

**コロナ禍で、週末に住宅展示場の予約が一杯になる
住宅会社の3つの秘密！**

シブヤシステム 渋谷道長

こんにちは、渋谷です ^ ^

こちらの、レポートでは、

「コロナ禍で、週末に住宅展示場の予約が一杯になる住宅会社の3つの秘密」

について、お送りいたします。

では、早速、行きますね ^ ^

今、このコロナ禍において、集客できている住宅会社と、まったく、お客様が来ないと言う、住宅会社に、ハッキリと分かれています。

単純に、住宅展示場や、完成現場見学会で、お客様を待っていても、普通に来ないのですね。

この、コロナ禍は、きちんと集客できる、住宅会社にとっては、ものすごい、チャンスなのです。

お客様が来ないと、悩んでいても、行動しなければ、当然、お客様は来場してくれません。

そこで、どうやれば、集客が出来るのか？

そのコツを、3つ、お伝えしていきます。

● まずは、1つ目！電話打ち！

まずは、電話打ちです。

会社にある、フリー名簿や、自分の名簿の中にある、お客様に対して、コンスタントに電話をかけて行く方法です。

意外に、この電話打ちをやらない、住宅営業マンの方って多いです。

そういう私も、住宅営業マンになったばかりの頃は、電話打ちが本当に嫌いでした。

しかし、売れている住宅営業マンの方は、確実に、電話打ちをしています。

例えば、私が、契約が取れないで悩んでいたとのことでした。

ある先輩から、こんなことを言われました。

先輩

「渋谷君、あの、〇〇さんを見ててごらん。よく、電話をしているから」

そう言われた、私は、そのトップセーラーの先輩を、よく観察するようになりました。

すると、やはり、常に電話打ちをしているのです。

- ・ 会社に戻ると、すぐに、お客様に電話！
- ・ 住宅展示場での待機中でも、お客様に電話！

本当に、常に、お客様に電話しているのです。

電話打ちは、誰でも、したくないものです。当然、私も同じでした。

しかし、電話打ちは、このコロナ禍の中では、非常に効果があります。

例えば、当時、あるキャンペーンをした時のことです。

住宅営業マン全員の、名簿にのってある、すべてのお客様に対して、その、キャンペーンの案内をしたのです。

要は、DMですね。

それはそれは、ものすごい数でした。

宛名は、もちろん、タックシールを、貼り付けただけ・・・

それを、一斉に、お客様全員に発送しました。

そして、お客様からの問い合わせを待っていました。

では、その結果はというと・・・

ものの見事に、ほとんどの住宅営業マンには、お客様からの問い合わせは、来ませんでした。

しかし、いつも、電話打ちをしている、住宅営業マンの先輩のところには、3件も問い合わせが来たのです。

問い合わせが来るということは、非常に興味があるということです。

そして、その先輩は、ひと月で、その3組の、お問い合わせのあった、お客様と全員、契約を取ってしまったのです。

これが、日頃から、電話打ちをしている効果です。

それから、私も、電話打ちを積極的に、実践していきました。

これが、本当に効果があるのです。

最初は、私も、お客様に電話をするのが、イヤでした。

しかし、続けていると、なんともなくなるのです。

要は、慣れなのですね。

私も、毎日、毎日、お客様に電話をしていました。

最終的には、電話打ちが、ものすごく得意になるところまで行ったのです。

そうすると、アポイントが取れ始めてくるので、電話打ちが楽しくなってきます。

私でも、電話打ちをはじめてから、週末に、多いときは、5件のアポイントがあったくらいです。

ただ、5件ものアポイントを取ってしまうと、1件1件、内容が薄くなるので、やめておいた方が良いです。

さらに、何か会社で、催し物があったときは、私が社内で、一番アポイントを取っていました。

それは、常日頃から、お客様に電話で、コミュニケーションを取っていたからです。

