

Cerezo オンライン研修

ウェビナー方式で配信

不動産売買仲介業  
戦略&仕組みづくりの  
実践研修会

2022.07

成長へのチャレンジを続ける

小さな不動産会社の経営者を応援する  
株式会社セレス総合研究所  
<http://www.cerezo-soken.site>

## 【確認事項】

### ●基本戦略研修会は16時に始まります。

開始1～2分前までにご入室ください。

下記zoomのご招待URLよりご入室いただけます。

zoomの使用方法等が分からない方はお気軽にメールにてご質問をお送りください。

### ●動画の配信も行います

録画した動画データの配信も行っておりますが、出来る限りリアルタイムの視聴をお勧めしています。録画とリアルタイムでは、集中力と聴く姿勢の熱量がどうしても違ってきてしまうのではないかと考えています。ご都合があうようでしたら、出来る限りリアルタイムの視聴にご参加ください。

※動画配信は現在YouTubeを使用しています。

### 《ウェビナーご招待URL》

※お名前とメールアドレスを登録してご入室ください。

※顔出しはございません。カメラとマイクはOffの状態です。

下記のリンクをクリックしてウェビナーに参加してください：

<https://us02web.zoom.us/j/86110064340?pwd=YWt2NS9VSHZqVWlxbDROSi94eTc4Zz09>

ウェビナーID：861 1006 4340

パスコード：870345

社長の仕事は『考えること』が仕事です

★お問い合わせ用メールアドレス [cerezosoken@gmail.com](mailto:cerezosoken@gmail.com)  
[info@cerezo-soken.site](mailto:info@cerezo-soken.site)

# 【7月】売買仲介業戦略&仕組づくりの実践研修会

## ■はじめに ～仕事は「スピード」か「クオリティ」か～

忙しくて毎日があっという間に過ぎていくという方も多いのではないかと思います。1日、1週間、1ヶ月が異常と思えるようなスピードで過ぎていくと感じる方もいらっしゃると思います。余談ですが、時間が段々と過ぎるのは歳をとるにつれて速くなってきていると感じていませんか？これは、「ジャンネーの法則」と言って、フランスの哲学者が発案した法則です。

### 💡ジャンネーの法則

「主観的に記憶される年月の長さは年少者にはより長く、年長者にはより短く感じられる」という現象を心理学的に説明したものです。例えば、50歳の人にとって一年の長さは人生の50分の1ほどとなります。一方で5歳の人にとっては5分の1に相当します。つまり、50歳の人にとっての10年間は、5歳の人にとっての1年間にあたり、5歳の人にとっての1日は、50歳の人にとっての10日にあたることとなります。生きてきた年数によって一年の相対的な長さがどんどん小さくなることによって、時間が早く感じるというわけです。

また、一生懸命に仕事をしている毎日が、慌ただしさもつくっているのかもしれない。一生懸命に仕事をするとっても、やみくもに頑張ればいいわけではありません。しかし、頑張った分は報われたい、忙しい毎日をムダにしたいと思うのも多くの人の願いではないでしょうか。そこで、生産性の高い仕事の進め方が出来るように、日頃の仕事のやり方をちょっと振り返ってみましょう。題材は、先月ご案内いたしました「プレジデント 2022.06.17」を参考文献にしています。

言うまでもなく、誰でも一日は等しく24時間です。限られた時間の中で、注力すべき仕事を見極めて最速でこなすことで、成果を上げていきましょう。

### 《仕事が早い人の3つの能力》

1. 自分が注力すべき仕事とそうでない仕事を適切に見分ける能力
2. タスクを最速で処理できる能力
3. 他の人に任せる仕事をうまく任せる能力

「自分がやった方が早い」なんて思って、いつまでも大量の仕事をひとりで抱えていますか？

#### I. 成果を生み出す仕事術『時間管理』

期限を決めることで集中力を高めることが出来るそうです。普段のスケジュール管理と、期限を定めた仕事の管理が出てきていますか。

##### ◎1日8時間の業務時間を「480分」と考える

480分を30分刻みにして、短時間でひとつひとつの仕事をこなす

元々、人間の性質は「期限を決めればそれに合わせて仕事を進める」ことが出来るそうです。時間管理と期限を意識して、仕事を進めましょう。

短時間で時間を区切るのは、他の意味もあります。子供のころの夏休みの宿題を思い出してみてください。夏休みの最終日のギリギリで宿題を終わらせる経験のある方も多いのではないのでしょうか。これは、人は時間があればあるだけ使ってしまうという「パーキンソンの法則」からくるものです。時間は余裕を持ってはいけません。なぜなら、それだけ仕事が遅くなってしまうからです。

