

《新入社員研修》

購入顧客との面談 ⑤

その1

■競合は常に2社いると思きましょう

RSC（不動産情報サイト事業者連絡協議会）の調査によると、不動産購入のお客様が訪問する不動産会社数は、平均2・5社。自社に買い手が相談に来ると、あと2社に訪問していることとなります。5社以上に訪問しているお客様もおおよそ18%います。

買い手は住替え先の物件を探しに来ますが、「担当でございます」と現れた営業担当者に対して「この人はどんな人かな？」という感情も持たれるでしょう。

人は初めて会う人に「警戒心」を抱きます。

皆さんが飼われているペットも、飼い主である皆さんには擦り寄ってきますが、見たことのない人が来るとネコはさーっと隠れたり、ワンは吠えたりします。

それと同じです。

人間ですから、吠えたり、隠れたりはしませんが、「この営業はどんな人かな」、「経験はあるかな?」、「知識は豊富かな」、「無理やり物件を押し付けてきたらどうしよう」など、様々な感情を抱きながら、私たちの発言や提案を聞いています。

最初にお目にかかった際に、お客様の警戒心のハードルを下げる事ができれば、その後の面談がフレンドリーな雰囲気で行進させることができます。

フレンドリーな雰囲気であれば、買い手は私たちからの質問にも答えてくれますし、場合によっては悩みや相談が寄せられるかもしれません。

■私はこんな人間です

不動産仲介営業である程度の成績を出している人の多くは、自己開示や能力開示と言われることを意識的にしています。

例えば「自己紹介プロフィール」。

A4サイズ1枚に自己紹介を面白おかしくまとめて、名刺を渡したあとに時間をいただいて数分自己紹介タイムの環境を作ります。

超有名な生命保険の営業マンの書籍には、「名刺の裏にプロフィール」を入れるという一節がありましたが、彼の書籍がでるずっと前から、仲介営業の世界では行われています。

ただし、全員がしているわけではありません。目的が理解できているごく一部の人だけが継続して行っています。目的を理解せず、カタチだけ真似している会社は長続きせず、すぐに止めてしまいます。

今回は、自己開示や能力開示の目的も含め、買い主との面談を行う際のポイントを継続して解説します。

株式会社RIAコア・ブレインズ

代表取締役 土屋克己

RIAコア・ブレインズのEラーニング：基本編から応用編まで

<https://ria-corebrains.co.jp/about/e-learning>