


## ある日の タイムスケジュール

- **6時30分** 起床  
 昼は会社に戻り、他のスタッフと一緒に食事をとる。
- **8時** 出社  
 大切なコミュニケーションの時間。
- **8時30分** 掃除  

- **8時45分** 朝礼
- **10時～**  
 1件目のアポ。商談や現場調査などが入る。
- **12時～**  
 昼食  
 チラシを見た客などから続々と新規の問い合わせがあるため、すぐに対応できるよう昼や一度会社に戻り案件内容を把握。
- **13時～**  
 新規案件対応  
 午後は新規案件の対応を中心に行う。移動中に原価計算など見積り書作成の準備を行うことも。
- **15時～**  
 新規案件対応
- **17時～**  
 新規案件対応
- **18時30分**  
 帰社。事務処理などを行う。
- **21時**  
 帰宅



## 浅井さんの

## 営業習慣

## 営業マンFILE.2

## 小さな信頼を積み重ね トップ営業ウーマンとして活躍

入社3年目の営業ウーマンとして活躍する浅井美紗さんは、CONYJAPANが展開する水廻りリフォーム専門店リフォームに勤務。同事業部に在籍する14名の営業マンの中でもトップの成績を誇る。女性ならではの親しみやすさを武器に只今躍進中だ。

**リフォーム** 本社・大阪府大阪市  
**浅井 美紗 氏** リフォーム堺店勤務



リフォーム事業部の  
営業マン14名の中で  
トップの成績!

プロフィール  
 入社3年目。CONYJAPANが展開する水廻りリフォーム専門店に配属され、営業から現場管理まで全て担当する。リフォームの営業マン14名の中でトップの成績。

### 習慣 19

#### 初回訪問 意識して相槌やリアクション

「初回訪問の際は、無礼にならない程度にフレンドリーで親しみやすい雰囲気を作っています」と話す浅井さん。リフォームは顧客の大切な財産を扱う仕事。最初は警戒心を持ち、固い表情の人も。ヒアリングの際は相槌やリアクションを多めに取り「共感します」というメッセージを送る。次第に施主も「実はね」と笑顔で話し始めてくれる。



話やすい雰囲気を作ることで  
顧客も自然な表情に

### 習慣 23

#### 商談 次回のアポを必ず取る

次回のアポが確定したら、打ち合わせの際に出た質問の回答などを次回まで必ず用意することを心掛ける。「期限を決めて守ることで小さな信頼を積み重ねることができます」

### 習慣 20

#### 初期訪問 夜の20時に訪問したことも

問い合わせには、可能な限りすぐ駆けつけるのが信条。減多にないが、過去には夜の20時に現場調査へ行ったことも。顧客自身も仕事が終わった夜でないと家に呼べない場合が多く、夜に対応して感謝されたことも。

### 習慣 22

#### ヒアリング 「古い」「汚い」以外の理由を探る

ヒアリングでは、「何でリフォームが必要になったのか」という根本的な理由を探る。「例えばお風呂の交換を検討されているお客様にリフォームの理由を聞くと“古いから”“汚いから”といった答えが返ってくる

と思います。そこからさらに掘り下げて聞くと、段差があって危険、タイルが冷たい、足が不自由で入りづらい、赤ちゃんが生まれるからいつまでにリフォームしたいといった本当の理由を知れます」

### 習慣 24

#### 見積書 留守中の家族を考慮

見積り書は、各工事の費用などバツと見て分かりやすいものを心掛ける。ご主人が留守の場合なども、分かりやすい見積書があれば帰宅されたご主人にも正確に伝わります」



次回の約束をせずにズルズルと回答を待たせてしまうと、施主も他の会社に電話をかけ始めてしまう

### 習慣 25

#### クロージング 密な商談で効率的に

営業効率を高めるため、基本的に2回目の打ち合わせでクロージング。「足を運ぶ回数を重ねるよりも1回の商談の密度を濃くします。そのため1回目の商談は2時間ほどかけることが多いですね」

#### 顧客の警戒心を解く ヒアリング時の工夫

リフォームの事業部に在籍する営業マン14名の中でもトップの成績で活躍する営業ウーマンの浅井美紗さん。

「初回訪問でお客様の家を訪ねると、警戒心を持たれているのが表情で分かります。お客様の大切な財産を扱う仕事なので、最初は一步線を引かれることが多いのですが、そこからいかに心の距離を縮めて信頼して頂けるかを大切にしています」と話す。

女性ということもあって、男性の営業マンよりも親しみやすさを感じてもらえる。さらに浅井さんは、フレンドリーさを大切に、親近感のある言葉づかい、顧客がついもっと話したくなるような相槌やリアクションでヒアリング力に磨きをかける。

またリフォームでは水廻り工事を中心に手掛けているため、小回りよく活動し、満足度の高いリフォームを個々に提供していくのが営業マンに求められる。

浅井さんが月間で担当する案件数は12〜13件に及び、商談も1日に何件もこなす。1回1回の商談に時間をかけ密度を濃くし、2回目の商談でクロージングする

のが同社における基本のビジネスモデルだが、スムーズに商談が運ぶよう、プレゼン資料等の事前準備にも余念がない。「水まわり製品は、仕様やパーツを細かく指定したプランニングシートがあるとお客様もイメージが湧き、その場でプランや予算の調整もしやすくなります。各メーカーのポータルサイトを利用すれば、ショールームに行かなくても写真付きのプレゼン資料が事務所で作れるので、2回目の商談の際は見積書と一緒に持参しています」

このように日々努力するからこそ、報われる出来事も多い。つい2カ月前も担当顧客から、以前リフォームした洗面台の裏から水が漏れてきたという問い合わせがあった。浅井さんはすぐに対応。色々調査した結果、原因は別のところにあったのだが、まだ新しい洗面台を残した上で、お風呂・キッチン・トイレ・リビングダイニングの床工事と1階をほぼ全改装する500万円のリフォームを再び依頼された。「言ったこと、約束したことをしっかり守ること。小さな信頼感を積み重ねていくからこそ、初めての会社でもリフォームを任せたいいただけるのだと思います」