##### ◎普段のToDo管理

付箋はダメです！ノートやPCに「やること」を書いた付箋を貼ってタスク管理をしている人もいますが、付箋によるタスク管理はスピードにはつながっていきません。仕事の順番、振り返り、やるべきことが一目で分かるようにToDoは、まとめた方がよいとされています。



直感的に体裁を整えることができるので、打ち合わせのスピード感を損わずにメモが取れます。

メーカー希望小売価格：  
¥380+ 税

筆記時にリンクが手に当たらないセパレートリングタイプ。直感的に体裁を整えることができるので、打ち合わせのスピード感を損わずにメモが取れます。

[オンラインショップ](#)



ToDoリスト&パーチャルスケジュール欄で、一日のタスクを丸ごと管理。1日1ページのフリー手帳代わりとしても使えます。

メーカー希望小売価格：  
¥380+ 税

筆記時にリンクが手に当たらないセパレートリングタイプ。ToDoリスト&パーチャルスケジュール欄で、一日のタスクを丸ごと管理。1日1ページのフリー手帳代わりとしても使えます。

[オンラインショップ](#)

ご紹介記事 ⇒ <https://shuchi.php.co.jp/the21/detail/5592>

## II. 成果を生み出す仕事術『タスク管理』

### ◎タスクを整理するタイミング

「気が付いた時」「出社前」「出社後」

大切なことは、頭に思い浮かんだらすぐに書くことです。

### ◎デジタルスキルを磨いたら仕事のスピードが上がるもの「チャットツール」

スピーディーで円滑なコミュニケーションが、仕事の効率化につながる

- ・社員とのコミュニケーション
- ・お客様とのコミュニケーション
- ・相談相手とのコミュニケーション

LINEworks/Chatwork (チャットワーク) /Slack (セールスフォース)

キントーン (サイボウズ) /Dropbox (ドロップボックス)

### ◎最終的に功を奏するのは「チェック・確認・見直し」の重要視

ミスが起これば結局それだけ時間がかかり、遠回りになってしまいます。

ミスのない仕事をするために、脳がクリアな午前中 (人による) は、メール通知もオフにして仕事に集中してみましょう。

## 1. アナログの売集客と PDCA

### ① アナログ集客の改善をいつ行うのか

量と期日を決めましょう。下記はルール設定の一例です

#### 【チラシ】 配布数（エリア）・チラシ制作と確認・配布日・チェック改善日を決める

	配布数	作成	確認	印刷 入稿	納品	納入	配布	改善日
ポスティン グチラシ	5,500 部	第 1 月曜日	第 1 金曜日	第 2 月曜日	第 3 月曜日	第 4 火曜日	第 1 土曜日	月末日
折込 チラシ	5,500 部						1 日～ 14 日	
近隣挨拶	200 部	月末日 ※計画	毎月 1 日	毎月 5 日	-	-	※OH 実施 前日	

※習慣になるまでは専用のカレンダーを掲示しておく

チラシ：毎月第〇の〇曜日に配布

〇〇地域に\_\_\_\_\_部

チラシ量とエリアの考え方・・・・・・・・

※毎回内容は変えて配信すること

作成担当：\_\_\_\_\_ / 確認担当：\_\_\_\_\_

改善担当：\_\_\_\_\_

#### 【DM】 新規獲得数と発送数／封入物の作成と改善／発送日

	新規獲得 ／配布数	開示請求	封入物 確認	封入 作業	投函	新規の リスト追加	改善日
空き家 DM	5 件／累計	-	10 日	15 日	20 日	30 日	月末日
相続 DM	100 件	1 日		30 日	翌 1 日	25 日	

※習慣になるまでは専用のカレンダーを掲示しておく

空き家 DM：毎月〇件新規取得 所有者確認後毎月〇日に DM 発送／配布スパン〇ヶ月

相続 DM：当月請求（受付帳）からの新規発送翌月 1 日／配布スパン 3 ヶ月連続&1 年

**【過去客・見込み客・紹介】** 1年間の発送スケジュール／配布方法／内容／リストメンテ

	配布数	1回	2回	3回	封入物作成	リスト確認
過去客	150通	1月10日	7月31日	-	前月10日	前月10日
見込み客	100通	4月15日	7月31日	12月10日		
紹介依頼	30通	1月10日	7月31日	-		

DM：リストメンテナンス毎月1日／見込み客メール追客毎週月曜日朝8時配信

過去客は1月及び7月／追客中は4月15日・7月31日・12月10日の年3回

紹介依頼は1月及び7月

**② PDCA を考える**

PDCA はとても奥深いテーマです。今回は端的に必要性だけを共有したいと思いますが、日頃のPDCAの実行方法を別の機会の主テーマとして取り上げていきたいと思ひます。

