

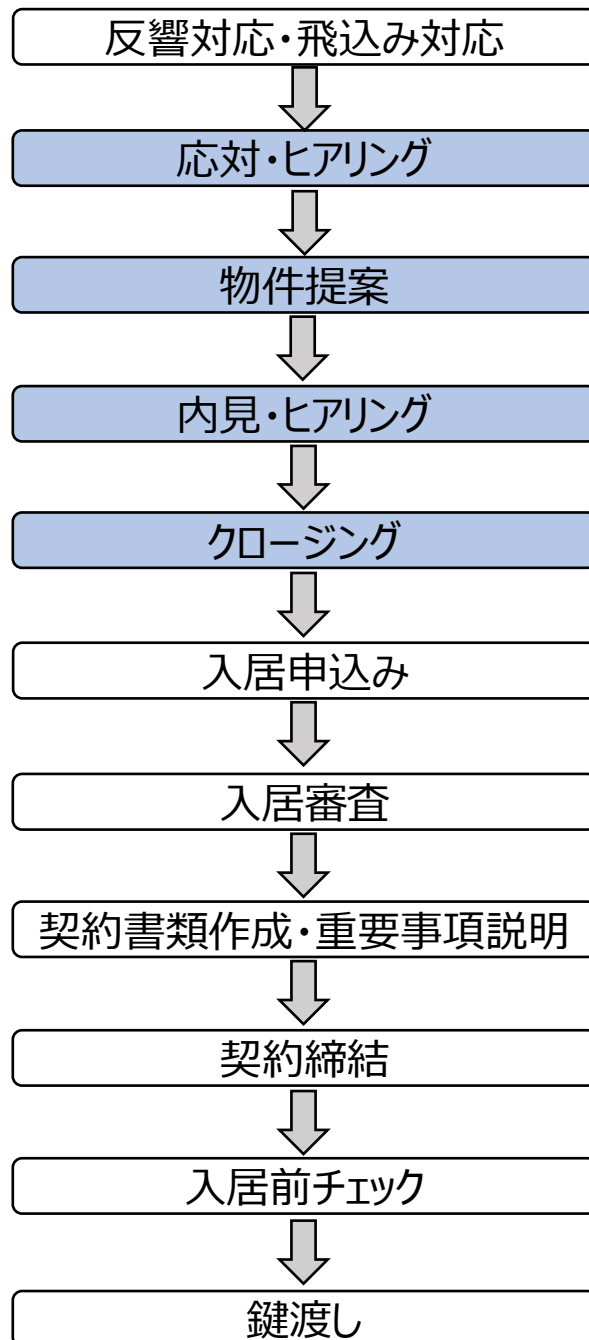


仲介業務ハンドブック —営業接客—

はじめに

本ハンドブックでは、賃貸仲介業務のフローの中で、「来店対応～クロージング」の業務についてポイントを説明している。

■ 賃貸仲介業務フロー



来店時対応

■ 来店時の対応の流れ

① 店内スタッフ全員で挨拶をする

明るく元気よく、居心地のいい雰囲気作りを目指す。
「いらっしゃいませ！」

② 入口近くまで行き、座席に案内する

予約の方には「〇〇様ですか？」とお伺いができるように徹底する。
座席までしっかり誘導し、椅子が足りなければお持ちする。
「ご来店ありがとうございます。」
「〇〇様、ご予約ありがとうございます。お待ちしております。」
「こちらにお掛けください。すぐに担当の者が参ります。」
「(再来店の場合)弊社の担当者名を教えてくださいよろしいですか。」

③ ドリンクメニューを持って、ドリンクのご案内をする

丁寧な対応で、他社との差別化を図る。
「お飲み物お持ちしますが、何になさいますか。」

④ 担当者が挨拶をする

丁寧にご挨拶、自己紹介をする。名刺は必ず両手でお渡りする。
「はじめまして。〇〇と申します。賃貸仲介業を〇〇年やっております。
このあたりのエリアにも精通しておりますので、お部屋のことなら何でもご相談ください。」

