

**あなたが住宅営業マンとして成功するための  
チェックリスト100選！**

---

SHIBUYASYSTEM シブヤシステム

渋谷 道長

# ご利用にあたって

---

## 【著作権について】

本書の著作権はすべてシブヤシステムに帰属します。

本書の一部または全部を著作権者の承諾を得ずにホームページ・書籍・電子ファイル・DVDなどにより、複製、流用転用、転売することを禁止いたします。

また、無断転載や公開も禁止事項となります。

## 【免責事項】

本書は利用者が行う事業の業績向上に資することを目的としておりますが、本書を利用する事に生じたいかなる結果について、シブヤシステムは、一切の責任を負うものではありません。

# 住宅営業コンサルタント 渋谷道長（しぶやみちなが）

---

こんにちは、住宅営業コンサルタントの渋谷道長です。

こちらのチェックシートでは、

- ・ マインドセット編
- ・ 行動力編
- ・ 初回接客編
- ・ アポイント編
- ・ 追客編
- ・ 商談編
- ・ 最終クロージング編
- ・ 契約後の動き編
- ・ 紹介営業編
- ・ 売れない住宅営業マンの特徴編

のカテゴリに分けて、売れるために、最低限の必要な項目を  
100リスト用意しています。

1つ1つ、できているか、チェックしてみてくださいね。

あなたが、売れるようになるために、ぜひ利用して下さい。

## ● マインドセット編

<input type="checkbox"/>	<b>1</b>	絶対に、売れるようになるという、決意はある！
<input type="checkbox"/>	<b>2</b>	お客様の立場になって、営業活動が出来ている
<input type="checkbox"/>	<b>3</b>	住宅を売る！という気持ちよりも、お客様の希望している未来を、叶えてあげると言う気持ちがある
<input type="checkbox"/>	<b>4</b>	自己投資は、常に行っている
<input type="checkbox"/>	<b>5</b>	自社に合わない、お客様を切る勇気がある
<input type="checkbox"/>	<b>6</b>	なぜ、住宅営業マンをしているのか？と聞かれたら、ハッキリとした、答えを言える
<input type="checkbox"/>	<b>7</b>	売れないときでも、落ち込まず、行動を続けられる
<input type="checkbox"/>	<b>8</b>	売れるようになり、年収が上がったら、プライベートで、どんなことがしたい！という、具体的な内容がある
<input type="checkbox"/>	<b>9</b>	契約が取れなかった時、上司から怒られることを、必要以上に気にしていないか？
<input type="checkbox"/>	<b>10</b>	あなたが担当したら、お客様は、良い住宅が建てられることができる！という、自信がある

## ● 行動力編！

---

<input type="checkbox"/>	<b>1</b>	コツコツと努力できた人間が、最終的に勝つと考えている！
<input type="checkbox"/>	<b>2</b>	やることリストを、前日に考え、実際に実践している
<input type="checkbox"/>	<b>3</b>	手帳は、きれいに使っているか？（意外に、お客様に見られています）
<input type="checkbox"/>	<b>4</b>	お客様のことを、常に考えている
<input type="checkbox"/>	<b>5</b>	毎月の、契約リストを作成している
<input type="checkbox"/>	<b>6</b>	契約を取るために、営業戦略を、ノートの上で考えている
<input type="checkbox"/>	<b>7</b>	住宅のプランが描ける（カンタンでOK）
<input type="checkbox"/>	<b>8</b>	毎日、電話打ちと、手紙を、出し続けている
<input type="checkbox"/>	<b>9</b>	お客様からの連絡は、1秒で返す気持ちで、行動している
<input type="checkbox"/>	<b>10</b>	将来の夢を、ハッキリ持っているか？これにより行動が変わってくることを、自覚しているか？

## ● 初回接客編

<input type="checkbox"/>	<b>1</b>	初回接客での、アポイント率を、数字で把握しているか？
<input type="checkbox"/>	<b>2</b>	初回接客の台本を、しっかりと作成しているか？
<input type="checkbox"/>	<b>3</b>	お客様のニーズを、しっかりとヒアリングできているか？
<input type="checkbox"/>	<b>4</b>	自社の住宅の説明ばかりし、説明マシンになっていないか？
<input type="checkbox"/>	<b>5</b>	お客様のアンケート情報と、ニーズを取り違えていないか？
<input type="checkbox"/>	<b>6</b>	接客の際、お客様の前を歩いて案内しているか？後ろから、ついて行く形になっていないか？
<input type="checkbox"/>	<b>7</b>	建替え客と、土地なし客の接客を、きちんと分けているか？
<input type="checkbox"/>	<b>8</b>	図面を描いて、金額を出してみないと、検討のしようがないことを、お客様に理解してもらっているか？
<input type="checkbox"/>	<b>9</b>	アポイントが、確実に取れるような、初回接客が出来ているか？
<input type="checkbox"/>	<b>10</b>	初回接客から、お客様に対して、テストクロージングをかけているか？

