



優真商事

不動産トップ営業マンの

「超」儲かる仕事術

# 電話営業で

# 物上げをする方法

電話とハローページだけで  
預かり物件と顧客がどんどん作れる！

不動産トップ営業マンの「超」儲かる仕事術を応援してください

<http://yu-mashouji.com/>



【推奨環境】

この E-book 上に書かれている URL はクリックできます。できない場合は最新の AdobeReader をダウンロードしてください。（無料）

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

【著作権について】

この E-book は著作権法で保護されている著作物です。

下記の点にご注意戴きご利用下さい。

この E-book の著作権は作成者に属します。

著作権者の許可なく、この E-book の全部又は一部をいかなる手段においても複製、  
転載、流用、転売等することを禁じます。

この E-book の開封をもって下記の事項に同意したものとみなします。

この E-book は秘匿性が高いものであるため、著作権者の許可なく、この商材の全  
部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じ  
ます。



## 不動産トップ営業マンの 「超」儲かる仕事術

著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。

このE-bookに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

このE-bookの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このE-bookを利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。



## もくじ

■はじめに ■ 物件を反響で預かる？こっちから仕掛けよう！……	3
■ Chapter.1 ■ 一般的な物上げ方法……	7
■ Chapter.2 ■ 源泉営業の強さとは？……	11
■ Chapter.3 ■ 電話営業の物上げで準備するもの……	14
■ Chapter.4 ■ 実践方法（やり方）……	17
■ Chapter.5 ■ お客様の反応はこう来る！……	25
■ Chapter.6 ■ 来たぞ！話せるお客様との応酬話法……	31
■ Chapter.7 ■ こうやって利益を拡大させていきます……	41
■ 最後に ■ 反響営業の弱さ……	43



## □はじめに□

電話営業での物上げの仕方

こんにちは

優真商事@web 担当：小林です

このマニュアルをお求めになったあなたは、物上げができるといかに稼げるか、よくお分かりの方かと思います。

言わずもがな、物件さえ持っていれば（物元）なら

客付けは他社任せの片手で仕上げてもいいですし、自社で客付けできれば両手にすることもできます。

不動産売買仲介・賃貸仲介永遠の仕事として

「どうやって物上げして媒介を取るか」



というテーマは常に私たちの悩みになってきました。

- ・ 大手のように莫大な広告費をかけなければ物上げできないの？
- ・ 大手のように社員やパートさんを使って何万枚もチラシを捲かなければならないの？
- ・ 圧倒的シェアを誇る地元他社との査定競合で勝てないの？
- ・ 中小企業は「運任せ」で預かり物件を増やしていくしかないの？

・・・**反響営業しかできない不動産営業マン**ならこれらの答えはイエスと即答するでしょう。

しかし、**源泉営業を身に付けている営業マン**ならこう即答します

「電話営業や飛込みでも、物上げなんてできるよ。

こっちから仕掛ければいいじゃん」と。



源泉営業での物上げには「電話」と「飛込み」がありますが、  
本マニュアルは「電話」に絞ったマニュアルです。

使用するものは一般家庭や会社にある「電話」  
(ビジネスフォン以外でも可能) とハローページ、これだけです。

人件費も、広告費も、多大な経費も、一切必要ありません。

本マニュアルは一般家庭や会社にある固定電話とハローページを使う  
だけで物上げと集客ができるようになる具体的なマニュアルに仕上げ  
ました。余計なグラフや図を極力使用せず、ポイントを簡潔にまとめ  
てあります。



**そして、ここが重要なのですが、現在も成果が出続けています。**

**過去にも何度も成果が出ている手法ですので、効果は折り紙つき。**

**机上の空論ではありません。**

是非あなたも本マニュアルに沿って1ヶ月間コツコツと

(実際には1カ月かからないと思いますが)