現場見学会や、ものすごくカッコ良い住宅が出てきたならば、速攻で、お客様に連絡し、一番多いときは、2日で7組のアポイントを取れるようになっていたのです。

それだけ、電話打ちには、見込み客を見つける効果があるということなんですね。

特に、このコロナの時代、一番理にかなった方法、

それが、電話打ちなのです。

私から言わせれば、電話打ちをしないなんて、見込み客を溝に捨てているようなものです。

まずは、電話打ちの練習として、フリー名簿のお客様への電話から、はじめてみてください。

私も、そうしましたから ^ ^

いきなり、本命のお客様に電話をして、撃沈するよりも、まずは、フリー名簿で電話打ちの練習をする。

そして、慣れてきたら、本命のお客様に電話をしていくと良いですよ。

ぜひ、電話打ちの達人になって、アポイントを、ガンガン取ってくださいね！

・電話打ちから、見込み客にしていく方法は、こちらで詳しく解説しています。

<https://shibuyasystem.com/denwauti>

● 2つ目！ポスティング！

ポスティングは、今でも、非常に効果があります。

しかし、住宅会社で、ポスティングをしているところは、意外に少ないのです。

ポスティングをしてない会社が、少ないからこそ、効果が高いのですね。

例えば、新築マンションや、中古マンションの場合、たくさんのポスティングを行っています。

ピザ屋さんなんかも、そうですね。

これは、費用対効果が高いからです。

カンタンに言うと、お客様が来るからです ^^

しかし、なぜか、住宅会社の場合、ポスティングをしません。

例えば、私はが、コンサルさせていただいている、住宅メーカーさんも、同じでした。

私が、何回も何回も、ポスティングをすすめても、なかなか、行動に移さないのでですね。

理由は、単純です。面倒くさいから・・・

今までは、住宅展示場で、集客できていたので、そこから、離れられないのです。

それで、お客様が来ない！と悩んでも、仕方ありません。

また、現場見学会や、完成現場見学会も同じです。

ほとんど、ポスティングを行いません。

ポスティングと言っても、たった1回、配っただけでは、意味がありません。

お客様は、いつ、動き出すか？分からないのです。

そのタイミングで、チラシが入っていれば、お客様は動き出します。

だからこそ、常日頃から、ポスティングをしていく必要があるのです。

例えば、完成現場見学会を行うとします。

その場合、1週間前に、ポスティングでは遅いのです。

お客様だって、予定があります。

完成現場見学会の、ご案内のチラシは、2ヶ月前ぐらいから、毎日、ポスティングを行うことが、重要です。

そうすることで、お客様も、行くかどうか、検討する時間ができるのですね。

これが、1週間前だと、検討も何も、心の準備ができないのです。

お客様は、非常に、お尻が重たいです。

だからこそ、2ヶ月前ぐらいから、完成現場見学会のお知らせを、しておくことが大切なのですね。

また、ポスティングを行う数は、何百通では、絶対に、少ないです。

最低限の数は、1週間で、一人あたり、5000枚から、1万枚です。

これを、常に、行うようにします。

すると、必ず、お客様は来場してきます。

例えば、完成現場見学会があったとします。

**そうならば、2ヶ月前から、1週間に、一人当たり、5000枚から1万枚を、
ポスティングしていくのです。**

これを、完成現場見学会が、予約でいっぱいになるまで、続けていきます。

すると、ほとんどの場合、予約で、いっぱいになります。

お客様が来るのに、多くの住宅会社は、ポスティングを行いません。

行っても、ちょっとだけです ^^ ；

あなたの自宅には、マンションや、いろんなチラシが、配られていると思います。

しかし、注文住宅のチラシは、少ないと思いませんか？

ここに、チャンスがあるわけです。

次は、ポスティングのコツです。

