



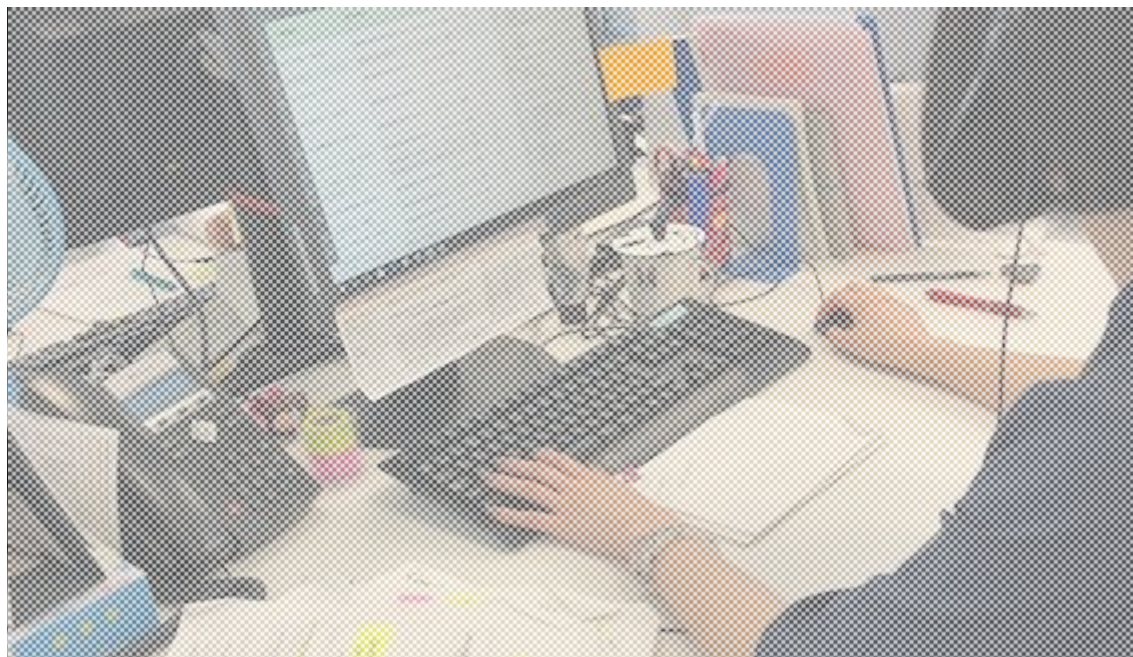
不動産営業、いまだき「押し押し」で通用しますか？

- ✓ いまだき営業マンは「品格」や「信頼」が最も重要
- ✓ しかしいまだ体育会系な営業マンが多い現実
- ✓ 顧客からの印象、それは身内同士ではわからない

お話の舞台

東京、関西、九州に拠点を構える不動産管理会社A社は営業部門の幹部クラスだけでも100名にのぼる業界有数の大組織。営業マンは対入居者様、対家主様への営業に多くの時間を費やしている。彼ら営業マンの成約件数が会社の売上、ひいては業績を左右するのは必然。しかし、そんな営業マンのトークスキル（接遇力）は属人的でバラツキが。これを正せば会社の業績はまだまだ伸ばせるはず！

取り組み① 電話によるミステリショッパーの実施



- 顧客をよそおった電話コールを船井総研コーポレートリレーションズの専門スタッフが実施。しかしいまだ体育会系な営業マンが多い現実。
- 電話対応した営業マンの対応トークを記録。
- 約1週間ぶんの記録から同社営業トークの強み、弱みを分析。

ミステリーコール結果

		1	2	3
		塚口店	寝屋川店	喜連瓜破店
1	お声の音は「ミ」以上か	×→○	○→○	○→○
2	コール三回でとるか	○→○	○1回→○	○1回→○
3	コール三回以上で 出た場合は、「お待たせし ました」というか	-	-	-
4	「お電話ありがとうございます。 店舗名 自分の名前」 を名乗っているか	○→○ 少し早口	○→○ 少し早口	○→○
5	電話の何ごうの態度の 印象は？(例えば、ふんぞり返っ て偉そうなど)	ハキハキはしていたが、次のアク ション(来店・ネットからの問い合わせ)を促す	詳しく丁寧に 説明してくれた	柔らかい声で 親身に話を聞いてくれた
6	会話を「相槌」を うっているか	○	○	○