実行してみてください。

きっと、源泉営業の楽しさと凄さを分って頂けると思います。

あなた自身が仕掛けた電話営業で1人でも多くのお客様との出会いと、

1件でも多い物上げを心から祈っています。

優真商事





## □ Chapter.1 □

まずは不動産業界での一般的な物上げ方法をまとめてみましょう。

未だにアナログな手法が使われ続けているのも、不動産業界の特徴です。

### ① チラシ反響を待つ

お馴染みの週に何度もポスティングして反響を待つ方法。

チラシ内容はこのマンションを欲しい人がいます、不動産買い取りますなど。

チラシはパートさんに撒いてもらうことも多いですね。

また某仲介会社は社員のノルマが月間数万枚とも聞きますが・・・

物上げチラシには基本連絡先が書いてあるので、

お客様から反響の電話（FAX）を受けてから、

査定依頼を取付け→訪問→他社と競合→専任以上の媒介取得

を目指すのが一般的な流れです。



(他社と競合して預かるからには、あからさまに高い金額で媒介を取りに行ってしまう後で苦勞する事も多いですね)

## ②メール反響を待つ(物件査定サイト含む)

連絡先は書いていないことも多いので、お客様と担当者がメールのラリーをして訪問査定へ繋げることを目的とします。

後はお客様から反響のメールを受けてから、

査定依頼を取付け→訪問→他社と競合→専任以上の媒介取得を目指すのが一般的な流れです。

※反響チラシは担当者ベースでお客様を貰えると思いますが、メール反響客は問い合わせ先が会社の場合が多く、実際の現場では反響客の割り振り割合は社歴の長さだったり、役職だったり成約率だったりすることがあります。

ここが反響営業の悔しいところです。



でも仕方ありませんよね。広告費は会社持ちですし社名の強さ（地域浸透度）がきっかけでお客様が選んでくれたかも知れませんから。

そして①②どちらも同じですが、当然チラシ反響もメール反響のお客様も今すぐに売りたいという人ばかりじゃありません。

重要です！

その時期が来たら。。。というお客様はそのうち客となります。

（B客と後述します）

→このお客様を囲い込み効率的に成約するのがセールスレターの威力なのですが、別のマニュアルなのでここでは割愛します。

### ③店舗への来店を待つ

店舗への直接来店の場合ですね。

一般的には売却相場を聞かれ、売却時期の確認 etc と続きます。



店舗への来店を待つ場合は、路面店舗のみチャンスのある手法です。

現実的にはマンション1室の不動産業者や空中店舗の不動産業者も星の数ほどありますが、

そういった会社の場合の店舗来店はインターネットかチラシで来店を促すしかなく、通りがかり来店のお客様を集客する方法はないので、チャンスは限りなく低いです。

では、電話営業実践の前に源泉営業の強さをお話します。



## □ Chapter.2 □

源泉営業の強さについて

そもそも今からあなたにチャレンジして頂く源泉営業とは、  
「チラシやメールで動かない売却（購入のお客様とも出会います）  
の潜在客を掘り起こして、成果にする営業」です。

重要です！

源泉営業ができる人間と反響営業しかできない人間

これは会社内でもあなたが将来独立しても相当差が付く能力です。

これはあなたが勤めの社内環境によるのですが、超大手会社に入社された方や反響営業客しか扱わない会社に入社された方は、まずできないでしょう。いわゆる待ちの仕事です。

というよりも、社内環境的に新規顧客獲得能力よりも反響客を成約する力を求められるので、攻めの仕事は必要がありません。



それは決して悪いことでもないですし、否定もできません。

たまたまあなたがお勤めになった会社がそうだっただけの話ですから。

今あなたが不動産業のこういった職種に就かれているかわかりませんが、源泉営業を覚えたいという方は、間違いなく「向上心のある方」だと思います。

- ・ どうやったら、もっと物件を預かれるのか
- ・ どうやったら、ライバルのアイツに勝てるのか
- ・ どうやったら、今の借金が返せるのか
- ・ どうやったら、独立して会社の看板なしで自分でやっていけるのか
- ・ どうやったら、もっともっと稼げるのか

