

■基礎編講師

音地 常弘

(株)住宅産業研究所 関西支社長)



中小企業診断士・経済学修士。住友林業ホーム(株)に入社し、営業管理職、商品開発、社員教育に携わる。その後、本社能力開発室で住宅本部の教育体系を作る。平成10年に退社後、(株)住宅産業研究所に入社。研修・セミナー・コンサルティングを担当。現在でも数社のコンサルティングを担当している。住宅産業新聞にて営業力アップ講座を連載中。

■応用編講師

津田 慎司

(株)住宅産業研究所 コンサルティング部 部長)



大手住宅メーカーにおける開発業務経験・現業経験、並びに創設期の住宅会社における全般業務経験を基に、これからの住宅事業に貢献するテーマを主に顧客側・会社側の両面から分析をすすめる。ユーザーや現業部門への直接取材、コンサルティング業務を通じての実務検証をベースに実践実務に則していることをモットーに、市場動向・営業接客～現場対応まで幅広く手掛ける。

■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 氏名と役職		会員種別 (○をつけてください)	TACT・エクスプレス 非会員
電話番号		FAX 番号	
ご住所	〒		

3. 申込むコースをお選びいただき、○を記入して下さい。

ここに○をつけて下さい	コース名	金額
	■ヒアリング～クロージング・非会員向け (6巻まとめてお届けします)	66,000 円 (税込み)
	■ヒアリング～クロージング・会員向け (6巻まとめてお届けします)	60,000 円 (税込み)
	■初回接客コース 1・非会員向け (6回分まとめてお届けします)	66,000 円 (税込み)
	■初回接客コース 1・会員向け (6回分まとめてお届けします)	60,000 円 (税込み)
	■初回接客コース 2・非会員向け	66,000 円 (税込み)
	■初回接客コース 2・会員向け	60,000 円 (税込み)

※コースを同時の申込み頂いても、金額はこのままです。

4.FAXにて、この用紙をお送り下さい

FAX 番号 06-6365-5870

5. お申込受付後は、

①「ヒアリング～クロージング」は、請求書を発送後、3月28日以降の発送となります。

②「初回接客コース」はどちらも、請求書発送後、すぐの発送となります。

※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)

TEL06-6365-5831 FAX06-6365-5870 担当 音地 e-mail: onji-t@tact-jsk.co.jp

住宅営業社内研修用 見てすぐ分かる DVD 講座 ～「ヒアリングからクロージングまで」のご案内～

「社員が少ないので講師を呼べない！」

「地方なので、セミナー代よりも交通費の方が高つく！」

「社内で勉強会をしたいが、準備が大変！」

「OJT だけだと体系的に理解出来ないなので、場当たりの指導になる！」

「教える方も時間がないので、一人でも学べるものが欲しい」等々
こんな悩みをお持ちの経営者、営業責任者、社内教育担当者の方向けに

社内勉強会用の DVD を作りました！

この DVD の特徴は、

- 1 コースで、計 6 枚の DVD、各巻約 60 分の構成になっています。
- 各単元が基礎編 (初心者向け講座) と応用編 (中級者向け講座) の 2 つの講座から成り立っています。
- 各巻には、DVD と併せてテキストや資料が付いていて、紙と PDF データでお送りします。
- 建てたお客様をアンケートやインタビューで取材して裏づけを取っております。
- 実際に試してみて成功した事例をご紹介します。

だから社内研修、勉強会に最適です！

このコースのテーマは、「受注スキルを磨く」です。

■社内研修用 DVD コース「ヒアリング～クロージング」全 6 巻

ヒアリング	【このセクションの狙い】 せっかくアポを取って商談に入っても、プランや資金計画がダメでは受注につながりません。そのためにも、お客様のニーズをしっかりとヒアリングしないければいけません。基礎講座では、この手法を分かりやすく解説します。 また、最近、大手メーカーよりも地元ビルダーの好調さをよく耳にします。好調なビルダーはそれぞれに、工夫をこらした営業戦術を持っているようです。応用講座では、注文系ビルダーの戦術を中心に紹介します。	
	DVD-1 基礎編内容	DVD-2 応用編内容
プレゼンテーション	【このセクションの狙い】 良いプランを作っても、良い商品を持っていても、お客様のその良さが伝わらないと、何にもなりません。逆にそこそこのものでも、うまく伝える事が出来れば、お客様から選ばれます！ まず基礎編では、プレゼン商談の準備と商談について解説します。プレゼンの出来映えは、提案内容自体と説明に使う資料と説明方法の掛け算になります。特に後ろの二つは、プレゼンを左右する大きな要素です。セミナーでは、実例を紹介しながら、決まるプレゼンについて解説します。 応用編では、昨年好調だった会社の特徴を紹介し、商談プロセスを解説します。また、自社のセールスポイントをアピールする手段として、最も有効なイベントは何かを、購入予定者へのアンケートをもとに分析したものを紹介します。イベントは会社全体で行なう、自社の良さのプレゼンテーションです。	
	DVD-3 基礎編内容	DVD-4 応用編内容
クロージング	【このセクションの狙い】 まず基礎編では、クロージングをテストクロージングと最終クロージングに分けて、基本的なスキルをご紹介します。最終金額を提示するまでの段階でテストクロージングをかけていけば、最終のクロージングが楽になります。そのテクニックをご紹介します。最終のクロージングでは、会社の強みを活かした見積説明の方法や、お客様のタイプに応じたテクニックとやってはいけない事を解説します。 応用編では、競合動向調査から分かった、お客様の選び方を解説。大手 11 社で契約した人から分かる、各社の強みと弱みを解説します。競合先が分かれば、この強みと弱みを知ると対応が出来ます。また、個人のマンパワーのみに頼る時代は終わりました。会社全体でクロージングをかけないといけません。自社の強みを分かりやすく伝える仕組みをつくり、それをイベント化する手法と、実際の成功事例をご紹介します。	
	DVD-5 基礎編内容	DVD-6 応用編内容

