

コロナ禍だからこそ、今、動くと得だ！と、お客様が思う、セールストーク事例

【電話打ち編】

こんにちは、渋谷です ^^

今回は、

「土地なし客、完全攻略！トップ営業マンのヒミツの方法」

を、ご購入いただきまして、ありがとうございます！

こちらは、特典として、

「コロナ禍だからこそ、今、動くと得だ！と、お客様が思う、セールストーク事例」

を、お送りいたします。

現在、コロナウイルスの影響で、注文住宅に限らず、いろんな分野で、お客様が動いていません。

もちろん、コロナウイルスに感染するのが怖いと言うのも、あると思います。

しかし、もっと心配なのは、コロナウイルスの影響での、景気の先行きに、不安があるのです。

その、お客様の不安を、上回るような提案をしていくのが、売れるコツです。

コロナ禍の、今だからこそ、それが出来るのですね。

そこで、まずは、こちらから、電話打ちで、お客様に仕掛けていきます。

ちょっと、事例を出してみますね。

もうすでに、私が、売れている状態のころです。

ある時、1年以上もの間、売れ残っている分譲地がありました。

売れ残っている土地は、5区画・・・

そこに、私が派遣されたのです。しかも、なんと一人・・・

あ、もちろん、アドバイザーさんは、いらっしやいました。

そこで、私は、アドバイザーさんに聞いて見たのです。

私

「なんで、1年以上も売れないんですか？お客さん来てます？」

アドバイザーさん

「いいえ、まったく来ません・・・」

私

「え？まったくと言うと、どのくらいですか？例えば、土日で何組くらいですか？」

アドバイザーさん

「ゼロです・・・」

私

「は・・・？ゼロって、誰も来ないってことですか？」

アドバイザーさん

「はい、今までの営業さんは、イヤになって、みんな辞めていきました」

アドバイザーさん

「私も、もう、辞めようと思っています・・・」

もう、本当に最悪の状態だったのです・・・

しかし、私も、そうは言ってられません。

残り、5区画！売りきらなければ、いけません！

そこで、アドバイザーさんに、今まで来場してきた、お客様の名簿を見せてもらいました。

決まっていない、お客様の名簿が、約400組・・・

要は、私が、初回接客をしていない、お客様なので、フリー名簿になります。

会ったこともない、もちろん、初回接客もしていない、お客様です。

そこで、私は、電話打ちを、はじめていくことにしました。

もちろん、フリー名簿の1枚目からです。

すると、どうでしょう！1日目の電話打ちで、5件のアポイントが取れてしまいました。

結果、3ヶ月で、5区画すべて、契約することができました。

では、どのような、電話打ちをしていったのか？お話をしますね。

まず、いざ電話打ちをはじめると、あることが分かります。

それは、今までの営業担当者が、ほとんど電話など、お客様にしていなかったということ！

例えば、お客様に電話してみると、

私

「その後、家づくりの方は、進んでいらっしゃいますか？」

お客様

「いいえ、まだです」

私

「何度も、ご連絡させていただいて、ご迷惑だと思いますが、私共の〇〇分譲地は、選定基準に、入ってますでしょうか？」

お客様

「は？行ったのは、去年ですよ。それから、音沙汰なしなのに、検討も何もありません」

私は、びっくりしました。

要は、今までの担当者は、まったく、お客様に連絡をしていなかったのです。

しかも、名簿には、何月何日、お客様に電話をし、断られた・・・

と、ウソっぱちを、書いてあるのです。

電話打ちは、みなさん嫌いです。だから、お客様に電話もしていないのに、会社に向けて、言い訳を書いているのですね。

そこで、私は、これは行ける！と考え、電話打ちをはじめました。

私

「A B Cホームの渋谷と申します。〇〇さんのお宅でよろしいでしょうか？」

お客様

「はい、何でしょう？」

私

「以前、私共の、〇〇分譲地に、ご来場していただいて、ありがとうございます」

私

「もう、どこかで、契約もしくは、お家を建てられましたか？」

お客様

「いいえ、まだです」

私

「そうなんですか？私共のところに来られたのは、〇〇ですよ？」

お客様

「もう、そんなに経ちますかねー」

私

「何か、家づくりを進められない、ご理由でも、おありですか？」

まずは、お客様の話を、聞きに入ります。いきなり、売り込みはしてはいけません。

お客様

「んー、そうですねー、これと言ったことはないんですけど、なかなか・・・」

私

「なかなかと言うと、具体的に、求めている要望など、おありですか？」

お客様

「そうですね・・・」

お客様は、なかなか、本音を話さない。もしくは、何を質問して良いのか？分からない。

そこで、誘いの質問を使って、お客様の本音を引き出していきます。

私

「そういえば、先日の、お客様が、おっしゃっていたのですが、いろいろ見学して廻ったけど、どこが良くて、どこが悪いのか？が分からない、と言われていました。鈴木さんは、いかがですか？」