## ● アポイント編

<input type="checkbox"/>	1	単純に、資料を届けるだけの、アポイントになっていないか？
<input type="checkbox"/>	2	アポイント当日、話が出来ず、そのまま、お客様を帰していないか？
<input type="checkbox"/>	3	アポイントのあと、話ができるようにしているか？
<input type="checkbox"/>	4	アポイント時に、お客様に何も伝えず、上司などを、同行させていないか？
<input type="checkbox"/>	5	アポイント当日まで、お客様を放ったらかしにしていないか？
<input type="checkbox"/>	6	お客様も仕事をしているので、アポイントまでに、買う気が落ちてくる事を理解している
<input type="checkbox"/>	7	アポイントまでに、資料などを手紙を添えて、送っているか？
<input type="checkbox"/>	8	現場見学会などのアポイントの場合、どのような特徴の住宅か、お客様に知らせているか？
<input type="checkbox"/>	9	アポイントの前日には、きちんと確認しているか？
<input type="checkbox"/>	10	現場などの見学の場合、お客様用のヘルメット、長靴、作業着などを、準備しているか？

## ● 追客編

<input type="checkbox"/>	<b>1</b>	初回接客で、アポイントが取れなかった場合の、追客に入る準備をしている
<input type="checkbox"/>	<b>2</b>	追客に入る場合、競合他社にトラップをかけている
<input type="checkbox"/>	<b>3</b>	お客様と連絡が付く、電話番号や、時間帯を確認している
<input type="checkbox"/>	<b>4</b>	お客様に送る、資料は事前に準備している
<input type="checkbox"/>	<b>5</b>	お客様に送った資料は、誰に何を送ったのか？管理している
<input type="checkbox"/>	<b>6</b>	毎日、手紙を、いろいろなお客様に送っている
<input type="checkbox"/>	<b>7</b>	毎日、戦略的に、追客しているお客様に電話している
<input type="checkbox"/>	<b>8</b>	お客様の情報は、正確に把握している（追客名簿など）
<input type="checkbox"/>	<b>9</b>	追客から商談に上がれるような、戦略を持っている
<input type="checkbox"/>	<b>10</b>	自分のメディアを持っている。例えば、ブログやSNS、YouTube

## ● 商談編

<input type="checkbox"/>	<b>1</b>	商談に入る前に、テストクロージングをしている
<input type="checkbox"/>	<b>2</b>	商談前に、お客様に対して、契約までのスケジュール表を提示している
<input type="checkbox"/>	<b>3</b>	商談は、できるだけ、平日の夜に出来るよう、心がけている
<input type="checkbox"/>	<b>4</b>	毎回、商談に入る前に、お客様と、前回の内容を確認している
<input type="checkbox"/>	<b>5</b>	毎回、商談に入る前に、お客様に対して、今回の打ち合わせ内容を説明している（所要時間も含む）
<input type="checkbox"/>	<b>6</b>	毎回、商談毎にオプションなどを含め、金額を見せて、お客様の確認を取っている
<input type="checkbox"/>	<b>7</b>	お客様の要望があれば、その場で図面を描いて見せている
<input type="checkbox"/>	<b>8</b>	商談の前日には、お客様内容を見ながら、戦略を立てている
<input type="checkbox"/>	<b>9</b>	商談が終わったあと、すぐに内容をまとめ、手紙と一緒に、その日の打ち合わせ内容を、お客様に送っている
<input type="checkbox"/>	<b>10</b>	商談と商談の間に、お客様に手紙や、電話をしている