↑ 各店舗の対応レベルを調査したレポート

お客様に喜ばれ、店に行きたいと思わせ、 売り上げを上げる電話のポイント

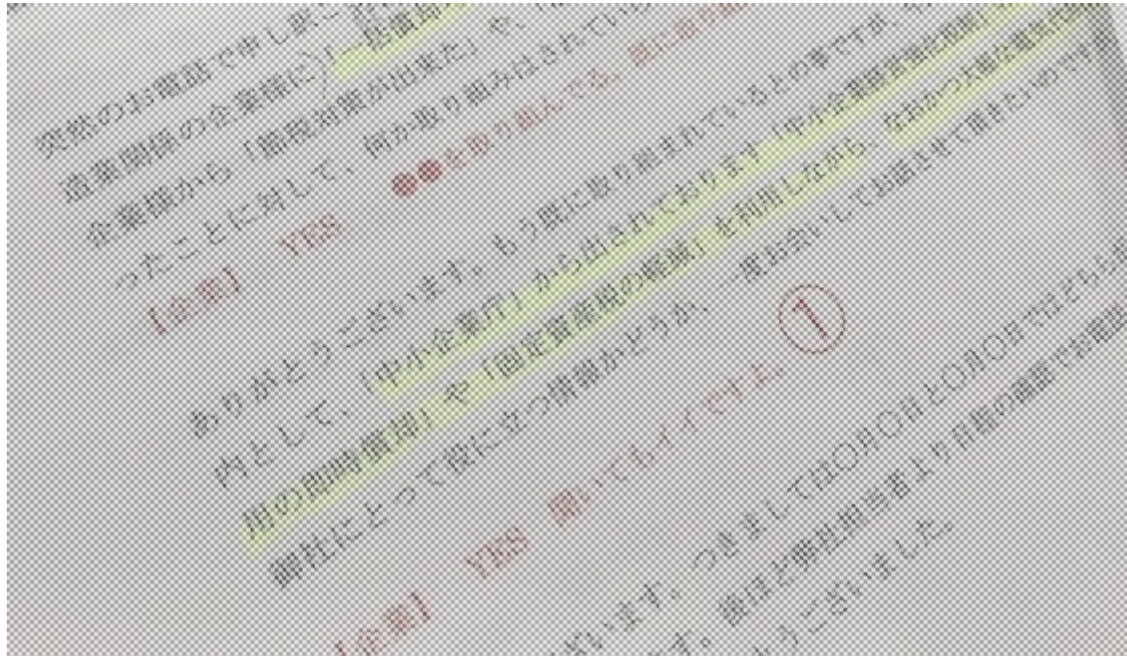
		電話がつながる	オープニング	質問内容の確認	回答
評価のポイント	良いコール例	お待たせしない	好印象！ 明るく 品よく 礼儀正しく	お客様の本当の意 図を把握する。 お客様の理解に努 める。	お客様の疑問を 解消する。 次のステップ (来店)をお客様 ご自身がしたいと 思わせる。
	評価軸				
	正確性			モニタリングや ミステリーコール	モニタリングや ミステリーコール
	迅速性	つながるまでの スピード			モニタリングや ミステリーコール
	共感性			モニタリングや ミステリーコール	モニタリングや ミステリーコール
	安心感			モニタリングや ミステリーコール	
	好印象		モニタリングや ミステリーコール		

