

《新入社員研修》⑪

購入顧客への物件選択と提案 その2

前回に続いて物件選択と提案のポイントについて解説します。

■ポイント

④収集した物件については、できるだけ多く下見をします。基本は「案内のアポイントが取れている物件」と「営業担当者が案内したいと思う物件」が中心ですが、同じ地域に別の物件があれば、今回の顧客にならなくても、下見をしておくことで物件知識が身につく、今後の営業に役立ちます。

⑤販売図面の良し悪しで物件を判断しないようにしましょう。図面がきれいだと良い物件、図面が雑であったり、きたないと悪い物件と思いがちです。しかし現地へ行くと全く逆のケースがあったりもします。大手もしくは中堅の不動産会社のチラシや販売図面は丁寧に作られています、地元でながく経営をされている年配の経営者のなかには、チラシや販売図面の質にこだわらない人もいます。お世辞にもキレイな資料とは表現できないのですが、現地に行くと「いい物件なあ」というケースもあります。

⑥下見の前には、住宅地図上で物件をマークし、下見順に図面をセットしておくことで効率よく下見できます。ただし、案内の際は「顧客が比較対象しやすい順番」で見てもらうことが大切です。案内当日のルートも考えながら物件の下見を行いましょう。

⑦顧客とのヒアリングで得た希望条件や優先順位は、時間の経過と共に変化することがあります。

買い手のほとんどは「安くて、いいもの」という条件で探し始めますが、実際に現地を見たり、不動産会社から説明を聞くことで、知識が身につく「そんな都合のよいものは存在しない」ということに気づきます。そうなりますと、最初に私たちに伝えた希望条件と異なる条件で探し始めます。つまり、予算が少し上がった、希望エリアが広がったりします。

その変化を把握するためにも、物件情報の提供をする際や、物件案内を行う際などに、「その後、どのような条件で不動産サイトを検索されていますか」と質問をしたり、顧客からうかがった希望条件を書類に落とし込み、「前回お伺いした希望条件はこちらですが、その後内容や優先順位に変更があれば、教えてください」と確認しながら商談を進める必要があります。

次回も引き続き、購入のお客様への物件提案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>

2023.1.23 (週刊住宅)