計画 (P)：毎月月末日に翌月の計画を行う

配布数 (エリア)・改善内容の確認・誰がいつ何をする

実行 (D)：計画日をカレンダーまたはその他の方法で見える化を行う

チェック (C)：実行できたのか／できなかったのか

実行は計画通りか／なぜできなかったのか

改善 (A)：質を高める改善／量を見直す改善

常に「質」と「量」を意識して、理想の結果につなげる

### ③ 空き家・相続DM（ダイレクトメール）

広告類は、ネットとアナログでは目的が違うため、両輪で行うことをお勧めしています。メールも同じです。E-mailの追客や連絡手段もいいのですが、どれだけの人が読んでいただけているのかということを考えると、紙媒体のチカラも利用したいものです。紙のDMの場合、実際に手に取って見てもらえて、触れて、読んでいただける確立がとても高くあります。DMで集客が出来なければ、チラシやネットではもっと苦戦するのではないかと思います。「紙DM+WEB」の手法を磨いていきましょう。

JDMA（日本ダイレクトメール協会）のレポートによると、1週間に届くダイレクトE-mailはひとり平均67.4通だそうです。つまり1日に10通。一方で、紙のMの平均は5.7通、1日0.8通です。どちらが目につきやすいと思いますか。その結果、開封率は、E-mailと紙DMでは3倍以上の開きがあります。

インターネットは費用をかけずに試すことは出来る手段なのに対して、紙媒体は印刷や郵送のコスト、制作などにかかる労力が必要なので、どうしてもネットに意識がいきがちですが、コストを惜しむあまりに、肝心の集客が出来なければ意味はありません。高开封率の紙DMを使って反響への行動へ促す実践を始めてみませんか。

DMも他の集客と同じように考えましょう

#### 『心理学を知らないと営業やセールスで大きな苦勞をする』

- 1) お客様は押し売り、売りつけを嫌います
- 2) 動かすものは感情です
- 3) お客様は自分の意思決定を理性で正当化したい



### 《封入するもの（例）》

- ・ 送付状（写真、画像などのビジュアル必要）
- ・ 仲介手数料 20%OFF の割引券
- ・ 野菜（植物）の種
- ・ 相続スケジュール手続き及び届出早見表（一覧表）
- ・ 相続に関する情報資料
- ・ 空家に関する情報資料
- ・ 無料の〇〇相談申込書
- ・ 査定書の見本（例）
- ・ 大手との差別化は「人」を際立たせる

### 《次の展開へ誘導する》

- ・ 返信用フォーム・FAX で粗品プレゼント
- ・ 売却フェアへ誘導
- ・ 役立つ不動産売却小冊子プレゼント
- ・ YouTube/Instagram などへ誘導
- ・ 遠方売主はオンライン相談へ
- ・ 「よくある質問」でブログへ誘導

### 《開封率を上げる工夫》

- ・ DM には封入物が分かるようにする
- ・ アウトソーシングしてもよいので宛名は手書きで書く
- ・ 記念切手を貼る
- ・ シンプルな白い封筒が実は開封率が高い
- ・ 地域限定の会社なら郵便局の「はがきタウン」
- ・ 透明封筒（opp）にニュースレター
- ・ 送付タイミングを考える

#### ④ コラボ&協業（提携）・賛同企業を増やしていく

地域密着不動産会社ならとことん地域に溶け込んでみませんか？

##### ◎ブログで地域の紹介、チラシで地域の紹介



※ご紹介させていただいたお店にオリジナルのBOX ティッシュを置く

※業務提携（紹介制度）を行いチラシを置かせていただく

※SEO 効果に期待する

##### ◎A4 ポスティングを 4 社（6 社）で分ける

両面カラー印刷 5 千部＝9,790 円（税込） ※6 月 20 日時点

（A3 二つ折り 5 千部＝27,810 円（税込））

配布単価 10 円／枚（11.5 円／枚）として・・・

印刷 9,790 円＋配布 55,000 円＝**64,790 円**÷4 社＝**16,197 円**

印刷 27,810 円＋配布 63,250 円＝**91,060 円**÷6 社＝**15,176 円**

※店頭配布でも OK

## 2. お客様の声と Q&A を考える

売り手側のプレゼンとなる「わたしたちはこんな会社です」と自分たちを売り込むのも、サービスを説明するのも、自社の魅力を伝えて、「この会社にお任せしたい」と思っただけが目的ですが、売り手側の情報だけでは、どうしてもお客様の確信まで至る可能性が高まっていきません。どれだけ工夫をしても、キャッチコピーを磨いても、所詮自分たちにとって有利なことしか伝えていないからです。