↑ 営業部門としての「のびしろ」を発見した。

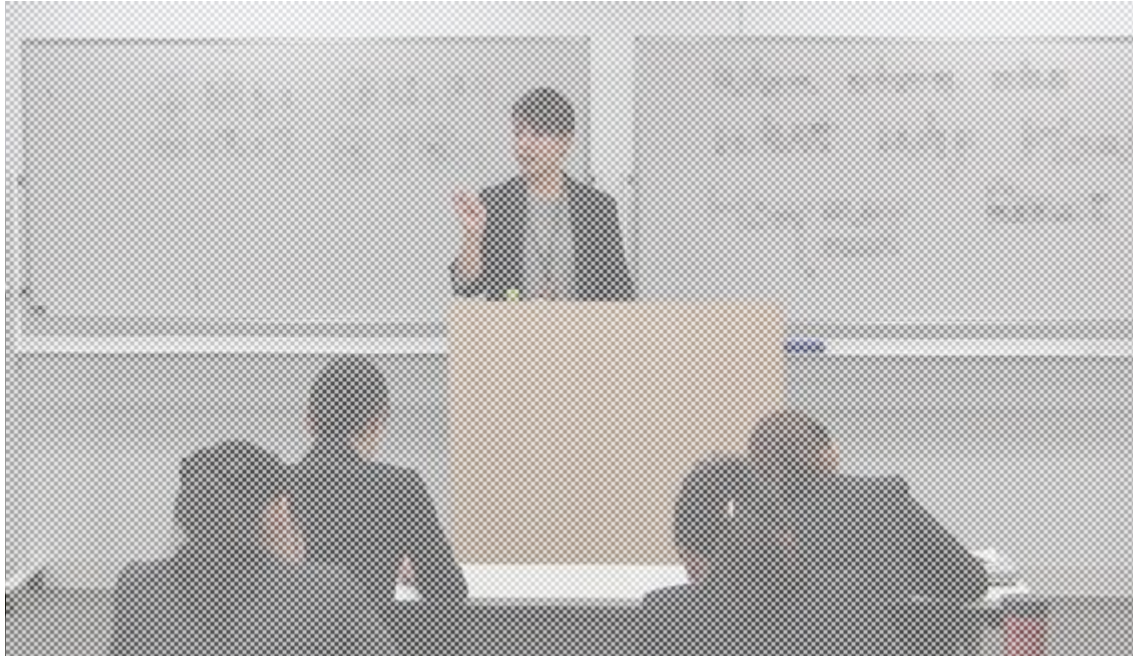
【成果】

こうすればもっとアポイントメントがとれる4つポイントが浮かび上がった。
1本の電話対応においても、チャンスロスが生じていることを知る。

取り組み② 新トークスクリプトの展開



- アポイントメント率を上げるための新トークスクリプトを船井総研コーポレートリレーションズが作成。
- あわせて新トークスクリプト定着に向けた研修マニュアルも作成。



- 全国100名の営業幹部を一堂に会する定例会で、船井総研コーポレートトレーニングが3時間ほどの研修を実施。

電話対応のポイント

- お客様が電話をかけてくださる意味
 - お客様が電話をかけてくださる＝営業マンが訪問するよりもずっと安い
 - この機会を逃すのはもったいない！！
- 電話の“声”で会社を代表する、ということの意味
 - 電話の間は、担当者の“声”や“話し方”がすべて
 - お客様は“声”にすべてを集中している＝対面の時の何十倍も話す内容に集中してもらえる
- お客様の印象がわるかったら？
 - 他の会社にしようかなと思ってしまう。
- お客様が電話をかけてきた理由は？
 - お客様が電話をかけてきた理由は必ずある！＝商機が必ずある！
- お客様がお店に来たいと思わせるには？
 - 私たちの会社（不動産）の営業ステップに来店は絶対必要！
- お客様に（小さくても）決断を促すには？
 - 強制や強引さではなく、お客様と小さな約束をする＝来店するということ
 - ご来店お待ちしております！→わかりました。
- 電話をきっかけに売り上げを伸ばすには？
 - 良い電話対応は必ず売り上げにつながる

【成果】

営業幹部らは顧客視点でみた自分たちの印象を知ることができた。
組織としては、営業シーンにおける「品格」「マナー」の重要性を再認識。

私たちがご支援させていただきました。



コンタクトコール コンサルタント
池内 愛 (いけうち・あい)

企業が提供するサービスや商材の強みを顧客との絆（エンゲージ）ととらえ、電話対応の最大化を図るプロフェッショナル。コスト部門と言われるコンタクトセンターを収益部門に転換させた実体験をベースに、ミステリーショッパー、トークスクリプト診断・作成・研修から、コール業務の受託運営もマネジメントしている。



接遇・マナー講師／接遇力コンサルタント
藤田祐子 (ふじた・ゆうこ)

大手一流ホテル勤務を経て船井総研コーポレトリレーションズ入社。一流ホテルにおけるホスピタリティマインド・顧客対応スキルと、船井総研グループの強みである業界特化と親身な対応を活かし、企業・学校団体へ向けた様々な研修を企画・実施している。接遇理論の根本の成り立ちから最新情報までを組み合わせた研修内容は身につけやすいとの定評がある。

N î ® ü e O £ b > ‡ [4 ’

https://lp.funaisoken.co.jp/mt/form01/fcr_collab_inquiry.html