お客様

「そうなんですよ、もう、どこも良いところと悪いところがあり、決められないんですよ」

私

「そうですよねー、今は、ある程度の住宅メーカーさんであれば、どこも、横並びですからねー！一体、何が違うのか？分からないでしょ ^^」

お客様

「そうなんですよー！」

このあたりで、お客様の本音が出てき始めます。

私

「私でも、よく、友達や知り合いに、どこの住宅メーカーが良いのか？聞かれますけど、正直、分かりませんからね ^^ ;」

ここで、本音トークで、話していきます。

そうすることで、お客様の信頼を得ていきます。

お客様

「え！そうなんですか？」

私

「もう今は、ある程度の住宅メーカーでしたら、住宅の性能は、ほとんど変わりませんよ」

私

「例えば、地震に強い、断熱性がすごいから、光熱費が下がるなどを、基準にしても、今はあまり、意味がないです^^」

私

「それよりも、鈴木さんが、単純に、この住宅メーカーは良いな！と感じたところに、決めれば良いと思いますよ^^」

お客様

「そうなんですねー、いやー、どこも同じに見えて、決めきれないんですよね」

私

「鈴木さんだけじゃありませんよ。他のお客様も、同じですから ^^」

お客様

「あー、やっぱり、そうなんですね」

このように、お客様に、共感していくことが大切です。

私

「ちょっと今、鈴木さんの当時の、アンケートを見させていただいているのですが、地域としては、こちらの周辺でよろしんでしょうか？」

お客様

「そうですね、〇〇周辺で探しています」

私

「どこか、良さそうなところは、なかったのですか？」

お客様

「んー、さっき話したように、決めきれないんですよ・・・」

私

「なるほどー、大きな買い物ですからね。私なんか、クルマを買うだけでも、1ヶ月ぐらい悩みますから ^^ ;」

お客様

「はは、そうですか！クルマでも高いですからね ^^」

私

「ちなみに、私共の分譲地は、どこが、お気に召さなかったのでしょうか？」

お客様

「気に入らないことはないですけど・・・悪くはないですけどね」

私

「実は、私、先日こちらの分譲地に配属になったばかりなんですよー」

お客様

「そうなんですか？」

私

「はい、あと、5区画売れ残っているんですよね。土地自体は、平地ですし、駅も比較的近いんですけどね。普通に考えたら、良い土地だと思うんですが・・・」

お客様

「そうですねー、そこは、駅も近いし、土地もきれいですもんねー」

この、言葉を、お客様から引き出していくのです。

お客様自身が、分譲地のメリットを話始めることが、非常に大切です。

住宅営業マンが、売り込んでしまうと、お客様は、逃げてしまいます。

そこで、お客様自身の口から、あなたの会社のメリットを話してもらうようにしていくことが、非常に大切なんです。

ここから、本音トークで、お客様の信頼を取りに行きます。

私

「実は、私共としても、すでに、1年も売れ残っているので、人件費だけがかかり、早く、引き上げたいと言うのが、本音なんです」

お客様

「まー、そうですねー。赤字になりますもんねー」

私

「そうなんですよね。なので、ある程度の、お客様の期待に答えられる準備はあります」

お客様

「期待に答えると言うと、どういうことですか？」

私

「例えば、多少のサービスや、金額の交渉関係などですね」

お客様

「なるほどー！」

私

