

《売り主への対応力を身につける》1回目

選ばれる担当者とは

昨年度は新入社員様向けに購入顧客に対する営業についての寄稿をさせていただきましたが、2023年度は売買仲介営業における「売り主への対応力強化」についてお伝えします。

■売り主と買い主の特性の違いを理解する

売買仲介営業の顧客は売り主と買い主です。買い主はご自身で物件をご覧になり、ご自身で判断をしながら購入する物件を決めていきます。物件を見る前や現地で私たち営業担当者に質問をしたり、確認をしたりしますが、主体は買い主です。よって買い主の営業担当はサポーター、アドバイザーという役割です。一方売り主はご自身でチラシを配布したり、ご自身の物件を売るために物件紹介のホームページを作ったりしません。販売を行うのは私たち営業担当者です。この違いを理解して仕事をしている人とそうでない人とは成果の出方が変わってきます。

■自分で決めたい(判断したい) 買い主

前述のとおり、買い主はご自身で見て、ご自身で判断したいと思っています。よって、隣にいる営業担当者が「おすすめですよ!」、「一押しです!」と頻りに声をかけると、「うるせーな。買うのはオレだよ。そんなに気に入ったんならお前が買えよ」と心でつぶやきます。そんな営業を継続していると突然電話が通じなくなります。もちろんグイグイ営業して決まるケースもありますが、CSは低く、紹介やリピートにはつながらないでしょう。

■自身では販売活動ができない売り主

一方、売り主は不動産会社(営業担当者)に販売を一任するしかありません。「わたしの不動産を一生懸命に売ってくれるのは誰だろうか」ということを考えながら、私たち営業担当者に査定依頼します。競合は3社、5社、7社と複数あり、「誰が最も正しいことを言っているのか」、「誰が最も働いてくれるのか」、「誰が最も自分の物件を理解してくれているのか」という観点から営業担当者という「人」を選ぼうとしています。そんな売り主に対して、一生懸命さ(アグレッシブな姿勢)を表現せずに、淡々と会話をしても、「この営業はやる気がなさそう」と思われてしまい仕事を任せてはもらえないでしょう。

業界には、買い主にゴリゴリして案件を破壊してしまう営業担当者もいれば、売り主にアグレッシブな姿勢を表現せずに競合負けをする担当者もいます。売り主と買い主の特性が理解できていれば、買い主に対してはアドバイザー的な役割でクロージングまで寄り添う。売り主にはアグレッシブな姿勢を前面に出しながら対応することができます。

逆では本末転倒です。

次回からは売り主に選ばれるために必要となる要素について解説してまいります。

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>