⑤ ヒアリングシートを使って物件希望条件を絞る

短時間で必要な情報を把握する必要があるため、ヒアリングシートを使って整理しながらヒアリングする。



ヒアリング

■ ヒアリングで把握する内容項目

ヒアリング時にお聞きする内容としては、以下のものがあげられる。
このような項目をもとにヒアリングシートを作成する。

項目	内容・注意点
お客様の 物件に対するニーズ	ニーズに優先順位をつけて「 真のニーズ 」を把握する必要がある。 あまり多くの条件を聞くと絞り込めなくなってしまうので注意。
転居理由	希望条件の軸となるもの。 プライバシーにかかわる場合もあるので、詳しく聞き過ぎない。
エリア	勤務地や学校所在地などをお伺いし、条件範囲を広く設定出来るようにする。
通勤・通学方法	特に駅まで向かう方法をお伺いすることで、駅からの距離の範囲も絞りこめる。
入居日	「 今日決めてもらう 」という感覚で入居日の絞り込みをする。 入居日は出来る限り近いほうがいい。
入居人数	同時に希望の間取りもお伺いする。
家賃	希望の家賃を聞きながらも、現状の希望条件から想定される 相場家賃 はお伝えする。
こだわり条件	独立洗面台、風呂トイレ別、ペット可、2階以上など。

ヒアリング

■ ヒアリングのポイント

・雑談を含める

短時間で必要な情報を把握するためには、

- ・お客様の頭の中を整理して、**希望条件の見える化**をする
- ・シートを見ながら聞くだけでなく、しっかり深堀りする
- ・引越しの真の理由を把握する

この3つが必要になる。

ヒアリングシートを使う以外に、雑談やユーモアを交えながら、お客様にとって話しやすい雰囲気づくりが大切である。お客様についての話だけでなく、自分の話も積極的にする。



・接客可能時間を把握する

「本日は何時ごろまでお時間ございますか。」

お客様の都合をお伺いし、ヒアリング・案内に使える時間を逆算しておく。

・事前ヒアリング事項の確認

メールや電話などでの問い合わせの際に、事前にある程度ヒアリングしている場合が多いため、すでにお伺いしている項目に関しては条件を確認する形でヒアリングする。

・転居理由の確認

転居理由は、物件選定に大きく影響する場合が多い。

転居理由によって、ヒアリングの緊急性の把握をする。

□ 転居理由の例と傾向

- ・転勤：緊急性が高く、予算の幅は狭い
- ・入学：緊急性が高く、予算は比較的高めだが、親の意見が反映されがち
- ・独立：緊急性が低く、予算は比較的低い
- ・結婚：緊急性が低く、予算は低め。入居時期がかなり離れていることが多い
- ・入居中物件の契約更新、終了時期に合わせた転居：緊急性が高く、予算の幅は狭い
- ・独立：緊急性が高く、予算の幅は狭い



ヒアリング

■ ヒアリング項目ごとのポイント

・エリアの選定理由の確認

選定理由によって、希望エリアの変更や範囲の拡大を提案できる場合がある。特に、職場からの距離を気にされている場合などは、沿線変更によって大きくエリアが変わる場合もある。

・通勤・通学方法の確認

駅からの距離を絞る大きな要因になる。駐車場・駐輪場の必要有無も確認する。お客様が迷っておられるときは、現在の住まいの状況を確認すると参考になる。



・入居日の誘導

他社に流れるリスクを回避するため、早めに決めてもらえるように誘導する。申込みから契約完了、入居までにかかる時間を説明する。入居日まで時間がある場合や未定の場合は、物件量や物件価値の変動があることを伝え、「気になる物件がある場合は早めに入居したほうがいいです」といった風に、今すぐ決めてもらえるように促す。

