

《新入社員研修》⑩

購入顧客への物件選択と提案 その1

■優先順位の再確認

購入の顧客からヒアリングをした内容や資金計画の結果にもとづいて、市場から物件をピックアップし、提案を行います。今回はその際のポイントを解説します。

会社によって自社で媒介を受けている物件の数や内容が異なります。専任物件を中心に営業展開を行っている仲介業者と、先物（他社物件）を中心に営業を行っている仲介会社とは考え方が異なるので、一般論としてお読みください。

■顧客に提案する物件の優先順位

まずは、自社で買い取った物件や自社の専任（専属）物件があれば、そこから提案できるものがないか検討する。ない場合は自社で受けている一般媒介の物件、そして他社情報（先物情報）という順序になる。

■ポイント

①顧客の希望条件をすべてクリアしている物件はほとんどない。よって顧客の優先順位の高いものが含まれているのであれば、案内候補の物件としてピックアップする。

②収集は顧客の「予算」を意識しながら行い、価格については幅をもたせて（3000万円の希望であれば、3000万～3500万円）収集することを考慮。希望条件が多く含まれている場合、予算を見直す顧客もいる。実際のところ、多くの買い主は、最初にうかがった予算よりも高い物件で契約をしている。

③新築住宅を希望している顧客には、新築の建売住宅だけを探すのではなく、中古住宅も含めて探してみる。新築住宅と中古住宅を比較してもらうことで、「やはり新築がいい」と結論を出してくれることもあり、築年数の浅い中古住宅であれば、「中古だけど、こちらのほうが駅に近い」「こちらのほうが敷地が広い」「中古住宅だけど車が3台取れる」と考え方が変わってくる顧客もいる。顧客のニーズが含まれていることが前提だが、このような発想で市場にある物件を見ることも大切。

④顧客のニーズが多く含まれている物件であれば、顧客の希望エリアでなくても収集しておく。買い主は物件が良ければ、希望エリアが変化することもある。実際に最初に希望したエリアで物件を購入する人は、全体の半数（もしくはそれ以下）。

人間は自分の経験したことからしか、物事を判断できません。

よって、これまでに住んだことのあるエリアや、行ったことのあるエリアが「希望のエリア」となる。

「参考までにご覧になってみませんか」と提案し、現地を見てもらうことで、「キレイな街ですね」「駅前の商業施設が便利です」と考え方が変化する顧客も一定割合存在することを念頭に置いておくことは大切。

次回も引き続き、購入の顧客への物件提案について解説する。

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>