

◇住宅・不動産販売企業向け◇ 「若年層顧客」アプローチ法修得のお勧め

住宅購入者の若年化

コロナ禍によって自宅時間が増える中、住宅販売も好調です。それに関して、興味深いデータがあります。ある企業の調査によると、20～30代で年収300～400万円台の層においても、住宅を購入する人が増えているというものです。教育・自動車ローンなど既に借り入れがある人も多いといえます。このように、借金があっても「持ち家が欲しい」という顧客が増加しており、今後も住宅販売は好調を維持しそうです。しかし、若い世代の購入検討者が増える事により、営業においては従来のやり方で通用しなくなる恐れがあります。それはなぜでしょうか。

若年層顧客の特徴

住宅購入の検討が増加している20～30代は、いわゆる「ゆとり世代」にあたります。ゆとり世代のお客様は、学生の頃からスマホを使いこなしているデジタルネイティブ世代です。よって、物件の基本的情報はインターネットで自ら確認できてしまうでしょう。また、SNSを通じたコミュニケーションに慣れていることもあり、営業との対面商談を好まないお客様もいるかもしれません。その為、口コミやサイトの書込みを重視する方も多いでしょう。では、そんな若いお客様と商談のチャンスが巡ってきた場合、どんな点に注意しなければならないのでしょうか。

若年層顧客の注意ポイント

若いお客様との商談時、注意すべきポイントは「**お客様の本音把握**」です。若い方は極端に“**売り込まれる**”ことを警戒しがちです。洋服を店頭ではなく、ネット通販で買う人が増えたことも良い例でしょう。

また、一般的な傾向として、ゆとり世代の人は「**同調圧力**」が強いとも言われています。そのため、「**他のお客様も～とおっしゃる方が多いですね**」などと、営業が推してしまえば、「**そうですね・・・**」とお客様が本音を言いづらくなってしまいかもかもしれません。このようなアプローチでは、警戒心を解くことができず、本音も分からずじまいでしょう。当然のことながら、契約獲得にも至りません。

すべてのゆとり世代がこのような傾向にあるわけではありません。しかしながら、このように「同調圧力」や「防御意識」が強い方もいます。営業は、貴重な契約獲得のチャンスを実に掴むためにも、その特性把握と、アプローチ法を修得する必要があります。

弊社の研修では、業界精通の講師が担当し、本番さながらの商談訓練によってこのアプローチ法を修得することが可能です。

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