

◇不動産・住宅業界企業向け◇

お客様のニーズ（こだわり）把握力強化のご提案

コロナ禍で高まる住み替え需要

コロナ禍の今、住宅購入者が増加しています。特に、東京都心とその周辺でよく売れており、新築戸建てや中古マンションの販売が好調だといえます。これは、テレワーク導入の増加が一因となっており、より快適で仕事もできる家探しをする人が増えているためです。「テレワーク特需」という言葉がよく聞かれるように、不動産・住宅業界も業績拡大のまたとないチャンスが続いています。では、コロナ収束後もこの状況は続いていくのでしょうか。

コロナ収束後の企業（勤務制度）動向

ワクチン接種が先行して行われていたアメリカでは、職場復帰に不安を抱く勤務者が増加しています。アメリカ心理学会によると、その割合は全体の49%にのぼるほどで、テレワークを継続する企業が多くなっています。日本の企業でも、コロナ収束後のテレワーク継続を検討する企業は少なくなく、「テレワーク特需」は今後も続く可能性があります。では、この特需を活かし、確実な業績拡大に繋げるためにはどうしたらよいでしょうか。

営業マン「ニーズ（こだわり）把握力」向上の必要性

自宅で過ごす時間が多くなったお客様が増えたことで、以前よりも確実に家のニーズ（こだわり）は多様化しています。そのため、お客様に満足頂く提案をするためには、営業マンの**ニーズ把握力向上**が鍵となるでしょう。例えば以下の例です。

「テレワークが多くなったので、専用の個室が書斎が欲しい」

このお客様の要望に対し、営業が確認すべきポイントはいくつあるでしょうか。ヒアリングが苦手な営業は、これ以上ニーズの掘り下げができず、「この物件は個室（書斎）があるのでお客様にピッタリです」と、すぐ提案に走ってしまいます。しかし、テレワークといってもお客様によって必要としている自宅の条件は様々です。

☒ テレワークの内容と必要条件例

1. 電話をすることが多い ⇒ 遮音性の高い部屋が必要
2. 事務作業が中心 ⇒ 書類などをしまう収納スペースが必要
3. WEB会議が多い ⇒ 映っても問題ない背景（壁紙等）
安定した通信環境が必要
4. 自宅にいる時間が大幅増加 ⇒ 省エネ・エコ住宅で電気代削減の検討が必要
5. お客様が喫煙者 ⇒ 換気性の良い部屋が必要

このように、「テレワーク」と一言と言っても、そのニーズはお客様によって異なります。また、お客様自身が気づいていない**潜在化しているニーズ**もあるでしょう。営業マンは限られた時間の中で、そのニーズを全て把握し、お客様の期待を上回る提案ができなければなりません。さもなければ、他社との差別化はできず、「テレワーク特需」のチャンスを活かせなくなってしまいます。

弊社の研修では、本番さながらの商談訓練によって、お客様のニーズを正確に把握できる営業マンを育成します。是非、ご興味・ご質問のある方は、下記からご連絡下さい。



> お問い合わせはこちら