こういった背景が、必ずあると思います。



源泉営業は自分でお客様を見つけることができますので、  
一度身につけてしまえば

「反響がないからダメだ」

「会社に予算がないから仕事が取れない」

「やっぱり大手には勝てないな」

「この会社だと稼げないな」

といったようなネガティブマインドから一気に解放されます。

攻めるポジティブマインドに変われるわけです。

会社や今の立場は関係ありません！

**だって、あなたはこれから自分でお客様を発掘できるわけですから！**

是非、源泉営業の電話営業を実践してみてくださいね。

まずは準備です。



## □ Chapter.3 □

電話営業の物上げであなたが用意するものは、たったこれだけです。

### ①電話帳（ハローページはここで買えます）

- ・ [タウンページセンター](#)
- ・ 0120-506-309（通話料無料）
- ・ 受付時間／平日 午前9時～午後5時
- ・ （土・日・祝日・年末年始＜12月29日～1月3日＞を除く）

1自治体 1,000円くらいで買えますので、チャレンジしたい自治体を買いましょう。

注意：インターネット上でハローページと検索すると CSV ファイル（テキストデータのようなもの）出力で数万円という業者が多くいるのがわかります。

でも、これはすぐにはおススメしません。





まずはこのマニュアル通りに行動して、あなたが少なからず成果を出してから

「電話営業、これは・・・いけるかも！」という確信を得てから、

商品版をお求めください

強くお勧めします。

- ②電話（会社の番号が出る電話なら家庭用電話でもオッケー）
- ③蛍光マーカー
- ④15センチ以上の定規
- ⑤机と椅子
- ⑥レインズが使える環境（後日、成約事例をお送りするため）



次に適した時間ですが

## 商品版をお求めください

ただし、早朝（7時台）と夜（9時台）はクレームになりやすいので止めたほうが無難ですね。

また、地域によっても差が出ます。

東京都心であればまだまだ起きている時間でも、地方ではお休み（睡眠）になっている可能性もあります。

お互いに気持ち良くクレームを起こさずに行うのがこの電話営業なので、相手の立場に立って電話時間を考えてみてください。



## □ Chapter.4 □

それでは実践（やり方）です

1.電話帳の片面 A4 サイズを A3 コピーで拡大して取ります。

大きくなってやりやすいです。まずはこの用紙の名前の上に 15 センチ以上の定規を置きます。あ行でもう行でもか行でも、あなたの好きな名前の段から始めましょう。

2.左手で受話器を耳につけっぱなしで、右手で電話帳の名前の下に定規を当てます。そして 1 番初めのお客様の横にスタートした日時を書いておきましょう。

3.番号通知で電話します。

4.コール（呼び出し音）が始まりました

トゥルルルル、トゥルルルル、トゥルルルル、トゥルルルル、トゥル



ルルル、

商品版をお求めください

を合わせた一番効率的なコール回数だと行き着きました。

このお客様は出ませんでしたね。

電話を切って次の人に電話しましょう



5. 同様にコールします

トゥルルルル、トゥルルルル、トゥルルルル、トゥルルルル・・・

ガチャ、「ただいま留守にしております。御用の方は発信音の後にご  
用件を・・・」

今回は留守電になりました。

商品版をお求めください

さあ、どんどん続けましょう



6. コールします。

トゥルルルル、トゥルルルル、ガチャ、

はい●●です。

今度は相手が出ました。

落ち着いてこう言います。

商品版をお求めください

商品版をお求めください

重要です！



# 商品版をお求めください

一気に反響が落ちてしまいます。

# 商品版をお求めください

を感じ、こんな営業ははじめてのことであなたは怖いと感じるかもしれませんが、電話の向こうのお客様は何とも思っていない。むしろ営業っぽい電話が嫌われてしまいます。

重要です！



従来の電話営業は、住宅に関心があるかないか、家賃をもったいないと思うか思わないか、税金が高いと思うか思わないか、マンションで節税できることを知っているか知らないか、ハイテンションで入っていくトークの切り口でしたが、本マニュアルでは一切言いません。

