戒心を下げる
8. アンケートを工夫して警戒心を下げる
9. 名刺や自己紹介ツールを利用して警戒心を下げる
10. 紹介客に対する初回接客の工夫

##### ■共感を呼ぶ説明の工夫

11. 暮らし方説明をして、今の暮らしを聞く
12. 関心事に答えて、好意度を高める
13. 関連質問をして自社の特長を説明する
14. お客様からの質問には、聞かれた事を答える
15. 質問に答えたら、本当の疑問に答える

##### ■好意度を上げる話の聞き方

16. お客様の話に反応して、好意度を上げる
17. お客様の話に共感して、好意度を上げる

##### ■着座商談の進め方

18. まず確認することは、今の暮らしと家づくりの動機
19. 次の確認することは、新しい暮らしと問題点

##### ■初回接客クロージング

20. 好意度が上がったなら、敷地調査のアポイント
21. 購買意欲が上がったら、イベントのアポイント
22. 不安を無くす、一般的な家づくりの進め方説明
23. 自社の進め方を説明して、次のアポを取る

##### ■接客終了後

24. 接客終了後は、メモと礼状を忘れない
25. 初回訪問は、初回接客の終わり方で違う

#### ～第二章「ランクアップ」～

##### ■ランクアップはイベントで

1. イベントの重要性

##### ■見学会系イベント（構造・完成・分譲物件・入居宅）

2. 見学会は、参加ハードルが低いし、効果も大
3. 見学会は、自社への好意度と購買意欲の両方を上げる
4. 構造現場見学会は、博物館方式で
5. 完成現場見学会は、施主の気持を説明し、感想を聞く
6. 分譲物件があれば、現場見学会に転用する
7. 入居宅見学会は、開催出来れば“鉄板”イベント
8. 入居宅見学会は、見せる建物の選択に注意する
9. 効果的な入居宅見学会のストーリー
10. やらせと思われぬ、入居宅での話の展開

##### ■差別化系イベント（宿泊体験・バス見学会）

11. 差別化系イベントで、自社への好意度を上げる
12. 宿泊体験は、セールスポイントを体験させる
13. バス見学会のバスに乗る人の選び方
14. バス見学会は、バスの中も重要
15. 見学先をお願いする5つのこと

##### ■セミナー系イベント（設計・インテリア・趣味系・資金）

16. 人を集めて一気に自社への好意度と購買意欲を上げる
17. 設計・インテリアセミナーは、「話す」「見せる」「体験させる」
18. 性能系セミナーは、5つのステップで
19. 趣味系セミナーは、入居者と一緒に行なう
20. やっぱり問題解決は、資金セミナーで

##### ■特殊イベント（複数回・博覧会形式・OB会）

21. 特殊イベントは、実施は難しいが、効果は大
22. パン教室で受注？複数回イベント成功の秘訣
23. 博覧会形式のイベントは、お祭り気分で行なう
24. OB会には、見込み客を招待する

##### ■まとめ

25. 初めから営業フローに、イベントを入れる

# 1項目を見開き2ページで解説、 新聞に載せられなかった図表や実例を加えました！

■新着情報  
Section 1

## 家づくりは「動機」から

ここでは「住宅を売る」こと、つまり営業について基本的な事を紹介していく。「何を今更基本的なことなんて」とお思いの方も多いと思うが、筆者がいろいろなお目にした、耳にしたのは、「最近の営業担当は、こんな基本的な事をやっていないのか」という事ばかりである。出来ている人は自分の営業活動の理論づけとして、出来ていない人は、再度チャレンジするというお説み頂ければ幸いである。

基本的な考え方は、お客様の家づくりの進め方から、営業手法を考えるという事である。

**家づくりの動機は3つある (図1)**  
お客様の家づくりの動機は、大きく分けて3つある。まず、現状の不満。部屋が狭い、古い、使いにくいといったことから、設備への不満等。また家族の変化によって、部屋が足りなくなったり、多すぎたりということもあるだろう。こんな現状の不満をなんとかしようと家づくりを思い立つのである。(図1の①)

2つ目は、夢の実現。今の住まいに何か不満がある訳ではないのだが、「こんなことがしたい」という夢を持つ場合である。例えば、趣味の部屋を作りたい、インテリアを変えたいといったもの。(図1の②)

そして3つ目は、1と2の両方が起る場合。たまたまモデルハウスを見たら気に入ってしまい、こんな家に住みたいという夢が生まれ、自宅に帰ると急に今の家の不満が生じる場合等がこれにあたるだろう。こんな動機から家づくりが始まる。そして、現状の不満を無くして、夢を実現してくれる会社を選び始める。その段階で営業担当と出会うのである。

住宅営業ハンドブック・初回接客

図1 家づくりの動機

図2 営業活動の進め方

住宅営業ハンドブック・初回接客

## ■お申し込みの流れ

1. 各種会員かどうかをご確認下さい。(割引適用会員 TACT 会員・エクスプレス会員)
2. 以下の項目をご記入ください

会社名		部署名	
申込ご担当者 氏名・役職		会員種別 (該当するものに○)	TACT ・ エクスプレス ・ 非会員
電話番号		FAX 番号	
ご住所	〒		

3. 会員価格または、非会員価格をお選びいただき、○を記入して下さい。

ここに○をつけて下さい	金額
■住宅営業ハンドブック1(初回接客・ランクアップ) 非会員価格	40,000 円 (税込)
■住宅営業ハンドブック1(初回接客・ランクアップ) 会員価格	35,000 円 (税込)

4. FAX にて、この用紙をお送り下さい

# FAX : 06-6365-5870

5. お申込受付後は…

- ①お申込受付確認書を FAX にて送ります。
- ②ハンドブック完成次第 (10月初旬予定)、請求書と一緒に発送します。

※内容についてのお問い合わせ先

(株)住宅産業研究所 関西支社 〒530-0047 大阪市北区西天満5丁目11番7号(サンク西天満ビル)  
TEL : 06-6365-5831 FAX : 06-6365-5870 担当 : 音地 e-mail: onji-t@tact-jsk.co.jp