「私たちは、しつこい営業は一切いたしません！」

「適正価格で早期売却を目指します！」

一生懸命伝えても、お客様にとっては、「そりゃあ、普通は良いことばかりを言うもんだよね・・・」となってしまいます。

そこで、必要なとなるのが「買い手の声」です。

◎お客様の声をアンケートで集める

◎GBP で口コミを増やしていく

お客様がお金を払うのは、会社の価値、サービスの価値を確信したときです。売り手側のプレゼンと買い手側の声は、価値を確信に変える必要最低限の条件になります。

もちろん、アンケートにはプレゼントもつけて、自然に書いていただけるように、タイミングと用紙（設問）を用意しておきましょう。

「依頼する前はどんなことで悩んでいましたか」

「ご依頼後どんなお気持ちになりましたか」

「当社にご依頼いただけなかったらどうなっていたと思いますか」

「どんな人に当社を勧めていただけますか」

「〇〇不動産（当社）ってどんな会社ですか」

・・・etc

また、お客様に「訊かれたことに応えること」はビジネスの王道です。Q&Aは、もっとも、それを体現するコンテンツになります。訊かれたことを表現できない、想像がつかない人は、お客様が「何を考えているのかが分からない人」でもあります。

イ) 売主様と買主様からよくある質問を書き出す

(教える立場で回答に望む)

- ・ お客様は抱えている不安
- ・ お客様が心配していること
- ・ お客様が懸念されている点
- ・ お客様が尋ねそうなこと
- ・ お客様が検索しそうなこと

ロ) 記事、Q&A として答えを提供する

ハ) HP、ブログ、記事、チラシ、広告、DM . . . .

お客様が抱える 4 大不安

1. 営業マンとのやり取り
2. 売却（購入）してからの後悔と心配
3. スムーズな売却（購入）
4. お得に取引をしたい

### 3. 企画内容のご案内（お知らせ）

#### ① 一般社員対象「営業研修（買営業編）」

日時：2022年7月26日（火） 15:00～17:00（2時間を予定）

zoomを使用した顔出しアリの参加型研修です

※通常のウェビナー研修ではありませんのでご注意ください

**対象：売買仲介営業経験3年未満の社員**

※参加する姿勢を重要視します。積極的な参加姿勢がない場合は、他にご参加される方のモチベーションにも関わるため、講師の判断で途中退席していただきますことをご了承ください。

内容：1）自己紹介

2）営業社員としての心構え

3）買営業プロセスの確認と契約1本に必要な行動のあたり前

4）各プロセスの攻略方法

5）営業は4ステップで攻略する

6）あたり前の基準を底上げする

※内容は予定です。レジюме構成によって変更になる場合があります

※参加受付は6月になります。ご希望の方は予定をおさえてください。

**【申込フォーム】**

<https://forms.gle/ij7rAvjKSBpr82a6>

#### ② 一般営業事務員（アシスタント）対象研修

※すべて予定です

日時：2022年9月27日（火）10:00-11:30

対象：営業事務（アシスタント）業務を行っている一般社員

※これから行う新人さんでもOKです

内容：営業事務員としての心構え

上司（社長）を支える仕事

営業社員を支える仕事

営業事務員の遣り甲斐とモチベーション

※参加受付は8月になります。ご希望の方は予定をおさえてください。

### ③ ステップメール活用報告

売の反響・追客中のお客様に定期的にメールを送信するサービスです。

メール文章120件ご用意いたします。

最初の3か月間は毎週月曜日・金曜日に送信（3～4日に1回のペース）

4か月目以降は毎週金曜日に送信（1週間に1回のペース）

イ) ステップメール配信用のサーバー設定

ロ) 売客のリスト共有（名前・メールアドレス）

ハ) 配信開始

#### ◆8月度 売買事業の戦略実践ウェビナー研修◆

8月8日（月）16:00-17:00

テーマ：『お客様に選ばれるためのメール対応』

いまは、お客様とのやりとりも電話よりメール（LINEなどのツール）で行うことも多いのではないのでしょうか。メールは、一括査定サイトの反響対応、購入希望者の会員登録対応、追客など多くの場面で使います。ということは、メールの文章、送信で他社と比較されることもあり、気が付かずに損をしている可能性があるかもしれません。お客様とのコミュニケーションツールとして多用するメールで失敗しないために、今一度、メール作成について見直す機会にしてみませんか。

※研修テーマ及び告知は予定です。変更になる場合がありますのでご了承ください。

---

株式会社セレス総合研究所

主任講師 井上洋 お問い合わせ [cerezosoken@gmail.com](mailto:cerezosoken@gmail.com)

---