

消費税増税後の販売戦略に悩んでいる担当者向け  
**「住宅営業ハンドブック 2014 商談客育成篇」**  
 ～まだ先客から次回アポを取り商談に進める5つのポイントと2つのステップ～

11年の10月に、住宅営業ハンドブックを発売してはや3年経ちました。

今年は消費税増税の反動もあり、住宅業界は、あまり元気がありません。最近自分でも接客をしていきますが、売れない原因は単なる反動だけではなく、お客様自体が変わっていることに気づきました。

特に、最近の一次取得者層は次の5つのことが違うようです。

- ①人口、世帯数が減少している
- ②現状の暮らしに満足している人が増加している（購買意欲減）
- ③将来の暮らしに不安を感じる人が増加している（購買意欲減）
- ④親や友達、ネットに相談する人が増加している（関与者対策）
- ⑤進め方が分からない人が増加している（進め方合意）

そこで思い切って住宅営業ハンドブックを見直すことにしました。

見直したポイントは、次の7つです。

- ①住宅営業の原点に帰り、必要なスキルを3つにして、それを5つのポイントに分けて解説しました。
- ②差別化を、自社の強みを会社選択の基準にもらうことと定義し、初期段階から競争のないブルーオーシャンの商談構成を組み立てました。
- ③新しい暮らしに対する夢を盛り上げる商談構成を組み立てました。
- ④資金の不安を無くして、早期計画に進ませて、予算を上げる商談構成を組み立てました。
- ⑤ステップごとにクロージングをかけていく商談構成を組み立てました。
- ⑥イベントを全体の商談の中に組み込む戦略を組み立てました。
- ⑦個人とチームの両方で受注獲得に向かう戦略を組み立てました。

尚、本編と一緒に社内研修に便利なPDF版が付いています。是非ご購入をお願いします。

■住宅営業活動に必要な3つの項目・5つのポイント・目標

大項目	第I章 (定義)	レベル1 (初回接客)	レベル2 (ランクアップ)
		第II章	第III章
差別化	差別化	自社、自分に好意を持ってもらう	自社の USP を選択基準にってもらう
問題解決	建物計画	「戸建て」に住もうと思ってもらう	新しい暮らしのコンセプトを決めてもらう
	資金計画	早期計画のメリットを感じてもらう	資金に対する不安を無くしてもらう
クロージング	関与者対策	相談する人を教えてもらう	自社で進めることと時期を承諾してもらう
	進め方合意	全体の進め方に合意してもらう	商談の進め方に合意してもらう
目標		次回アポ	商談開始

**お申込みはこのまま FAX で ⇒ 03-3358-1429**

2014年10月末発刊予定

お申し込み後ハンドブックと請求書を送付致しますので届き次第費用をお振込みください。

貴社名		申込ご担当者様	
お電話番号		FAX 番号	
ご住所	〒		
会員種別 (○で囲む)	各種会員 (TACT・エクスプレス・e カウンセリング・新商品&マーケティング・JSK オンデマンド)		・ 非会員

■料金

ここに○をつけてください	書籍名	金額
<input type="checkbox"/>	■住宅営業ハンドブック 2014 商談客育成篇・非会員様向け	55,000 円 (税抜)
<input type="checkbox"/>	■住宅営業ハンドブック 2014 商談客育成篇・会員様向け	50,000 円 (税抜)

※この書籍の内容についてのお問い合わせは、(株)住宅産業研究所 06-6365-5831 音地まで

その他のお問い合わせは、(株)住宅産業研究所 03-3358-1407 黒木まで

※今後ご案内が不要の場合は、お手数ですが、下の欄に FAX 番号を記入していただき、03-3358-1429 まで、FAX して下さい

今後この番号への、案内は不要です。FAX 番号 ( )

# 本書の内容

## 第Ⅰ章「はじめに」

- 消費税増税後の市場
- ・ 一次取得者が変わった
- 受注に必要な3つのこと
- ・ 差別化と問題解決+クロージング
- 差別化の定義と3段階
- ・ 自社と自分を気に入ってもらわないと全てが始まらない
- ・ 自社の USP を会社選択基準に誘導
- イメージ化の定義と3段階
- ・ やりたいことがないとプラン合意は×
- 資金計画化の定義と3段階
- ・ 早期計画のメリットを訴える
- ・ お金の不安を無くす
- 関与者対策の定義と3段階
- ・ 親も巻き込んだ商談
- クロージングの定義と3段階
- ・ 次のステップに進める、次回アポを取り続けることがクロージング
- 特長説明と質問対応
- ・ 一般論を説明してから自社の説明
- ・ 聞かれたことに答える
- 積極的傾聴方法
- ・ 聞き方で好意度をゲットする
- お客様を見る
- ・ 態度と表情が本音を表す

他

## 第Ⅱ章「初回接客」

- 初回接客フロー
- 悪い第一印象を与えない
- アンケートの依頼と確認
- ・ 確認しながら好意度を上げる
- 会社の特長説明と自己紹介
- ・ 1分間で5つのことを説明する
- 建物のコンセプト説明
- ・ 「展示場だから…」と言わせない説明
- お客様からの質問対応
- 自社の USP 説明方法
- ・ 現状の構造コーナーを10倍効果的なものにするフレーミングボード
- ドラマチック実例紹介
- ・ 購買意欲を上げる説明方法
- 早く建てるメリット説明
- ・ 資金計画 BS を使った「今でしょ」説明
- ・ 家計の見直しで予算を上げる
- 今の暮らしを確認する
- 新しい暮らしを確認する
- 進め方を説明する
- ・ 一般的な進め方と自社の進め方説明
- 次のアポを取る
- ・ イベントアポはこう取る
- メモとお礼状
- 終わり方別初回訪問

他

## 第Ⅲ章「ランクアップ」

- ランクアップとは
- ・ レベル2に上げるのがランクアップ
- イベントとは
- ・ 1対多の商談。1とは話がうまい人
- ・ 集客目標を立てると失敗する
- 関与者対策とクロージング
- ・ マネジャーの役割
- ・ 関与者を一緒に参加させる
- イベントマネジメント
- ・ 企画準備シートとKPTシート
- 差別化系イベント
- ・ 見学会系イベントの運営方法
- ・ フレーミングセミナーの運営方法
- イメージ化系イベント
- ・ 設計相談会でのプラン作成は厳禁
- 資金計画化系イベント
- ・ セミナーから個別相談へ
- ツアー形式イベント運営
- ・ バスの中が重要
- ・ 乗る人と乗らない人
- コミュニケーション
- ・ イベントアポの取り方
- ・ 定期的な管理活動
- ランクアップシステム
- ・ イベントを取り込んだ営業フロー

他

# ページサンプル

