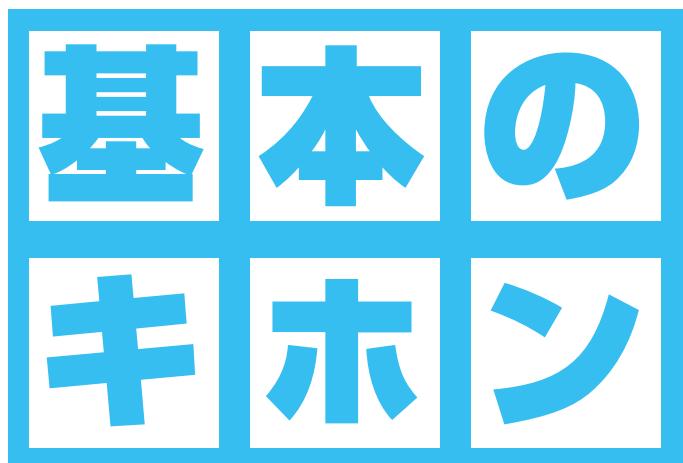


売れている営業マンは、一体どうやって契約しているのか?  
どうやって、お客様の信頼を勝ち取っているのだろうか？

売れている営業マンは知っている

# 住宅営業



売れている営業マンは、一体どうやって契約しているのか  
どうやって、お客様の信頼を勝ち取っているのだろうか

**売れている営業マンは知っている  
『住宅営業・基本のキホン』**

## もくじ

### はじめに

3

### 第一章 『商品力』の先にあるもの

7

### 第二章 お客様を想うマインド

15

### 第三章 住宅営業の仕事は何か？

18

### 第四章 お客様が好きな人は誰か？

23

### 第五章 お客様を理解する

29

### 第六章 お客様との出会いから初回打ち合わせまで

33

### 第七章 プラン提案から契約まで

44

### 第八章 契約後の大切なポイント

52

### さいごに

58

## はじめに

先日、ある工務店の営業マンから電話がありました。

「最近、本当に調子がいいんですよ！ 先月は3棟契約できました。本当にありがとうございます！」と。さらに、次の月も2棟の受注が確定しているとのことでした。

その営業マンが働く工務店は、昨年度、年間4棟という実績だったので、月3棟の受注はそのころからすれば、確かに凄いことなのでしょう。

その営業マンは、そのきつかけを作った私に、わざわざお礼の電話をくれた（お世辞もあるが）のですが、私がアドバイスしたことは、そんなに難しいテクニックを伝えたわけではありませんでした。多少のスキルは伝えたものの、その大部分は、スキルとは関係の無いことを伝えただけでした。

それは、簡単に言つてしまふと、『想い』についてです。

受注を伸ばしていくためには、当然、営業スキル、テクニック、話術も必要となつてきます。でも、それらと同様、いや、それ以上に大切なことが、『想い』なのです。

野球で言えば、「ストレート」が想い。カーブやフォークはテクニックです。

野球は、カーブやフォークだけでは勝てません。ストレートに力があるからこそ、「こぞ」というときに投げ込むカーブやフォークが有効になつてきます。

営業マンも一緒で、基本であるストレートがしつかりしていないと、どんなにテクニックを駆使して、カーブやフォークを投げ込んでも契約には至りません。

たつたそれだけのことを繰り返しあ伝えしていく結果、彼は、毎月コンスタントに受注を獲得できる、立派な営業マンになつていつたのです。

## 住宅営業の重要性について

住宅営業について述べる前に、改めて確認していただきたいことがあります。

今、あなたの会社が取り扱っている商品(住宅)はオリジナルのものでしょうか。それとも、いろいろなメーカーの商材を集めて作り上げた、「寄せ集めの商品」を自社の商品として販売しているのでしょうか。

「突然、何を聞いているんだ?」と思われた方もいるかも知れませんが、この先に進むにあたって、とても大切な質問になるので、真剣に答えて欲しいと思います。

きっと、90%以上の方が、「寄せ集めの商品」を、自社の商品として扱い、お客様に提案しているのではないかと思います。「寄せ集め」というと響きは悪いですが、いわゆる、各メーカーの既製品を集め、一棟の住宅を建てているということです。

これは、決して間違いでないし、何ら悪いことでもありません。まして、恥ずかしい

ことでもなんでもありません。むしろ、この時代、メーカー品を取りまとめて提供することとは当たり前のことなのでしょう。

ここでお伝えしたいのは、このことを理解して、お客様に提案しなければならないということを分かつてもらいたいのです。つまり、今の時代、商品はどの会社でも、メーカーと取引きさえできれば誰もが扱えるものである訳です。そうなると、当然ながら、商品での差別化など、ほぼ不可能であるということを理解しなければいけません。

むしろ、それらの商材を上手く取りまとめて、お客様に提案することに優れている会社が成長しているといつても過言ではないのです。

そのことを理解したあなたなら、この小冊子を読んでいただく価値があるのではないかと思います。今までには、商品に頼った経営でも成長することは可能でした。もちろん、これからも新商材などの情報をキャッチし、更なる商品開発は必要です。しかし、それだけではなく、その先にある、もっと大切なものをしつかり身に付けることが、本当の差別化になるということを、この小冊子でお伝えできれば幸いです。