「また、モニターとして、他の、お客様の見学会などに使わせていただければ、さらに、お得なサービスを、ご提供できると思います」

私

「それだけ、我社としても、早く、売り切りたい、と言うのが本音なんです」

お客様

「なるほど、そうですねー」

私

「鈴木さんの、選定基準には、我社の分譲地は、入っていませんか？」

お客様

「そんなことはないですけど・・・」

私

「では、もし仮に、我社の条件が、鈴木さんの、ご要望に合うものであれば、前向きに話をすすめていただくことは可能ですか？」

お客様

「そうですね、一度、話を聞いてみないと、何とも・・・」

お客様の方から、「一度、話を聞いてみないと、」と言う言葉が出てきました。

ここで、アポイントを取るのです。

私

「そうですね、それでは、一度、こちらに、お出でになりませんか？」

お客様

「そうですねー」

私

「○日の、○時ごろは、いかがですか？」

ここでは、いきなり、日付を指定していくことが大切です。

いつが良いですか？と、お客様に聞いていたら、アポイントは取れません。

お客様

「そうですね、その日なら大丈夫です」

私

「では、○月○日に、お待ちしております。鈴木さんにとって、良い話ができると思いますよ ^^」

お客様

「そうですか、分かりました ^^」

このような感じで、フリー名簿の中から、1日で、5組のアポイントが取れました。

コツは、売り込まないで、お客様の方から、興味を示してもらえるように、話をすすめていくことです。

お客様が少ないときは、この方法で、何回も住宅展示場に来場してもらいました。

それでは、この事例を、元に、

今、「コロナ禍だからこそ、動くと得だ！」と、お客様が思う、セールストークの、電話打ちのやり方を、お話していきますね。

まず、現状のコロナ禍において、注文住宅を建てる、お客様にとってのメリットは何でしょうか？

それは、

▶ 通常は、住宅営業マンは忙しくて、なかなか土地を探す時間が取れません。しかし、このコロナ禍で、ヒマでして、今なら、じっくり、土地を探すお手伝いができます。

▶ 展示場に、お客様が来場してこないで、土地の情報がたくさん余っています。一度、見に来られませんか？

▶ 通常、人気のある設計士は、なかなか担当に付けられません。しかし、今のコロナ禍で、人気のある設計士も、ヒマなので、担当にできますよ。

▶ 本音を言うと、このコロナ禍で、今、住宅メーカーは、喉から手が出るほど、契約が欲しいんですね。なので、多少の値引きや、サービスは、期待できると思いますよ。

▶ よって、今、家を建てるのが、一番お得である。

これらを、根拠に、セールストークを組み立てていきます。

忘れてはいけないことは、注文住宅が建てたい！と思っている、お客様は、必ずいると、言うことです。

例えば、

住宅営業マン

「もしもし、私、ABCホームの渋谷と申します。鈴木さんでいらっしゃいますか？」

お客様

「はい、こんにちは、いつも、お手紙ありがとうございます」

住宅営業マン

「いいえ、ご迷惑じゃないですか？」

お客様

「そんなことはないですよ」

住宅営業マン

「その後、お住い計画の方は、進んでいますでしょうか？」

お客様

「いいえ、今、こんな状態でしょ？」

住宅営業マン

「コロナですね。すごいウイルスですよね・・・インフルエンザの予防接種は受けられましたか？」

お客様