商品版をお求めください

重要です！

で、どんどん見込客が集まり

始めるのです（詳しくは Chapter5 でご説明します）





さらに、この物上げ電話営業では以下 5 点を厳禁とします。

①声を大きくする

→営業感を感じさせますので、普通に話せばいいんです。

商品版をお求めください

⑤オーバーリアクションをする

→営業マンを感じさせますので、普通に話せばいいんです。



■物上げの電話営業は従来の電話営業の逆を攻めます■

商品版をお求めください

変な売り込

重要です！

それはそうですね、普通の会話をしているだけですから。

あなたの心理的負担もずっとずっと軽いので、ちょこちょこ休憩しながら比較的長い時間電話をかける事も出来ます。

商品版をお求めください

困気ですぐ

感じ取りますので)



## □ Chapter.5 □

そこでお客様からの反応がこう来ます。

商品版をお求めください

ここで一旦、お客様を整理してみましようか



商品版をお求めください

■再度電話■ 日と時間の変え方は

商品版をお求めください

対象外（次で言うC客）とします。



例えば

安倍 晋三様のお宅が 12 月 25 日 13 時頃留守だったとします。

商品版をお求めください

ばそのお宅は対象外（C 客）とします。

翌日に電話しなくても、当日の電話でももちろん構いません。

商品版をお求めください

繋がる法則数によります。



番号通知で知らない番号は出ないお客様や、電話をかけている人の留守電を入れる第一声を聞いてから受話器を取る、というお客様も大勢いますので、あまり留守宅に執着すべきではありません。

**お客様はいくらでもいるわけですから。**

さあ、続けましょう

どんどん電話をかけることに慣れてきて、どんどん断ってくれてかまわないよという心境になっていくとベストです。

何故かって？

物件を預かって得られる報酬をコール数で割ると、1コールあたりで儲かると思える金額が出てきますから、結構夢中になることが多いんです。 [\(ブログ記事 参照ください\)](#)



あなたは隙間時間や、たまに●時から●時と時間を区切って集中的に電話をしていきます。

商品版をお求めください

といつものように聞いていくと、

商品版をお求めください

という返事に、時々巡り合います。



# 商品版をお求めください

意外な反応にびっくりします。

しかも人間は面白いもので

# 商品版をお求めください

面白いですよ、聞いていなくてもあっちから聞いてくるんです。

これが電話営業（源泉営業）です。

重要です！

いずれにしても、お話し出来るお客様でしたら次のトークに移ります。

ここからがまた面白くなります。





□ Chapter.6 □

商品版をお求めください

お客様「はい」

続けて

商品版をお求めください

とリアルティ感たっぷりに電話帳に記載された住所と名前を復唱して

確認します

※聞かれたお客様は情報元が電話帳（ハローページ）という事で再度

安心するのです。

重要です！



お客様「はい、そうです」

あなた「それではありがとうございました」

あっさり電話を切ります。

ここまで一旦終了です。

どうでしょう

たったこれだけで、全くの面識のない人から

「少しだけ不動産で話すきっかけができた人」に昇格するお客様が発生しました。

**商品版をお求めください** お客様をノートに転記してもいいで

すし、電話帳に直接書き込んでもいいです。



※これはパソコンではなく手書きをお勧めします。

電話を続けていくとこんな電話帳ができあがるはずです。

[\(リンク先 ブログ記事\)](#)

電話帳画像拡大 [リンク先](#)

そしてここが大事な部分なのですが、

商品版をお求めください

送付資料 [リンク先](#)

※ちなみに、全く考えていなかったお客様は [商品版をお求めください](#)、

[商品版をお求めください](#) ととても喜ばれます。

重要です！



商品版をお求めください

再度電話したらお客様が出ました。

お客様「はい、●●です」

あなた「先日はありがとうございました。●会社の●です。」

商品版をお求めください

ここで、お客様は2択でわかります

商品版をお求めください



→Aの客は

商品版をお求めください

(出)へ再度電話する方法を仕掛けて、それでも出なければ追うのを諦めます (C客 対象外)