・入居人数から間取りの絞り込み

入居人数によって間取りはある程度絞りこめる。物件提案時に複数の間取り図面を見せて、お客様がイメージできるようにする。

・こだわり条件の確認

こだわり条件は必ず確認する。あまり提示されない場合は、こちらからよくある条件を提示して確認する。

・家賃のミスマッチを避ける

以上の希望条件を聞いた上で、先にある程度の賃料帯を伝える。また、初期費用についてもある程度の説明をする。



ヒアリング

■ ヒアリングシート例

お部屋探しお手伝いシート			
<p>本日はご来店いただき、誠にありがとうございます。 お客様のご希望に、ピッタリのお部屋をご用意いたしますので出来るだけ詳しくご記入下さい。</p>			
<p>平成 年 月 日</p>			
フリガナ			勤務先名 (学校名) □求職中
お名前			勤続(学年) 年・正社員・契約社員・パート・フリーター
ご住所			ご住所
ご連絡先	携帯・自宅 ()	FAX ()	
Eメールアドレス			契約形態 <input type="checkbox"/> 個人契約 <input type="checkbox"/> 法人契約
			同居予定 大人()人・子供()人・合計()人
			連帯保証人 <input type="checkbox"/> 親 <input type="checkbox"/> 兄弟 <input type="checkbox"/> その他() <input type="checkbox"/> 不要
<p>本日のご希望は? 本日のお時間は? <input type="checkbox"/>30分まで <input type="checkbox"/>1時間まで <input type="checkbox"/>1時間以上 <input type="checkbox"/>特になし</p>			
<p>A. 物件資料だけ見たい B. 室内を見たい C. 良い物件があれば決めたい D. すぐに決めたい E. よく分からない</p>			
<p>お引越しの理由は何ですか?</p>			
<p>A. 就職 B. 転勤 C. 入学 D. ご結婚 E. 転職 F. 独立 G. 寮を出る H. 住み替え → a.交通不便 b.日当り不良 c.環境不良 d.古い e.狭い → f.家賃が高い g.家族が増えた h.その他()</p>			
<p>当店を何で知りましたか? (複数該当可)</p>			
<p>A.無料情報誌() G.現地入居者募集看板 M.社宅サービス B.賃貸情報誌() H.店頭広告チラシ N.お知り合いの方からのご紹介 C.その他の情報誌 I.前から知っていた O.どこかのお店からのご紹介 D.()のホームページ J.偶然入った P.会社からのご紹介 E.()のホームページ K.大学生協(大学) Q.その他のご紹介 F.その他のホームページ L.弊社管理物件にお住まい R.その他()</p>			
<p>ご希望の条件をご記入下さい。</p>			
家賃	～ 円位まで (□駐車場料金込)	ご希望設備 ※最大3つまで選んでください。	
駐車場	<input type="checkbox"/> 要 ()台分()円位 <input type="checkbox"/> 不要	<input type="checkbox"/> エアコン <input type="checkbox"/> バス・トイレ別 <input type="checkbox"/> 分譲賃貸 <input type="checkbox"/> ガスキッチン <input type="checkbox"/> シャブドレッサ <input type="checkbox"/> オートロック <input type="checkbox"/> インターネット <input type="checkbox"/> BS-CS-CATV <input type="checkbox"/> フローリング <input type="checkbox"/> 洗濯機置場室内 <input type="checkbox"/> その他()	
間取り	K・DK・LDK 程度(㎡以上)	入居のポイント ※重視するものを3つ選んで下さい。 <input type="checkbox"/> 家賃 <input type="checkbox"/> 間取り <input type="checkbox"/> 地域 <input type="checkbox"/> 交通の便 <input type="checkbox"/> 日当たり <input type="checkbox"/> 買物 <input type="checkbox"/> 学区 <input type="checkbox"/> 建物の構造 <input type="checkbox"/> 設備 <input type="checkbox"/> 安全性 <input type="checkbox"/> ペット <input type="checkbox"/> 駐車場 <input type="checkbox"/> 収納広さ	
種別	□アパート・マンション・どちらでも可・戸建		
交通機関	駅～ 駅まで <input type="checkbox"/> 徒歩圏内 <input type="checkbox"/> 分位 <input type="checkbox"/> バス便可能		
地区限定	地区 地区		
学区限定	小学校 中学校		
入居時期	平成 年 月 日頃	<input type="checkbox"/> 契約金(万まで) <input type="checkbox"/> その他()	
<p>備考</p> <p>・</p> <p>・</p> <p>・</p> <p>・</p> <p>・</p> <p>・</p>			
<p>※ 今後の物件情報提供・契約手続き等の為、ご記入頂いた連絡先に、ご連絡を差し上げる場合がございます。</p>			担当者
<p>ご記入いただきました個人情報は、物件の紹介及び資料の送付、賃貸契約の履行やサービスの提供に使用させていただいたためのものです。当社は、個人情報保護に関する法令と社会秩序を尊重・遵守し、個人情報の適正な取り扱いと保護に努めます。ですのでお客様との取引終了2週間後(成約に至らなかった場合は即日)に、お客様の事前・事後の承諾を得ることなく、お客様の個人情報を安全かつ完全に削除・消去いたします。また、ご本人様からの申出がありましたら取り止めさせていただきます。</p>			