「あー、打ちましたよ。今、もう、無いらしいですね」

住宅営業マン

「そうらしいですね！私の友達も、病院に4件電話して、やっと注射できたと言っていましたから」

お客様

「そうですか！本当に無いんですね・・・」

住宅営業マン

「やっぱり、コロナがあるので、みんな、インフルエンザの予防はするんでしょうね」

お客様

「まー、そりゃ、そうですね」

住宅営業マン

「うちも、お客様の来場は、サッパリです^^ ;」

お客様

「あー、やっぱり、そうなんですネ・・・」

住宅営業マン

「鈴木さんの会社は、コロナの影響は、受けてませんか？」

お客様

「いやー、受けていますね。何しろ、人が動かないから」

ここから、コロナの話題に持っていきます。

住宅営業マン

「そうですねー、私なんか、今年に入って、1回も外食してませんもんね」

お客様

「そうですか！それは、ストレスがたまりますね・・・」

住宅営業マン

「鈴木さんは、外食はしていますか？」

ここで、誘いの質問で、お客様が、コロナ禍でも動いているか？確認に入ります。

お客様

「そうですね、子供が行きたがるので、気をつけて行くようにしています」

住宅営業マン

「あー、そうですねー。お子さんは、回転寿司など好きですもんねー^^」

お客様

「そうです、そうです、まさに、回る寿司ですよ^^」

住宅営業マン

「きちんと、気をつければ、大丈夫ですね^^」

お客様

「そうですね！渋谷さんも、たまには、外で食事したら良いですよ^^」

住宅営業マン

「そうですね、コロナ対策をしっかりと、たまには、妻と外食してみます^^」

お客様

「きちんと、気をつけていれば、大丈夫ですから」

住宅営業マン

「言われてみれば、そうですね。会社自体に居る時点で、同じですからね」

お客様

「結局、会社勤めだと、同じでしょ？」

お客様の方から、コロナは、気をつければ大丈夫という、言葉を引き出していきます。

住宅営業マン

「そうですね、鈴木さんの会社でも、コロナ対策はされているでしょ？」

お客様

「もちろんですよ、マスクに、消毒はしていますよ。ただ、窓が開かないので、換気は出来ないんですよ」

住宅営業マン

「あー、先日、お打ち合わせをしていた、お客様も、同じことを言っていました。会社だと、窓が開けられないので、換気ができないと・・・」

お客様

「そうですねー」

住宅営業マン

「今、コロナ禍で土地が、安くなっているので、先日、お客様をご案内するときも、クルマ2台で、行きましただからね。念には念をですね^^」

ここで、他の、お客様の事例を出し、お客様の買う気をUPしていきます。

お客様

「え？今、土地が安くなってるんですか？」

住宅営業マン

「はい、コロナ禍ですからね。お客様が動いてないんですよ。早く売りたい地主さんは、金額を下げている傾向にあります」

お客様

「そうなんですか！」

住宅営業マン

「ただ、ここまで安くしか売れないなら、もう売らないと、言われている地主さんも、出てきていると、不動産屋さんが言っていました」

住宅営業マン

「不動産屋さんが、言っていましたけど、これから、二極化してくるんじゃないかと・・・
要は、お金に余裕がある地主さんは、今は、安すぎるから売らない。今、コロナ禍で困っている地主さんは、安くても、土地を早く売りたい、と、このような感じになってくると、予想しているみたいです」

