【モエル塾通心】

相見積もりで選ばれる営業は、

見積もりを出す前に「選ばれる理由」をつくっている。

「他の会社にも見積もりをお願いしています」

そう聞いたとき、
焦って値引きを考えていませんか？

相見積もりは、
金額だけを比べる場とは限りません。

お客さんが何を望んでいるのかを知り、
その希望にどう応えるのかを伝えられれば、
比べられる基準は金額だけではなくなります。

では、見積もりを出す前に何ができるのか。
価格だけで比べられず、お客さんに選ばれるために
大切な４つのことをお話しします。

1.「何をするか」より「なぜやりたいか」を聞く

「キッチンを新しくしたいんです」

そう聞いたとき、
すぐにカタログを開いて、
設備の説明を始めていませんか？

商品の説明も、もちろん大切です。

でも、要望をそのまま見積もりにするだけでは、
お客さんが本当に変えたいことを
見落としてしまうことがあります。

まず、こう尋ねてみてください。

「新しくしようと思われたきっかけは何だったんですか？」

「工事が終わったあと、
どんな状態になっていたら一番うれしいですか？」

すると、設備の話だけでは出てこなかった
本音が聞けることがあります。

「子どもが帰ってきても、
すぐ自分の部屋に行ってしまうんです。

前は夕飯のときに学校の話をしてくれたのに……。

だから対面キッチンにして、
料理をしながら、
また一緒に笑って話したいんです」

お客さんが望んでいるのは、
単なるキッチンの交換ではありません。

家族の顔を見ながら会話ができる暮らし。
笑顔になれる未来です。

自社の商品をアピールする前に、
お客さんの話に耳を傾ける。

会話の主語を、
自分から「お客さん」に変える。

選ばれる提案は、
お客さんが望んでいる未来を知ることから始まります。

2.相見積もりの仕組みを、お客さん主語で伝える

複数の会社から見積もりを取る。

大切なお金を使うお客さんにとって、
それは自然なことです。

だから、相見積もりを嫌がる必要はありません。

大切なのは、
金額だけでは比べられない判断材料を

お客さんに渡すことです。

「なぜこの金額なのか」

「どこまで工事に含まれているのか」

「どんな材料を使い、どんな工事をするのか」

こうした内容を、分かりやすく伝えます。

安さだけを競う相見積もりでは、
選ばれなかった会社の見積もりにかかった手間や費用が、
巡り巡って別のお客さんの見積もりに
反映されることがあります。

また、値引き合戦で受注した会社が、
見えない部分で材料や職人の手間を削れば、
結果的にお客さんが損をするかもしれません。

安さだけで比べてもらうのではなく、
安心して比べられる基準を渡す。

それが、本当の意味で
お客さんの味方になる営業の役割です。

3.お客さんのために考えたことを、言葉にして届ける

お客さんの話を聞いたあと、
その希望をかなえるために考えたことや、
実際に動いたことを言葉にして伝えます。

「先日おっしゃっていた
『お子さんと一緒に笑顔で料理したい』というお話が、
ずっと頭に残っていたんです。

なんとか〇〇さんに喜んでもらいたくて、
職人さんと相談して、こんな案を考えてみました」

自分の話を覚えていてくれた。

自分たちの希望をかなえるために、
真剣に考えてくれた。

その気持ちが伝わると、
営業は単なる業者から、

「自分たちのことを本気で考えてくれる、
一番の味方」

へと変わります。

4.「契約」ではなく「お客さんの笑顔」をゴールにする

「どうすれば契約が取れるか」

そこに意識が向くと、
話の中心は営業自身に戻ってしまいます。

選ばれる営業が考えているのは、
ただ一つ。

「工事が終わったあと、
このお客さんはどれだけ笑顔になっているだろう」

契約を取ることだけを目指す「契約ゴール」ではなく、
工事のあと、お客さんが笑顔になれるかを考える
「笑顔ゴール」です。

お客さんの「なぜ」を聞く。

望んでいる未来を知る。

そのために考え、動いたことを伝える。

その積み重ねが、
相見積もりになったときにも、
価格だけではない「選ばれる理由」になります。

見積もりを出す前に、できることがある

相見積もりになると聞いて、
焦って値引きを考える必要はありません。

お客さんが比べるのは、金額だけとは限らないからです。

「自分たちの希望を分かってくれているか」

「その希望をかなえる提案になっているか」

「安心して任せられる相手か」

そうしたことも、
お客さんが会社を選ぶ大切な基準です。

今、商談中のお客さんがいるなら、
見積もりを出す前に、もう一度話を聞いてみてください。

「〇〇さんの笑顔がもっと増える案が、
パッと浮かんだんです。

もう一度だけ、
打ち合わせでおっしゃっていたことを
確認させていただいてもいいですか？」

契約を急ぐのではなく、
お客さんの希望をかなえる方法を考え、伝える。

その積み重ねが、
「他より少し高くても、あなたにお願いしたい」
と思ってもらえる提案につながります。