ヒアリング

■ 希望条件の優先順位付け

- ・「今までの条件のなかで、優先順位の高いものから教えていただけますか。」

優先順位は、ヒアリングの途中でお伺いするのではなく、項目をすべて聞き終わった後に確認する。

ヒアリングシートと一緒に確認しながら優先順位を決めるとよい。

- ・優先順位は、あくまでお客様の主観によるもので、現在の住まいとの比較によって考えている場合が多いため、**現在の住まいについてある程度把握しておく必要がある。**

■ 状況把握

「不動産会社は何社ほどまわられましたか？」

「いい物件はありましたか」

「なぜ他社で決めなかったのですか」

お客様が過去にどれだけ物件探しをしているか把握する。

過去にお客様が入居を考えた物件を知ること、物件探しに対するある程度の期待度が把握できる。

また、他社で決めなかった理由を聞くことで、**お客様が求める接客サービスの最低限のライン**を把握できる。



物件提案





■ 物件提案の基本

- 物件提案は**最低5件**行う。
- 物件ごとに図面を出し、その物件のおすすめポイントにわかりやすくマークをするとよい。
- 物件や周辺環境の知識を深めておく。お客様からの質問に自信をもって答えられるように、日頃から下見などを行っておく。
- 物件のいい点だけを伝えるのではなく、デメリットも伝える。**デメリットの後にメリットを伝える**ようにすることで、物件をしっかり理解していることがお客様に伝わる。
- 物件ごとに、お客様の中で優先度の高かった希望条件の有無を確認する。

■ 物件提案のポイント

- **お客様の市場把握度合いを確認する**
最近のお客様は、**インターネット等で物件情報がある程度確認してから来店される**ので、事前にどの程度調べて来られたか確認する。また、お客様が事前に見ていた物件については、その後の物件提案の軸になるので必ず把握しておく。
- **1人で提案しない**
提案時の店内状況やスタッフ人数にもよるが、可能であればヒアリングで得た情報は店内に共有し、2人以上で提案するようにする。

■ 物件資料例

賃貸マンション []		
<外観> 	<物件コメント> 	賃料 円 共済費 円 浄水料リース料 有り 月額 円 〔駐車場〕 敷金 円 保証金 円
<案内図> 	<部屋No.> 号室 階部分 〈間取り図〉 方位: 向 面積: m ² 	所在地区分 交通 構造 鉄筋コンクリート 階建 築年数 / 月竣工 間取り 洋 m ² 周辺環境 まで m まで m まで m 設備 エアコン(冷暖房) 円 消費・抗菌 円 SAT119 円 円 円 入居可能日 備考

自社で決めてもらう取り組み

■ 自社の強みを伝えるメリット

お部屋探しは、お客様にとって今後の暮らしを決める大きな決断である。「他社にもっといい物件があるのではないか」と考えるお客様も少なくない。自社で確実に決めていただくためにも、自社で物件を探すメリットは必ず伝える。特に、**他社との差別化をはかれる強み**はしっかり伝えるべきである。

■ 自社の強み例

○ 商圏内物件の情報量

○ 地域密着の取組み

地域名を出して、そのエリアでどれだけの物件を紹介できるのか伝える。

○ 申込みから入居までのスピード

○ 管理物件の多さ

管理物件に対して自社で付けている管理サービスについても説明する。

(管理物件の場合)

○ オーナー様の説明、オーナー様との密着性

○ 物件商品の説明

- ・初期費用0円物件
- ・初期費用割賦払い
- ・高齢者向け住宅
- ・24時間緊急対応サービス
- ・家具家電付き物件

物件選定・内見誘導

■ 物件選定

提案した物件の中から**3件**程度、内見物件を決める。
営業マンがしっかりリードし、お客様が決めやすいようにサポートする。

■ 物件選定のポイント

・提案物件から「無し物件」を選ぶ

こちらから5件以上提案していれば、自然と「この物件は入居しないかな...」といった風
に、お客様が取捨選択をされている場合が多い。
無駄な時間を作らないように、「無し物件」は最初に聞いて選択肢から無くす。

・希望条件から物件に優先順位をつける

事前に優先順位づけをしておいた希望順位をもとにして、提案物件の中でもある程度
の優先順位をつける。
そうすることでお客様の中でも整理しやすくなり、内見物件の絞込みが出来る。