■好評発売中！社内研修用 DVD コース「初回接客 1&2」各 6 巻

巻	基礎編内容	応用編内容
1	■お客様の家づくりの進め方を知ろう！ ・お客様の家づくりの進め方に合わせた営業活動 ・家づくりの動機と初回接客の目標	■初回接客の見直しをしよう！ ・だめな接客パターン ・お客様の関心事を知る、想像力を使う、進め方を聞く
2	■お客様の情報収集方法を知ろう！ ・情報収集パターンを知る ・家づくりの段階別にどんな情報を集めているのか？	■最近のお客様の 3 大購買活動に合わせた接客方法 ①無理してまでは買わない→商談の入り口を下げる ②比べて選ぶ →体験させる③複雑化→生活向上提案
3	■説明方法と聞き方を理解しよう！ ・自社の良さを説明する方法 ・お客様の関心事を説明する方法・質問への答え方、反応的聞き方、共感的聞き方	■女性（主婦）に対する接客方法を理解する！ ①主婦を引きつける 3 つの会話 ②主婦から見た良い接客、悪い接客 ③女性対応の注意ポイント
4	■モデルハウス接客の流れを理解しよう！ ・おもてなし→暮らし方説明→関心事説明→差別化説明→進め方説明→お見送り説明の 6 つのステップを知る	■大手ハウスメーカーの初回接客の傾向 1 ・アンケート依頼から、アポ取得のタイミング ・鉄骨系の代表メーカーの接客パターン
5	■次のアポイントの取り方を理解しよう！ 1 ・「引越予定日」を聞いてアポを取る方法 ①急いでいる場合②先の場合③決まっていない場合	■大手ハウスメーカーの初回接客の傾向 2 ・アンケート依頼から、アポ取得のタイミング ・木質系の代表メーカーの接客パターン
6	■次のアポイントの取り方を理解しよう！ 2 ・資金計画の話からアポを取る方法 ・間取りの話からアポを取る方法	■よくある質問への対応 ・「これは標準ですか？」納得を与える説明方法 ・「高いね…」接客初期と後半では意味合いが違う ・「他社さんとはどう違うの？」複雑化する複合競合

巻	基礎編内容	応用編内容
1	■初回接客「警戒心を下げる説明」 ・初回接客フロー ・警戒心を下げる設えの工夫 ・警戒心を下げる接客の工夫	■競合を意識した初回接客「本命か、ダミーか」 ・本命か？ダミーか？を見極める ・本命とダミーで複雑化する複合競合 ・お客様の行動に表れる本命会社、ダミー会社への対応
2	■初回接客「関心事を説明する」 ・モデルハウスの説明→感想を聞く→現状を聞く ・お客様から質問された場合の対応 ・お客様の質問を誘導する接客方法とツール	■競合を意識した初回接客「反対家族への対応」 ・私は A 社、オレ B 社！反対家族が競合を呼ぶ ・反対家族ほど早めの対応を！
3	■初回接客「差別化説明をする」 ・自社の優位性を説明する方法 ・差別化ツールの使い方とツールの説明に誘導する方法	■競合を意識した初回接客「本命客を落とさない対応」 ・本命客の攻略ポイントは「期待」と「営業マン」 ・本命会社の営業マンが嫌われるケースとは？
4	■初回接客終了後にすべきこと ・お客様情報のまとめ方と次回商談の戦術立案 ・印象を良くするお礼状の書き方と出し方	■主要ビルダー 50 社調査景況感と顧客動向 ・集客は？販売価格は？前年比増減傾向 ・年齢？年収？土地有無？ ビルダー顧客特性の平均像
5	■効果的な初回訪問（電話）5 ステップ ・初回接客の終わり方で、次回商談の方法を決める ・終わり方 4 タイプ別、初回訪問 5 ステップ	■戸建住宅の新主役層＜Y 世代＞の攻略法 ・Y 世代（団塊 Jr ネクスト）の消費価値感 ・嫌消費世代への販売対策
6	■関係を維持するコミュニケーション戦術 ・定期的にコミュニケーションを取るツール作成 ・イベントとからめたランクアップ作戦	■住宅計画者が望む営業マン像 ・家づくりに営業マンは必要か？ ・お客様が望む、営業担当者に必要な要素は？