

# 住宅営業基本マニュアル

売れるセールスパーソンになるために



株式会社コミュニケーション&リーディング

# 住宅営業基本マニュアル

---



## はじめに

昨今の住宅業界では、「商品」による差別化はほとんど不可能になっています。多くの企業は、メーカーの製品を寄せ集め、自社の商品としてエンドユーザーへ提案しているのが現実です。

そう考えると、商品だけの差別化では、他社を圧倒して受注を獲得することは困難です。

最低限、自社がどのような住宅をいくらからいで提供できるのかという、エンドユーザーが判断する基準として「商品」は必要ですが、その先にある「営業力」こそ、他社に負けない会社づくりに絶対必要なスキルなのです。

もし、同じ商品、同じ価格の商品があった場合、消費者は必ずどちらかを選ばなければなりません。その時の選択基準は、「会社」であり、「担当者」なのです。

多少の価格差があった場合でも、多くの場合は、「担当者」の人柄や対応力で受注を得ることが可能です。

それほど、企業にとって「営業力」は必要不可欠なものであり、進化し続けなければならないものなのです。

本マニュアルは、「住宅営業の基本」をまとめたセールスマニュアルです。住宅事業を行う上で欠かせないセールスについての基本的な知識、ツールをまとめています。

基本的な知識と言っても、本マニュアルにまとめた情報は、年間20棟以上の受注を獲得する、いわゆるスーパーセールスパーソンと言われる方々が実際に実践している、実績のある内容から共通するポイントを抜粋しまとめたものです。

もちろん、本マニュアルが住宅営業のすべてではありません。また、この内容だけを実行すれば必ず結果を得られるということでもありません。

本マニュアルを参考にして、貴社が現在行っている営業活動と照らし合わせ、取り入れられるものは取り入れて更なる飛躍の糧にいただければ幸いです。

**(株)コミュニケーション&リーディング**

## 売れるセールスパーソンの基本姿勢

---

## 売れるセールスパーソンの基本姿勢

「営業＝セールスパーソン」という言葉を耳にすると、多くの人は「商品を売りつける人」、「買ってもらうためなら何でもする人」という印象を持っているかもしれません。

実際に、そういった考えで住宅販売を行っているセールスパーソンも存在するので仕方がないことでしょう。

残念ながら、住宅購入を希望するエンドユーザーも、「住宅営業の人は信用できない」という考えを頭の片隅に必ず持っています。それは、日本を取り巻いてきた過去の住宅営業が与えてきた負の遺産です。そう簡単には払拭できない課題です。

「欠陥住宅」「悪徳業者」「悪徳リフォーム」「公共事業」「談合」「売りっぱなし」「倒産」など、住宅業界を取り巻くニュースは常に暗いものであり、住宅購入に関連する書籍にも、必ず「住宅営業パーソンはすぐに信用してはいけない」と書かれているのだから仕方がありません。

それらすべての要素が重なり合って、住宅営業をしているセールスパーソン自身が自分の仕事に誇りを持っていないケースもあるのではないかと思います。

しかし、あなたには、そのような考えで住宅販売を行って欲しくはありません。

大切なことは、住宅業界を取り巻く環境でもなく、他社のセールスパーソンでもなく、あなた自身がどのような考えで、どのような住宅を、どんな方に購入して建ててもらいたいのが大切なのであり、あなた自身がお客様に信頼され依頼を受けることができるかどうかではないでしょうか？

大前提として、エンドユーザーの多くはあなたのことを信用していないかもしれません。むしろ、疑いの目であなたの行動を見ているということの方が多いといっても過言ではないでしょう。

それでも、それらを理解したうえで、信頼につながる1つ1つの行動を心がけることが他社よりも信頼を得るポイントなのです。

家は誰にとっても大切なものであり、数は減少しても、決してニーズはなくなるような市場です。そして、家は簡単に造れるようなものではないため、必ずどこかの業者に頼まなければなりません。

そのため、家づくりを検討しているエンドユーザーは、まず、自分たちでも建てられるかどうかを考え、建てられそうだと判断したら、数ある住宅会社の中からどこに