・内見する物件を決める

内見するメリットを伝え、物件を3件程度決める。
頭の中で、どのように物件をまわるか**道順を考えておく**と、この後のスムーズになる。

■ 内見誘導

物件提案の中で絞込んだ物件を内見する。
稀に内見を必要とされないお客様もいるが、**入居後のトラブルを避けるため**、
内見するメリットを伝えて出来る限り内見してもらう。
また、時間の都合などで内見できない場合は必ず次のアポを取る。
アポを取った場合は必ずメールなどで連絡し、逃さないようにする。

内見準備

■ 内見準備

物件をめぐる順番や道順を考える上で、いくつか準備すべきことがある。

○ 周辺環境の確認

物件に向かうまでの道で、特にお客様が気にされるのは物件周辺の環境である。内見時に物件についてしっかり説明できるように、下準備は必須。

項目	内容・注意点
最寄り駅 バス停	最寄り駅までの距離や道順も把握しておく。可能であれば最寄り駅までご案内もする。 また、バスについてはある程度の本数も把握しておくとうい。
コンビニ スーパー	単身のお客様は特にコンビニの近さを重要視する傾向があるので、近隣のコンビニはすべて把握しておくとうい。
その他商業施設	ディスカウントストアや飲食店、家電量販店など、お客様によって気にする施設は違うため、事前に聞いておくとうい。
公園 ライブハウスなど	深夜に騒音が発生する可能性がある施設等が近隣にあるかどうかの確認をしておく。
病院 公共施設	特にファミリー向け物件の場合は、病院や図書館などが近くにあるとうい印象を持ってもらえる場合が多い。

○ 道順の確認

物件をまわる順番を決め、どのような道順で行くのかイメージしておく。物件に直接向かうのではなく、上記のような周辺物件の近くも通るような道順にする。また、狭い道や坂道などは基本避けるようにする。

○ 駐車場の確認

内見物件の周りに車を停める場所があるかどうか確認しておく。

内見に向かう前・車内

■ 内見に向かう前

○ 物件をまわる順番を伝える

内見する物件を決めた後に、どの順番で物件をまわるのか、物件資料を見せながらお客様に伝える。

○ お客様の時間を把握する

物件の周辺環境を説明するために様々な道を通って案内するが、お客様の予定を確認して、**時間の余裕に合わせて道順は決める**。
あくまでお客様第一なので、遠回りして迷惑をかけることが無いようにする。

■ 内見に向かう車内でのポイント

・会話をする

車内で沈黙にならないように、自分の**プライベートの話**もしながら会話を続け、お客様との距離を縮める。共通の話題を見つけてさらに仲良くなるとよい。また、自分ばかり話すのではなく、できるだけ**お客様に話していただけるような雰囲気作り**もする。

・車内温度やにおいに気を遣う

特に夏や冬は、車内でもお客様が快適に過ごせるように空調の温度などに気を遣う。お客様に都度、「暑くないですか？」と確認するとよい。
また、車内のにおいにも気を遣う。自分ではなかなか気付かない場合もあるので、定期的に換気するとよい。

・POPを車内に掲載する

自社の強みとなる商品や自社の魅力を伝えるPOPを作成し、助手席のヘッドレストの後ろなど、お客様の目の付く場所に掲載する。

内見に向かう前・車内

■ 車内の会話のポイント

・物件周辺環境について説明する

次に向かう物件を伝えたくて、周辺の環境について実際に近くを通りながら説明する。**物件周辺施設や最寄駅の場所、行き方、周辺物件の相場**など、お客様にとってメリットのありそうな情報から話す。できる限り詳しい事情まで話せるとお客様からの信頼感も増す。

・お客様の暮らしに対する考えを聞く

現状の住まいや過去の住まいについて、**間取りや階数、駅徒歩、日当り、周辺環境**などの状況をお聞きする。店舗でのヒアリング時に確認している場合でも、実際に内見で物件を見た際に比べ安くなるように再確認する。

