

資格・実務・総合

住宅「営業力」を高める

②

ハイアス社の F P 手法を導入

ハイアス・ア
ンド・カンパニ
ーが運営する全
国ネットワーク
「リライフクラ
ブ」では、「ハ
イアール P」と
いうシミュレ
ーションツールを
活用した F P
(ファイナンシ
ヤルプランニン
グ) 手法を住宅
営業に導入し、
顧客からの信
用、信頼を高め
る営業スタイルを推し進め
ている。このほど、リライ
フクラブプロジェクトによ

る書籍『グッドパートナー
と出会って納得のマイホー
ムを手に入れた11のストー
リー』が住宅新報社より発
行された。

同書に登場する住宅 F P
アドバイザーの株式会社イ
ーナリンク・林和男氏(写
真)は、根っからの営業マ
ンというよりはどちらかと
いって物静かな印象。元は
新築分譲マンションの販売
会社に勤務しており、7年
前に独立して不動産仲介業
を始めた頃は「両手」や

「借り入れ可能な額」をそ
のまま「顧客の予算」とし
てリスクを十分に伝えず
契約をとっており、多少、
無理な借り入れをさせてし
まうこともあったと言っ
た。そんな営業スタイルな
ので、街中で O B 客を見かけ
るとつい隠れてしまってい
たそうだが、結婚し子供が
生まれたことで意識の変化
が芽生える。「子供に誇れ
る仕事をしたい」と感じた

林氏は、仲介営業を行いつ
つ、お客様から感謝される
スタイルを模索し始め、 F
P 営業手法にたどり着いた
という。

林氏は物件案内・接客後
の契約率を 40% まで改善し
たが、その秘訣は物件案内
時に行う F P 営業手法を用
いた提案だった。書籍には
細かなトークを含めて、顧
客から信用、信頼を得て、
成果につながった接客事例
が掲載されている。林氏は
「不動産という商品は基本
的にはどの不動産会社から
でも買えるが、誰から買
うか」が大事。物件もちろ
ん重要ですが、最終的に
は「人が大事」なんです」と
語る。

営業手法を転換、契約率40%に

提案物件が同じだからこそ、「誰から買うか」にこだわる

「物件確認」という基本的な用語も知らない状態から

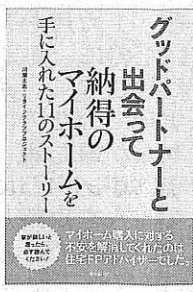


「物件確認」という基本的な用語も知らない状態から

顧客満足度向上と営業成果を両立させる、住宅 F P
アドバイザーの林氏にこれ

書籍出版記念の住宅営業
特別研修会も開催する。3
月15日(火)名古屋・品川、
3月16日(水)新大阪・博

多。詳しくは、「リライフ
クラブセミナー」(http://
view.hyas.co.jp)を参照。



グッドパートナーと
出会って
納得の
マイホームを
手に入れた11のストーリー

著者 川瀬太志・リライフ
クラブプロジェクト
発行 住宅新報社
定価 1,200円(本体
税別)

からも注目だ。

●『グッドパートナーと出
会って納得のマイホームを
手に入れた11のストーリ
ー』

た受験者は 100
格率は 42.0%。
同資格は、生
に合わせて、キ
設計などの知識
適で使いやすい
を提案・アドバ
シャリスト。建
ア・住宅設備業
しており、近年
のリフォームで
發揮している。

上位49社に 企業価値表

c 21

センチュリー
はこのほど、東
が行っている「
値向上表彰」で
一次選抜会社と
たと発表した。

「企業価値向
企業価値の向上
営を実践してい
するもの。

東証ではこれ

優秀賞のみ公表
投資家やアナリ
関係者から選定
れた会社も公表
の要望を受け、

2603人が合格

インテリアC試験

15年度インテリアコーディネーター試験

一次・二次試験を通じて資格
取得対象となる受験者 915
4人に対する合格率は 22.5
%。直近の5年間で、最も低い

が 74.5% (1537人)で、
男性は 25.5% (526人)
と、女性が 4分の3を占めて
いる。年齢構成を見ると、最

が 35.8%、デザイン、設計
が 14.4%と住宅関連業種が
高い割合となっている。学生
は 4.9%だった。

域で実施した。
キッチン S は 441人
同協会は併せて、15年度キ