まず、マンションや賃貸住宅に、ポスティングを行えば、数はかせげます。

しかし、当然、土地なし客が、集まってくるのですね。

もちろん、土地なし客で良い！と考えているのならば、何も問題はありません。

しかし、やはり、建て替え客の方が、ガゼン良いわけです。

当たり前ですね、土地を探す必要がないのですから。

建て替え客を、集めたいのならば、一戸建てに、ポスティングをしていく必要があります。

例えば、古い、昔の分譲地などの、戸建てです。

そこに、どんどん、ポスティングを行っていくのです。

もちろん、戸建てへのポスティングは、大変です。

だからこそ、効果が高いのですね。競合他社は、やっていませんから・・・

私の場合、ポスティングをするときは、私服に着替えて、自転車で、住宅展示場の周辺の、古い戸建ての分譲地にしていました。

すると、あるお客様が、チラシを持参し、このように言っていたのです。

お客様

「戸建てだと、こんなチラシって、ほとんど入ってこないんですよね」

いかがですか？

これが、お客様の声なのです。

ポスティングは、たしかに大変です。

しかし、大変だからと言って、大きなマンションや、数がさばける賃貸マンションに、ポスティングをしても、土地なし客が来るのです。

私のやり方は、最初に苦しんで、あとで楽をするというものです。

戸建てに、ポスティングをするのは、大変です。

しかし、私がポスティングした、お客様が、私を指名して来場してくれる。

もう、ほぼ、決まったようなものです。

一生懸命に、ポスティングをして、土地なし客ばかりでは、本当に大変です。

せっかく、がんばって、ポスティングしているのです。

やはり、契約しやすい方が、良いに決まってますよね ^ ^

ただし、ポスティングで、お客様が来場してきても、初回接客が上手く出来なければ、何の意味もありません。

要は、たくさんの、お客様が来場してきても、契約出来なければ、意味がないのです。

・そのためには、初回接客を強化しておくことが、大切ですよ。

<https://shibuyasystem.com/dvd3>

● 3つ目！自分のメディアを持つ！

今は、自分のメディアを持つことは、当たり前時代になっています。

メディアとは、テレビとかではないですよ ^ ^ ；

メディアとは、ブログやSNS、ユーチューブなどのことです。

このコロナ禍では、自分のメディアを持っておくと、非常に強いです。

例えば、このコロナ禍で、新規のお客様が、非常に少なくなっています。

ということは、あなたと、新規のお客様をつなぐ手段がないのですね。

そこで、効果が絶大な、メディアの出番となります。

すでに、ユーチューブなどで、集客を成功させている住宅会社もありますよね。

やはり、動画は強いのです。

ただし、なんでもかんでも、情報を発信すれば良いとは、限りません。

住宅会社さんの、ユーチューブを見ていても、私ですら、ん？と、よく意味が分からないと言うことが、たくさんあります。

要は、むずかしい言葉を使って、ものすごく細かいところまで、説明している場合などが、それにあたります。

お客様は、そのような小難しい、動画は見てくれません。

やはり、いくらインターネットと言えど、画面の先には、お客様という人間がいるのです。

そこを、きちんと押さえていないと、いくらメディアを使って、情報を配信しても、まったく意味がなくなるのですね。

住宅営業マンが、自分のメディアを持ち、発信していくには、コツがあります。

それは、あなたの会社で、家を建てると、どんな未来が、待っているのか？

要は、あなたの会社で、家を建てると、お客様は、どうなるのか？

これを、徹底的に伝えることが大切です。

その筆頭が、実際に、あなたの会社で、家を建てた、お客様の声です。

極論を言うと、住宅性能など、どうでも良いのです。

あくまでも、極論ですよ。住宅性能は、実際には、どうでも良くありません ^ ^ ;