・内見する物件とお客様の希望条件のマッチングポイントを説明する

店舗でのヒアリング時に聞いていた希望条件に沿って、内見物件とのマッチングポイントをお客様に説明する。**デメリットなども、強調はせずに併せて伝える**とよい。

・入居までの流れを説明する

申込みから審査、契約、入居までの流れをお客様に説明する。**部屋探しの経験が少ないお客様が多い**ので、安心して入居までのイメージが出来るようにフォローする。

・直前に見た物件について伺う

次の物件に向かう社内の中では、必ずその前に見た物件の感想や、他の物件と比べての感想を聞く。内見後のクロージングにつなげられるように、理由も聞く。

・帰りの車内では、クロージングを行う

すべての物件の内見を終え、店舗に戻る際には「今日契約されていきますか？」と聞く。断られた場合は必ず理由を聞き、お客様の中でも満足のいかなかった点とその理由も探っておく。

内見時

■ 内見時の流れ

① 先に物件に入って準備する

- ・スリッパを用意する
- ・ブレーカーを上げて電気をつける
- ・窓を開け、換気する(冬場は寒くなるので無理に開けない)
- ・目につくゴミや汚れが無いか確認する
- ・お客様に圧迫感を与えないために、**部屋のドアはなるべく開けたままにする**

② 物件のメリット・デメリットを伝える

お客様を物件内にお通しし、物件内を見てもらいながらメリット・デメリットを伝える。また、お客様の靴は揃えておく。

お客様の反応がいい場合は、内見後にも物件を思い出しやすくするために、**カメラ撮影をおすすめ**する。

【伝える項目】

- ・設備
- ・間取り
- ・築年数
- ・日当り
- ・近隣入居者
- ・周辺環境
- ・オーナー情報



③ 部屋を元に戻す

内見後は、部屋を元の状態に戻して出る。

この際、**お客様を寒い場所などで待たせない**ように誘導しておく。

クロージング

■ クロージング

・クロージングは現地、帰りの車内で行う

クロージングは、お客様の物件に対するイメージが鮮明なうちに行う。
まず、内見した物件の優先順位を決めていただき、その日に契約して頂けるか確認する。

・お客様のサインを逃さない

お客様に次のような反応があった場合は、物件に対していいイメージを抱いている場合が多いため、それを損なわないようにしっかり対応する。

- ・オーナーの情報を聞いてくる
- ・近隣住民の情報を聞いてくる
- ・家賃や初期費用の交渉をされる
- ・家具の設置場所の寸法を計測している

・物件の順位をお聞きする

各物件に対する印象や良かった点・悪かった点などをお客様からお聞きし、それを踏まえた上で「どの物件が一番良かったですか？」とお聞きする。
物件について気になる点などもお聞きし、お客様の不安要素は取り除いておく。

・契約物件を決める

内見した物件の中から1つに絞っていただく。
決めれない場合は、お客様の悩んでいる問題点や決断できない理由を整理し、ベストな答えを出せるようにサポートする。しっかりと理由付けができるのであれば、1つの物件に促してもよい。
自社の強みなども併せて伝え、入居後もしっかりサポートできる旨を伝える。

クロージング

■ 躊躇している場合の対応方法

・物件の動きのよさを伝える

「既に他にも内見の予約は入っており、最近の皆様インターネットである程度物件を決めてから内見される場合が多いので、1週間程度で空室物件情報は変わってしまいます。」
他の方も内見している旨を伝え、**なるべく早く決めたほうがいい**と伝える。

・自社の物件量の多さを伝える

「商圈内の物件はほとんど全て紹介可能なので、他社でお探しされてもお客様の希望条件ですと同じ物件のご紹介になると思います。」
他社に行かせないためのトーク。内見前に、ポータルサイトなどで一緒に確認しながら説明するとさらに説得力が増す。

・(管理物件の場合)自社管理の強みをアピールする

「管理会社としてオーナー様からこの物件を預かっているので、ご退去の時まで弊社にてしっかりサポートさせていただきます。365日24時間緊急対応受付も行っているのです、いつでもお客様に対応可能です。」
仲介だけでなく、**管理会社としての強み**もアピールする。

・(お断りの場合)理由をしっかり聞く

「どんなところが気になりましたか？」
「でしたら、こんな物件もございますので、一度店舗に戻ってご説明させて下さい。」
物件とマッチしなかった理由を聞き、他の物件で対応できそうであれば、店舗に戻ってから紹介する。
お客様の時間の余裕を確認し、可能であれば再び案内し、無理な場合は必ず次回アポを取る。

「仲介業務ハンドブックー営業接客ー」

発行/全管協総合研究所

〒103-0028

東京都中央区八重洲1-3-7 八重洲ファーストフィナンシャルビル19階

全管協総研HP



全管協総合研究所