商品版をお求めください

変わったら B客へ昇格です。



## 商品版をお求めください

堂々ところ切り出します

重要です！

# 商品版をお求めください

お客「あなたが想定していなかった言葉」を聞くことができるので、  
それに合わせたトークをすればいいんです。



# 商品版をお求めください

このような5タイプの見込みに分かれます。

その見込みの攻略方法については無限にあるのですが、

物上げの電話営業で発生したお客様に共通することは

重要です！

この時点で、住所のわかる立派な見込み客ということです。



お気づきですか？

チラシやメール反響客と結果的に内容（見込レベル）は一緒になっています。

そして、一度面談の機会さえあれば見込レベルが大きく上がるのですが、電話営業の場合は面談の約束を取り付けるまでもう一工夫必要です。

商品版をお求めください





# 商品版をお求めください

後日電話すると、あっさり簡単にアポイ

ントが切れます。

# 商品版をお求めください

をわかってもらってもらえれば、簡単にアポイントが切れます。

お客様は勝手にセールスされることを最も嫌います。

重要です！

# 商品版をお求めください

私なら「将来的って言ってるだろ！」とってしてしまいます。



# 商品版をお求めください

これで、一度人間関係ができるとこれほど強いものはなく、  
他社と競合することはあまりありません。

なぜなら、あなたの電話がきっかけで動き始めている

(考え始めている) からあなたへの親近感 (というよりも信頼です)

が人一倍強いのです。

**このひと手間が、今の源泉営業には重要なんですね。**



## □ Chapter.7 □

人間関係ができてお互いに良好な関係を築けることができれば・・・、

あとは刈り取る（お客様の要望を叶える）チャンスを伺います。

さらに、

こういった電話営業のお客様はすでに人間関係ができていますので

（理由は反響客のように、お客様から業者を選別して動き始めていないから）成約後に、高い確率で紹介客が発生します。

そうすると、お客様がお客様を生む最高の循環が発生し始めます。

さらに生産性を高めていくには・・・

あなたがこの電話営業を一通り覚えたあと

**商品版をお求めください**

いいですよ。



# 商品版をお求めください

また、実際に電話営業をやってみるとわかるのですが物上げ以外にも、  
購入の相談も多くいただくようになります。

ハローページから電話営業を仕掛ければこんなことまでできてしまう  
のです。

なんかめんどくさそうだなと思いましたか？

実はそう思うのは初めだけで、意外と話せるお客様というのは多くい  
らっしゃいます。やってみると結構話せますので楽しいですよ。

さあ、あなたも今すぐ試してみましよう！



## □最後に□

わたしが某大手仲介会社に在籍していたころ、一部の方を除き上司と同僚は、源泉営業を仕掛ける私を鼻で笑いました。

[\(詳しくはブログをご覧ください。 ブログ記事\)](#)

「反響客がたくさんいるのにそんなことする必要1mmもないだろ？」

「オマエそんな効率悪い事やってどうすんの？」

そんな彼らも、私が飛び込みや電話で次第にアポイントを取り訪問し、結果を出し始めると・・・啞然としはじめました。

反響営業はとても素晴らしい仕事ですが、

弱点を一言で言ってしまうと

「会社の看板や会社の予算がなければ、自分で利益が出せません」

あなたがこれからどんな職種に就かれても、独立をされても、

源泉営業の経験と実績があれば、

どんな不景気でも結果を出せる営業マンになれるはずです。

あなたの成功を心よりお祈りしています。



優真商事@web 担当：小林 自己紹介

1974年2月生まれ 3人家族

1996年より不動産業に従事

- ・電話営業マンション販売会社で販売業務8年（電話営業）
- ・中堅マンションデベロッパーで販売業務7年（電話、飛込み営業）
- ・大手不動産仲介会社で売買仲介業全般3年（独立準備で退職）

媒介取得でも電話や飛込みで成果が出るか模索し、実践→確信。

営業エリア内での入賞多数、最強マシーンとあだ名を得る。

退職後、今までの経験をブログ化し問い合わせを受けマニュアル化。

2017年は源泉営業マニュアルを随時発刊予定。



優真商事



[https://twitter.com/yu\\_mashouji](https://twitter.com/yu_mashouji)

<http://yu-mashouji.com/> お問い合わせはお気軽にどうぞ