ただ、情報を発信するときに、あなたの会社の住宅性能ばかり、見せられても、

お客様は、ワクワクしないのですね。

ワクワクしないと言うことは、来場もしてくれないと言うことです。

ここを、勘違いしてしまうと、いくら、情報発信をしても、意味がありません。

あなたの会社で、家を建てたら、どうなる？

これが、キモです！

これは、初回接客でも、まったく同じことが言えます。

しっかりと意識しておきましょう ^^

では、住宅営業マンとして、自分のメディアは、どれが良いのか？

それは、ブログです。

もちろん、ユーチューブが出来れば、それに越したことはありません。

しかし、そのような時間は、ないと思います。

そこで、ブログになるわけです。

逆に、SNSは、あまり向いていません。

理由は、投稿が、どんどん流れていってしまうからです。

それよりも、記事をストックできる、ブログが住宅営業マンには、最適です。

ブログを書くコツは、あなたの追客中の、お客様一人一人に向けて、記事を書くこと！

要は、あなたの、お客様が知りたいことを、記事にしていくということですね。

すると、その記事を読んでいる、お客様が、

「これは、私達にピッタリだ！」

と感じてくれるのです。

逆に、良くないのが、全体のお客様に向けた記事です。

全体のお客様に向けた内容だと、記事の内容が、フワッとした感じになります。

ここは、注意が必要です。

それでは、お客様が知りたいことを、知るには、どうすれば良いのか？

それは、お客様に聞けば良いわけです。

例えば、初回接客での、ニーズの聞き取りも、その一つですね。

そのニーズに答えるように、ブログの記事を書いていけば良いわけです。

もう一つは、ブログの中から、質問をいただくことです。

例えば、このような無料のフォームがあります。

<https://www.form-mailer.jp/>

これであれば、無料で、お問い合わせのフォームなどを、カンタンに作れます。

そこから、お客様の声を、吸い上げれば良いのです。

ここで、一つ、注意点があります。

それは、お問い合わせフォームの記入欄を、なるべく、カンタンにすることです。

よく、氏名に住所、郵便番号、電話番号、メールアドレスなどなど・・・

このように、たくさんの記入欄を、設けてしまうと、まったく、お問い合わせは来ません。

お問い合わせの目的は、お客様の質問が欲しいということです。

なので、名字と、メールアドレスだけ、記入していただければ良いですね。

そうすることで、お客様も、お問い合わせの壁が、低くなります。

あなたのブログを、追客している、お客様が読んでくれいたら、完成現場見学会などの予告をすれば、来場してくれます。

これが、ブログの一番のメリットです。

そして、完成現場見学会の写真などを、ブログに掲載していく。

あとは、これを繰り返していくだけ ^ ^

ブログでの、完成現場などの案内なので、売り込みにはなりません。

これも、ブログの良いところですね。

ただし、ブログにも、一つ注意点があります。

それは、ブログを書くこと自体が、目的になってしまうということ・・・

よく、見かけますよね。

ブログ、今日で、何日目・・・

これは、ブログを書くことが目的になってしまっている証拠です。

別に、ブログが何日目更新など、どうでも良いことです。

大切なことは、あなたのところに、お客様を呼び込むことなんですから ^^

できる範囲で、行えば、ぜんぜん、問題ありませんよ。

さらに、住宅営業マンの方には、もう一つ、注意して欲しい点があります。

**それは、フェイスブックやインスタグラムなど、個人用として投稿している媒体
です。**

ここに、変なことは書かない方が良いです。

お客様は、必ず、あなたのSNSをチェックしています。

そのときに、あまり印象のよくないものは、掲載しないことが大切です。

**逆に言うと、SNSで、あなたの人柄や、家族との良好性などを、掲載すると、
お客様に、信頼されますよ。**

SNSも、使い方によっては、真逆の効果を出してしまいますから、注意が必要です。

また、追客から、どうやってブログを活用し、見込み客にしていくのか？

・こちらで、詳しく解説しています。

<https://shibuyasystem.com/dvd4>

● 最後に・・・

この、コロナ禍で、新規客は、どこの住宅会社も減っています。

だからこそ、さらなる営業力の強化が、必要になってきます。

コロナだから、と諦めて、今、何もしなければ、いざ、コロナが終息したときに、
がんばった人間と、何もしなかった人間で、大きな差が生まれるのは必至です。

逆に言えば、お客様が少ないのを利用して、どんどん、勉強していきましょう！

それが、あとあと、あなたの財産になるはずです ^^

やるか、やらないか、ですよ！

それでは、よろしく、お願い致します。

PS：こちらの、レポートのご感想をいただけると、非常にうれしいです ^^

● 教材一覧

- ・一瞬で競合他社に差をつける！あなたが売れる住宅営業マンになる方法（実践編）

<https://shibuyasystem.com/manual-1>

- ・住宅営業の基本！あなたが売れる住宅営業マンになるためのベーシックセミナー

<https://shibuyasystem.com/dvd1>

- ・初回接客ですべてが決まる！あなたが、お客様に選ばれるための「売れる方法！」

<https://shibuyasystem.com/dvd2>

- ・売れる住宅営業マンになるための、初回接客実践セミナー

<https://shibuyasystem.com/dvd3>

- ・売れてる住宅営業マンが実践している！契約を勝ち取るための「追客営業」

<https://shibuyasystem.com/dvd4>

- ・ 圧倒的な商談術で競合他社に勝つ！あなたがお客様に選ばれてしまう方法

<https://shibuyasystem.com/dvd5>

- ・ 今すぐできる契約までの地図！売れる販売台本の作り方徹底解説！

<https://shibuyasystem.com/script>

- ・ トップセラーが実践！今すぐ営業に活かせる！契約実例を使った徹底解説

<https://shibuyasystem.com/jiturei>

- ・ 初歩から徹底解説！売れる住宅営業マンになるための12のステップ

<https://shibuyasystem.com/dvd8>

- ・ 土地なし客、完全攻略！トップ営業マンのヒミツの方法

<https://shibuyasystem.com/toti>

- ・ 契約へつながる！面白いほど、電話打ちからアポイントが取れるようになる方法

<https://shibuyasystem.com/denwauti>