

《新入社員研修》

購入顧客との面談 ⑦ その3

■集客コストを無駄にしないために

例外なく、顧客と仲良くなった人が仕事はうまくいきます。

仲良くなったからと言って、それで購入していただけるほどこの仕事は甘くありませんが、仲良くなれば顧客の背景が見えてきます。

顧客の背景がつかめないうちで物件提案を行うことは、「この営業はピントはずれているな」と思われるリスクを含んでいます。この業界で、新人さんはエリアの知識や物件知識も乏しく、相場観もなく、質問スキルも身につけていない状態で接客を始めます。

「間」が持たないので、販売図面（物件資料）に逃げたくなり、顧客の背景が分からない状態でバシバシ販売図面を出し続けます。100回に1度くらいはピッタリと行くこともあるでしょう。これを業界では「出会いがしら契約」とか、「パツイチ契約」と表現します。

■顧客に興味を持つ

「営業は聴く仕事」とよく言われます。

顧客のお話をしっかりと伺うことで、ニーズはもちろん、顧客の考え方や価値観が見えてきます。子どもに個別の部屋を与えたい、奥さんに広くて機能的なキッチンで料理を楽しんでもらいたい、会社の同僚がマイホームを購入したので負けたくない、マイホームを購入して親に認めてもらいたい、通勤が不便になるが、介護のため実家の近くに引っ越える…など、不動産やお住まいを購入される方々の動機や目的はさまざまです。

これらのことをうかがわず一方的に、かつ自分が提案したいものをバシバシ提案してもいい結果は得られないでしょう。ほとんどの場合、顧客とのズレが発生し、何十万円もかけて集客をした顧客を初回でダメにしてしまいます。悪気はないのですが、どのようにアプローチをすべきか理解していないので、二度と会ってもらえない状態にしてしまいます。もったいないですね。

顧客に対して傾聴の姿勢を表し、好感を持っていただき、たくさん話をしていただくことで、その後のアプローチや顧客との関わり合いがしやすくなることは少なくありません。

買い手の面談では、「自己紹介のプロフィール」以外にも準備をしておくべきツールがあり、それぞれの目的が決まっています。

今回は、「その他のツール」として、資金計画（資金計画書）について解説します。

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>

2022.9.19 (週刊住宅)