

このページはリフォーム営業マンを応援する情報誌「リフォームセールスマガジン」より一部抜粋・編集してお届けしています。

Reform Sales Express

「以前は、自社の差別化ポイントを見積書提出で2度目、訪問した際に、行ってしまったけれど、ウチの会社ってここまでやるんですよ」という話を2度目にするのではもったいない。せっかく守の時でも安心して「ウチ」

ユウマペイント 佐伯ゆき恵さん

これで契約率がUP!

他社と違った取り組みを多くしているのだから、先手必勝で初回訪問時に話してしまおうと営業部で決めて、行動に移したばかりです。こう話す佐伯ゆき恵さんは、ユウマペイントでリフォーム営業歴9年のベテランだ。

差別化ポイントは先手必勝で伝える

「近隣挨拶もキチンとします」「商品保証だけでなく、工事とアフターサービス」の保証書も出ます。メンテナンスの時期になる当社から、ガキが行くので、空いている日をお知らせください」など。

また、一番の差別化になる、屋根外壁とも4度塗り(下塗り2回)を行っていくこともアピール。最初に4度塗りの説明をし

「見積もりを持っていくのも驚かれません。3度塗りではダメではないけれど、4度塗りが間違いなく良いという点を丁寧に説明します」

「商談が1段階早まれば見積もりも減り、契約率が高まると思います。見積書を現場調査当日に出すシステムも社内的に確立してきたので、今後は即決するお客様が増えることを期待しています」

最新号発売中/

Reform Sales MAGAZINE 47

外装営業 私の流儀

Reform Sales MAGAZINE

リフォームブックスで検索

毎月15日発行
年間購読料 6000円
A4判 64頁フルカラー

外装リフォーム営業に関する記事をもっと読みたい方はコチラ!!

施工後のイメージを具体的にしてもらおう



ひまわりペイント 佐久間研太代表

クロージングトークはとくに用意していません。お客様の気になる点、関心を持っていることを集中的に話したら、あとは施工後のイメージを具体的に持っていただきます。

それには、先に作成しておいたスケルトンシートを色見本帳と一緒にお渡しして、お客様自身がいちいち合わせながら塗装後イメージしてもらいます。

お客様も長時間、話を聞いていると疲れてきますので、動いてもらうことによって気分もほぐせるし、施工後のイメージも出てわくわくし、契約しやすくなります。

私がおすすめる職人さんをちょうどおさえることができますよ!



シンライズ 安次嶺陽さん

塗装業界において職人はとても大事なので、「私がおすすめる職人さんが、ちょうどいついつ空いているので、おさえることができますよ!」とお話します。

職人にもランクがあって、明日空いている職人もいれば、1カ月パンパンの職人もいる。要するに丁寧さやダンドリの違いですが…。当社でも日々、塗装の品質と職人のレベルは向上していますが、中でもとくにおすすめる職人を紹介することで、お客様も工事をやる気になってくれますし、「どうせやるなら良い職人さんにやってもらおうかな」となります。

いざ契約!顧客の背中を一押しするにはどんな言葉がけが有効か?外装営業マスターたちが実践しているクロージングトークを紹介しよう。

外装営業 私の流儀

クロージングの決めトークは?

どこでやるのかではなくて、いつやるかが大事なんです



エスユープレイス 佐久間太貴代表

お客様は絶対に塗り替えはやりません。迷っているのは他社とのことです。なので、「どこでやるのかではなくて、いつやるかが大事なんです」とお話しします。

「結局は何でも早め早めにやることでコストが抑えられます。これが半年後の状態での金額でやってくれと言われても、余計な補修が出たり劣化が進んでしまいますので、絶対にムリですよ」といったように話して、少なくとも半年後という断りはなくしていきます。

納得してもらえれば「どうぞウチでお願いします」



トージンリフォーム 田中徹正代表

現場調査の結果や診断内容を見たり聞いたりしてもらい、「この人いい人だな、すごいところ(劣化箇所)を診てもらっているな、金額もなんとか予算の範囲内だな」と思っていたら、「どうぞウチでお願いしてください」という気持ちです。

うちは「待つ」姿勢で、ウチに来てくださる方だけをお客様にしているのだから、客引きしたいわけではないのです。だから、クロージングの決めトークって本当はないのです。

連載 Tod 酒井の
シアトル熱血経営塾
Vol.7
Sockeye Homes
(ワシントン州)
酒井利英社長



日本企業が学べる米国の経営ノウハウ

全米でも屈指のデザインリフォーム会社 Sockeye Homes のノウハウを伝える本連載の7回目では、人材育成の仕組みについて紹介する。

粗利益率45%で工事費2%がインセンティブ

前回では、フランチャイズ精神を持った社員を育てることが会社の成長につながるとういきました。フランチャイズ精神というのは、No.1になろうという意欲を持って、経営者の視点を持って仕事に取り組む社員のことです。

経営者の視点を持ってということがどんな意味を持つのかお分かりでしょうか。最初の頃にお話した会社経営の目的を覚えているでしょうか。そう、利益を出すこと、すなわち儲けることです。経営者の視点というのはこの利益を意識しなければ持ちえませんが、よく、経営者の視点を持って仕事に当たれる人材と、そうでない人材は素質や能力に左右されると考える人がいますが、これは大きな誤りです。責任と権利を

しっかり持たせられれば、どんな人でも自分の持ち場の経営者になれる。

Sockeye homesでは、現場を担当するチームに粗利益率に応じたインセンティブを設定しています。粗利益率によって評価がAから順に付けられ、評価ごとのボーナスが支給されます。例えば、45%の粗利益を実現すると、Aの評価が付き、工事費用の2%が支払われるという感じ。例えば、1億円の大型工事では2%でも200万円です。

現場監督は常に現場の粗利を把握するようになります。そして、常に粗利を下げずに上げようとして仕事に取り組むことになり。こうして経験を積んでいくことでフランチャイズ精神を持ち、経営者のようなスタッフが出来上がります。

現場監督には、同時にそれだけの権限と責任を持たせています。

初期営業は私が行いますが、現場が開始する際に行うお施主さんへ交えたミーティングで私は必ず、こう言います。「今後、現場で一番偉い、権限を持っている責任者はこの現場監督の彼です。お施主さんはすべての連絡や要望は彼を通してください」と。そして、実際に現場の権限は全て現場監督に任せます。現場の経営者として現場監督がどんどん利益を上げてくれます。

今回はこの現場で利益が上がっていくために構築した仕組みの続きです。