お客様

「そうなんですか？」

住宅営業マン

「今、コロナ禍で、土地を探している、お客様自体が、動いてないんですね」

住宅営業マン

「なので、比較的、土地がダブついているんですよ」

お客様

「そうなんですか！」

住宅営業マン

「はい、それを知っている、お客様は、今、動いていますよ。ライバルがないので」

他の、お客様のことを例にあげて、他の、お客様は、今がチャンス！と考えて、動いていると言うことを、伝えていきます。

住宅営業マン

「また、今は、お客様が少ないので、私共も、じっくり、土地を探せますから ^^」

お客様にとっての、メリットを伝えます。

住宅営業マン

「通常の状態ですと、ここまで、土地を探す時間は、ありませんからね^^ ;」

お客様

「そうなんですかー、ぜんぜん、知りませんでした」

住宅営業マン

「いえいえ、手紙には、書いてありましたよ^^」

お客様

「そうですか！気づきませんでした・・・」

住宅営業マン

「要は、不景気のときの方が、土地が売れないので、当然、安くなります。今は、コロナの影響が大きいですね」

住宅営業マン

「特に、今のコロナ禍では、どこの住宅メーカーも、契約が欲しいのが本音です」

ここから、本音トークを展開していきます。

お客様

「まー、そうですねー」

住宅営業マン

「それは、我社も同じです。家づくりのコツというか、経済自体に詳しい方は、不景気や、今回のような、コロナ禍を狙って、お得な、家づくりをしてますよ^^」

お客様

「と言うと、どういうことですか？」

住宅営業マン

「要は、コロナの影響で、どこの住宅メーカーも、非常にきびしい状態なんですね」

お客様

「ええ、今は、どこもそうですよね」

住宅営業マン

「こんなことを、私が言うのも何ですが、ヒマなわけです^^ ;」

住宅営業マン

「例えば、このような状況下になると、日頃は、人気がある設計士は、なかなか、担当になれませんが、今なら、ヒマなので、カンタンに担当してくれます」

お客様にとっての、メリットを伝えていきます。

住宅営業マン

「また、展示場に来場してくる、お客様が少ないので、土地の情報もダブついていますしね」

ここも同じです。お客様にとっての、メリットを伝えていきます。

お客様

「そうなんですかー！」

住宅営業マン

「はい、今、家を建てる、お客様は、本当に頭が良くて、私自身も、感心させられます」

かしこい、お客様は、今をチャンスと捉えていることを伝えてあげます。

お客様

「そうですねー！」

住宅営業マン

「また、会社としても、このコロナ禍で、契約数が少ないでしょ？だから、金額の交渉も有利になりますし、例えば、オプションをサービスしてくれたりするんですよ」

ここで、いかに、今、家づくりをすると、お客様が得をするか、を伝えていきます。

住宅営業マン

「ま、こんなことを、私が言うてはマズイんですけど・・・」

住宅営業マン

「今、お打ち合わせさせている、お客様も、非常にお得だと、喜ばれています。鈴木さんは、いかがですか？」

お客様

「そうですね、そう言われると、今がお得かもしれませんね」

お客様から、このような言葉が出てきたら、アポイントを取るタイミングです。

住宅営業マン

「新しい土地情報もありますので、遊びがてら、見に来られませんか？」

実際に、アポイントの打診をします。

お客様

「そうですねー」

住宅営業マン

「コロナが心配であれば、夜に来られれば、他の、お客様はいないので、安心ですよ^^」

夜に、来てくれるような、お客様は、本気客です。

お客様

「あー、そうですねー！」

住宅営業マン

「今週、土曜日の夜7時ぐらいは、いかがですか？」

ここで、「どうしますか？」と言ったら、お客様は悩んでしまいます。

アポイントの打診では、こちらから、日程と時間を指定してしまうことが大切です。

お客様

「今週の土曜日は、何かあったっけな？そうですね、はい、大丈夫です」

住宅営業マン

「では、今週、土曜日の夜7時に、お待ちしておりますね^^」

お客様

「はい、分かりました」

住宅営業マン

「鈴木さんが、来られる前に、展示場の換気も、しておきますので^^」

お客様

「ありがとうございます」

このように、

「今、このコロナ禍で、家を建てるのと、大変、お得ですよ！」

これを、お客様に伝えていきます。

もちろん、コロナ対策は、十二分に必要ですよ。

日頃から、しっかりと、追客をしていれば、アPOINTは取れてしまいます。

ぜひ、ためしてみてくださいね！

それでは、よろしく願いいたします。