## ● 最終クロージング編

---

<input type="checkbox"/>	<b>1</b> 最終クロージングは、1回しかチャンスがないと理解している
<input type="checkbox"/>	<b>2</b> 最終クロージングを、月末に強引にしていないか？
<input type="checkbox"/>	<b>3</b> 月に、3組以上の、最終クロージングができるお客様がいる
<input type="checkbox"/>	<b>4</b> 最終クロージングの前に、お客様の不安や疑問を、すべて解決している
<input type="checkbox"/>	<b>5</b> 最終クロージングのための、ツールを持っている
<input type="checkbox"/>	<b>6</b> 最終クロージングのタイミングを理解している
<input type="checkbox"/>	<b>7</b> 最終クロージングの前日に、戦略を練りロープレを行っている
<input type="checkbox"/>	<b>8</b> 最終クロージングをかけて、断り文句が出た場合の対策も、きちんと毎回、準備している
<input type="checkbox"/>	<b>9</b> 最終クロージングの日程は、競合他社よりも、一番最後に設定している
<input type="checkbox"/>	<b>10</b> 契約の頭金は、会社の規定通りの金額で頂いている

## ● 契約後の動き編

<input type="checkbox"/>	<b>1</b>	契約時に、設計士を紹介し、お客様を引き継いでいる
<input type="checkbox"/>	<b>2</b>	契約時に、次回の打ち合わせの日程を先に決めている
<input type="checkbox"/>	<b>3</b>	契約後の、設計打ち合わせには、出なくて良いようにしている
<input type="checkbox"/>	<b>4</b>	設計打ち合わせの内容を、設計士に確認し、きちんと把握している
<input type="checkbox"/>	<b>5</b>	設計打ち合わせ毎、お客様に連絡している
<input type="checkbox"/>	<b>6</b>	設計打ち合わせに出ないかわりに、打ち合わせテーブルの上に、毎回、手紙を置いている
<input type="checkbox"/>	<b>7</b>	契約後のお客様にも、きちんと手紙を書いて、フォローしている
<input type="checkbox"/>	<b>8</b>	お客様が打ち合わせで困らないよう、駐車場、飲み物、喫煙所、お手洗いなどの情報を、最初に、きちんと伝えている
<input type="checkbox"/>	<b>9</b>	打ち合わせは疲れるので、チョコレートなどのお菓子を、準備している
<input type="checkbox"/>	<b>10</b>	金額がオーバーしないよう、予算管理は、しっかり行っている

## ● 紹介営業編

<input type="checkbox"/>	<b>1</b>	営業の最終目的は、紹介営業と心得ている
<input type="checkbox"/>	<b>2</b>	契約時に、誰かご紹介いただけないか、お客様に伝えている
<input type="checkbox"/>	<b>3</b>	地鎮祭には、長靴や作業着を持参し、率先して、お手伝いをしている
<input type="checkbox"/>	<b>4</b>	地鎮祭に来られる、親戚などにも、きちんと自己紹介し、名刺を渡し、紹介してほしいと伝えている
<input type="checkbox"/>	<b>5</b>	地鎮祭や入居時に、その近隣にポスティングしている
<input type="checkbox"/>	<b>6</b>	工事中に、現場をまわり、職人さん達に差し入れをし、名刺を渡し、紹介できる人がいないか、お願いしている
<input type="checkbox"/>	<b>7</b>	社内営業を行い、社内の知り合いの紹介も、もらえるようにしている
<input type="checkbox"/>	<b>8</b>	お客様が入居したあと、親戚や友達に新築しました！という手紙を代わりに作成している（自社で建てたという形で）
<input type="checkbox"/>	<b>9</b>	入居後にも、お客様に対して、手紙や連絡を定期的にとっている
<input type="checkbox"/>	<b>10</b>	年に1回は、お客様からの紹介がある

## ● 売れない住宅営業マンの特徴編

<input type="checkbox"/>	<b>1</b> 何も行動していないのに、売れないと、悩んでいる
<input type="checkbox"/>	<b>2</b> 売れる方法を知らない
<input type="checkbox"/>	<b>3</b> まったく、売れるための勉強をしない
<input type="checkbox"/>	<b>4</b> 清潔感がない
<input type="checkbox"/>	<b>5</b> 売れるためには、飛び道具があると思っている
<input type="checkbox"/>	<b>6</b> 毎月毎月、自転車操業のような、営業スタイルである
<input type="checkbox"/>	<b>7</b> 社内営業を、まったくしない
<input type="checkbox"/>	<b>8</b> 住宅展示場で待機中も、電話打ちや、手紙も書かない
<input type="checkbox"/>	<b>9</b> ムダな、付き合い残業をしている
<input type="checkbox"/>	<b>10</b> クルマが、汚い・・・