

追客漏れゼロ 運用設計ワークブック

反響→内見→申込→成約 の5段階で漏れを防ぐ仕組みのチェック+月次レビュー設計ガイド。

PAGES

08

Workbook

STAGES

05

フローの段階

SLA

3h

初回返信SLA

REVIEW

M1

月次レビュー定例化

CONTENTS

01	追客漏れの真の原因	P.02
02	5段階の標準フロー	P.03
03	ワーク① 反響受付フロー	P.04
04	ワーク② 初回コンタクトSLA	P.05
05	ワーク③ 失注分析	P.06
06	ワーク④ 月次レビュー会議	P.07
07	次のアクション	P.08

TARGET

不動産仲介・賃貸仲介の営業マネージャー

TIME

通読15分 / 全項目60～90分

USAGE

①現状診断 ②課題抽出 ③定例化

01

追客漏れの真の原因

Root causes of customer follow-up losses

追客漏れは「忘れる」ではなく「仕組みがない」から起きます。営業個人の努力に頼り、「顧客を失わないようにしよう」という気合だけで対応しては、絶対に漏れはゼロになりません。重要なのは「仕組み化」です。仕組み化の最初の一步は、5段階の標準フローを社内で合意し、各段階に「SLA(対応時間)」と「次のアクション」を明示することです。

追客漏れの真の原因は、営業の優先順位の不安定さにあります。目の前の案件に追われると、過去の顧客への追客は後回しになるのが人間です。この傾向を知った上で「顧客対応フローを標準化する」ことで、優先順位の揺らぎを制度で補うのです。

REPLY-SLA

3h

3時間以内で内見率2倍

GAP

14pt

3h以内 vs 3h超の内見率差

STAGES

05

標準フローの段階数

REVIEW

M1

月次レビューが定着の鍵

グラフが示すように、初回返信が「1時間以内」と「24時間超」では、内見率が3倍以上違います。つまり、単一の変数「返信速度」を制御するだけで、他の改善なしに内見数が倍加する可能性があるということです。追客フローの仕組み化は、ROI が最も高い改善の1つです。

MEMO

この章で決めたこと・次にやること

02

5段階の標準フロー

5-stage customer follow-up process

反響→初回連絡→内見→申込→成約→失注分析の5段階を、各段階のSLAとアクションで設計します。各段階を明示することで、新人でもベテランと同じスピードで対応できるようになります。

SLA 5m 反響受付 一元化+自動返信	SLA 3h 初回連絡 3時間以内にSLA	WIN +30% 内見打診 直後ヒアリング+クロージング	CYCLE M1 失注分析 理由分類+再アタック
----------------------------	-----------------------------	------------------------------------	--------------------------------

各段階に「SLA」と「次アクション」を明示することで、属人化が解消されます。新人が配属されても、チェックリストを見ながら同じスピードで対応できる。これが組織としての生産性向上につながります。

最後の「失注分析」が見過ごされるケースが多いのですが、実はここが最重要です。失注理由を分類し蓄積することで、「3-6ヶ月後に再アタック」「類似条件のお客さんに活かす」といった次のアクションが生まれます。失注はデータベースであり、次の成功への投資です。

MEMO この章で決めたこと・次にやること

03

ワーク① 反響受付フロー

Inbound inquiry reception workflow

メール・電話・フォーム・LINE…バラバラの受付チャネルを一元化することが、漏れゼロの第一歩です。「どこで反響が来ているか」を全員が把握できる状態を作ります。

受付チェックリスト

07 ITEMS

- ☐ 01 受付チャネル一元化(メール・フォーム・LINE統一)
- ☐ 02 5分以内自動返信動作
- ☐ 03 営業時間外受付フロー明確
- ☐ 04 当日中人手フォロー体制
- ☐ 05 反響元自動タグ付け
- ☐ 06 次回フォロー担当者名明記
- ☐ 07 受付完了をCRMで可視化

自動返信の威力は予想外です。「5分以内の自動返信がある」というだけで、顧客の信頼度が体感3倍。「ちゃんと届いている」という安心感が、次の電話やメール返信を促します。自動返信は単なる「確認メール」ではなく、次のアクションへのきっかけづくりです。

MEMO この章で決めたこと・次にやること

04

ワーク② 初回コンタクトSLA

First contact SLA and scripts

反響後3時間以内の初回連絡が、内見率を2倍に変えます。スクリプトの標準化と次アクション設定を徹底することで、新人でも高い成功率を出せるようになります。データが示すように、1時間以内と24時間超では内見率が3倍以上変わります。つまり「返信速度」という単一変数をコントロールするだけで、他の改善施策なしに劇的に変わるということです。

