

## 私が新人時代に学んだこと

### 電話1本の大切さを痛感した出来事

商談の際、施主からレンジフードのフィルターについて質問を受けた。マニアックな内容だったため、メーカーに問い合わせ、正確な情報を得てから回答する予定だった。だが案件が重なり忙しい時期だったため、メーカーには問い合わせたものの回答に少し時間がかかることを施主に伝えそびれていた。それが原因となり、「1週間連絡がなかったんだけど」とクレームになってしまった。

それ以降浅井さんが心掛けているのが、様々な理由でレスポンスが遅くなってしまうときは、電話を1本入れるなど、小まめな連絡を大切にすること。

「信用を積み重ねても、その信頼関係がくずれてしまうのは一瞬ということを痛感しました」(浅井さん)

### ツール 拝見!



「その日の仕事はその日のうちに」を心掛けています」と浅井さん。といえども、日々やることは盛沢山。手帳には常にフセンを挟んでいる。日々の予定のほか、細かな用事をTODOリストとして書き込むためだ。やるべきことが次の週に持ち越しても、フセンごと次のページに移動すれば、やり残しもゼロ。

### 若手女性という 不利な立場を克服

入社1年目ながら、昨年は小工事を中心に月間約20件の案件を契約し、エース社員として活躍した浅井美紗さん。浅井さんが商談で心掛けていたのは、商品の良い点ばかりを羅列したり、カタログの内容をそのままを説明したりしないようにすることだ。初めてのリフォームで構えている人も多い。一方的な商談に「押し売りされたくない」と心を閉ざしてしまうユーザーも多い。

そこで浅井さんが実践していたのが、他の顧客が漏らしていた住まいや暮らしの悩みを踏まえながら、商品の魅力を伝えること。

「例えば最近の洗面化粧台は蛇口が壁付けになっていて、水垢が溜まりにくくなっています。以前この洗面台を入れたお客様が、お掃除が楽になったと喜ばれていましたよ」とお伝えしたところ、「そういえば水垢が気になるのよね」と共感していただけました。場が和やかになるきっかけにもなります」

共感の数が増えるだけ、商談は盛り上がり、リフォームも前向きに検討してもらえます。

「以前40代で女性のお施主様がいらつしやいました。初めは若い女性営業が来たことにびっくりされていたようですが、リフォームが終わる頃には、実は他社の男性営業マンは、商品の良い部分ばかり強調するけれど実際使ってみてどうなんだろう?という点が疑問だったと、お褒めの言葉をいただけました」

女性ならではの暮らしの悩みに寄り添った営業提案が、主婦層を中心に支持を受けているようだ。

### リフォーム営業 の基本③

## 商品メリツトの羅列や カタログ丸暗記は逆効果

## リフォーム

本社・大阪府大阪市

### 浅井美紗さん

大学では経営学を専攻。大阪を拠点に事業展開するコーポレーションの社風に魅かれ昨年の春に新卒で入社。同社が展開する水まわり工事を主体とする新業態のリフォーム店・リフォーム1号店に配属され、入社1年目ながら月間20〜30件と多くの案件を担当し活躍する。

気づかぬうちに押し売りトークをしてしまいがちな営業マンは要注意! 例えば、施主に商品提案を行う際、カタログを丸暗記して商品説明を行ったり、良い点ばかりを羅列したりするのはNG! 伝え方をひと工夫するだけで、商品への関心が高まり、商談の場を盛り上げることができる。

### 顧客の警戒心を解く営業トーク

NG

#### メリツトばかりを強調する



温水便座一体型の  
トイレはお掃除がラクです。  
節電にもなります。



押し売り  
されている?

#### GOOD メリツトとデメリットを伝える



お掃除はラクなんですけど、  
故障した場合、  
便器ごと取り替えが必要です。



この営業マン  
の話は  
参考になるわ