

不動産仲介、業績拡大（売り顧客獲得）のためには

中古住宅市場の現状

中古住宅の在庫不足に歯止めがかかりません。東日本不動産流通機構によると、7月の在庫数はマンションが6年ぶり、戸建ては統計開示を始めた2002年以降で最低となるほどです。これは、テレワークの浸透により、新しい住まいを探す人が多い反面、住宅を売りに出す人が減少しているためです。そのため、不動産仲介を行う企業は、業績を拡大するためにも売り顧客の獲得が緊急の課題となっています。

売り顧客獲得のチャンス到来

しかし、在庫不足が続いたことで、今、売り顧客獲得のまたとないチャンスが訪れています。それは、住宅価格の高騰が生じたことで、査定依頼をするお客様が増えているからです。近年は一括査定サイトの利用が増えており、お客様のリストを簡単に入手することができます。営業は、この査定依頼があったお客様と確実に契約を結ぶため、全力を尽くさなければなりません。しかし、この査定依頼客への営業には大きな注意点があります。

査定依頼客への営業法

その注意点とは、**興味本位で査定依頼をしたお客様に、その心理を無視した営業をしてしまうこと**です。お客様の購買心理は大きく分けて7段階あり、興味本位客に対しては、特にその段階に沿った営業プロセスを踏むことで、売却を決断させることが重要です。

お客様購買心理の7段階と必要な営業方法

第一段階 「注目」	第二段階 「興味」	第三段階 「連想」	第四段階 「欲望」	第五段階 「比較」	第六段階 「確信」	第七段階 「決意」
集客、査定	アプローチ	自社PR、リサーチ	魅力提案、テストクロージング	効用（メリット）説明	クロージング	契約手続き

例えば、以下の事例です。

例) 興味本位で査定依頼をしたA様

心理状態：「うちは今どれくらいの価値があるんだろう・・・」

※売却のメリットやニーズもまだわからず、不動産会社の比較もできていない



失敗営業：「査定のご依頼ありがとうございます。ぜひ当社で売却をご案内させていただきたいので、契約の流れなど一度説明だけでもさせていただきませんか？」

成功営業：「売却は初めてお考えですか？もしましたら、ご売却の基本的な知識や、メリットからご理解いただけるようお手伝いしますので、一度お時間をいただませんか」

このように、失敗営業は、お客様の心理を無視していきなりクロージングに入ろうとしてしまいます。これでは、お客様の売却意欲を高められず、契約には至りません。逆に、成功営業は、お客様の心理段階がどこにあるのか見極め、それに合わせた営業で、お客様の売却意欲を高めていきます。そのため、最初は興味本位のお客様であっても、最終的には売却を決断させることができます。査定依頼が増えている中、お客様心理の見極めと、営業方法を連動させることは必要不可欠です。

弊社の営業研修では、お客様の心理把握、それに合わせた営業方法を訓練することが可能です。是非、ご興味・ご質問のある方は、下記からご連絡下さい。



> お問い合わせはこちら