初回連絡SLA達成度

05 ITEMS

- ☐ 01 反響後3時間以内に架電/メール
- ☐ 02 スクリプト標準化(物件確認・希望条件・予算)
- ☐ 03 内見打診クロージング標準化
- ☐ 04 NG理由ヒアリングと記録
- ☐ 05 次回アクション日設定

スクリプトを標準化することで、営業個人の経験や気分に左右されない一定品質が実現できます。「物件確認→希望条件→予算→内見クロージング」の4ステップを全員が同じ順序で進めることで、成功率は安定します。

重要なのは「忙しいから後で」という対応を制度で防ぐこと。営業マネージャーが「3時間以内の対応率」を毎日チェックし、未対応案件は自動リマインドする仕組みがあれば、属人性に左右されずにSLAが維持できます。

● BENCHMARK

3時間以内SLA
達成率追跡

● KEY INSIGHT

返信速度で
内見率3倍差

● NEXT

スクリプト標準化
明日から実施

MEMO この章で決めたこと・次にやること

05

ワーク③ 失注分析

Loss reason analysis and categorization

失注理由を分類して蓄積することで、半年後の再アタックや、商品改善のヒントが得られます。失注は「その案件の終わり」ではなく、「組織の学習」の始まりです。営業現場では失注を「ネガティブな出来事」と捉えがちですが、実はそこに最高の学習素材が隠れています。

#	失注理由	今月件数	対策
01	価格(高い)	—	価格交渉or代替提示
02	物件(条件不適合)	—	類似物件提案
03	タイミング(時期早い)	—	3-6ヶ月後再追客
04	競合(他社決定)	—	差別化要因分析
05	その他	—	個別対応

失注理由の中で最も活用価値が高いのは「タイミング失注」です。「今は買わない(借りない)けど、3-6ヶ月後に検討」という顧客に対して、CRMで自動リマインドすれば、再成約率は2割を超えます。失注をデータベースとして管理することの価値はここにあります。実例として、あるチェーン仲介会社は失注顧客を4つのセグメントに分類し、「タイミング失注」には3ヶ月後に自動メール送信する仕組みを導入した結果、失注顧客からの再成約率が12%から24%に倍増しました。

分類の粒度は「5カテゴリ程度」が目安です。あまり細分化すると分類作業が煩雑になり、現場で使われなくなります。シンプルさと実用性のバランスを取ることが重要です。

● BENCHMARK

5つの失注理由
分類

● KEY INSIGHT

タイミング失注が
再成約の宝

● NEXT

月1回
失注分析会議

06

ワーク④ 月次レビュー会議

Monthly review meeting structure

30分の月次レビュー会議を定例化することで、組織のCVRが継続的に改善します。営業とマネージャーが同じデータを見て、「何が上手くいったのか」「何が課題か」を共有することが、組織学習の仕組み化です。この30分の会議が「ワーク①③」の実行を強制する継続改善のエンジンになります。

時間	議題	担当	アウトプット
05m	前月反響/内見/成約数	営業MGR	数字レビュー
10m	失注事例3件レビュー	担当営業	改善アクション
05m	ファネル問題箇所	全員	問題定義
05m	半年再アタックリスト	営業MGR	リスト割当
05m	次月重点アクション3	全員	コミット

30分という時間枠がポイントです。長すぎると形骸化し、短すぎると深掘り不足になります。月初朝礼の30分が最も定着しやすいタイミング。ここに「数字の確認」と「失注事例の学習」の2つを組み込むことで、組織として継続的に改善されるサイクルが生まれます。実例として、あるチェーン仲介会社が「月初朝礼30分レビュー」を6ヶ月継続した結果、初回返信SLA達成率が68%から94%に改善し、成約数が月平均12%増加しました。

● BENCHMARK

30分の月初
レビュー会議

● KEY INSIGHT

数字確認+失注分析
が組織学習の鍵

● NEXT

アクション3つを
コミット

MEMO この章で決めたこと・次にやること

07

次のアクション

Implement follow-up workflow immediately

本ワークブックを定例化することで、追客漏れによる機会損失がほぼゼロになります。最初の1ヶ月は手作業が多いかもしれませんが、2ヶ月目以降は習慣化されます。

3つのルーチン化

03 ITEMS

- ☐ 01 今週中に5ワークの現状診断を全営業で実施
- ☐ 02 今月から月次レビュー会議を定例化
- ☐ 03 失注顧客の再アタックリストを来月から運用

ウルスタ 顧客管理機能 無料トライアル

反響後自動アサイン+リマインド・失注理由自動分類・半年後再アタック自動通知。本ワークブックの仕組みが、システム上で動きます。

- AUTO-ASSIGN
- LOSS-CLASSIFY
- RE-ATTACK