

## 住宅販売企業の営業力強化

### - A I 時代だからこそ必要な営業の“人間力” -

近年、住宅購入を検討するお客様の行動は大きく変わりました。

間取り、性能、価格、補助金、他社比較までA I やネット検索を使えば瞬時に情報が手に入る時代です。もはや、「商品知識が豊富」「説明が分かりやすい」だけでは営業として選ばれる理由になりません。では、情報が出揃った状態で、お客様はどこで最終的な決断をしているのでしょうか。

住宅購入に関して、お客様からよく聞く声があります。

「性能の話はどの会社も同じような感じだった」「正直、どこも悪くない」「最後の判断は“誰から買うか”だった」

これは決して感覚論ではありません。比較検討が容易になった今、商品力の差は“見えにくく”なっているのです。つまり、**断熱性能、耐震等級、価格、デザインなど、これらを正確に説明できることは、もはやスタートラインに立つだけの一条件に過ぎません。**最終的な購入判断は「この営業に任せて大丈夫かどうか」であり、まさしく営業の人間力（信頼や共感、誠実さなど）次第なのです。

(例)

- この営業は、本当に私たちの話を理解しているか？**
- 都合の悪いことも、正直に伝えてくれる人か？**
- 契約後、引き渡し後も、責任を持って向き合ってくれそうか？**
- 私たちの幸せを本気で願ってくれているか？**

A I は、いちおう正確な情報を提示できます（必ずとは言えないが）。しかし、“不安”や“迷い”に寄り添い、一緒に整理し、背中を押すことは人にしかできないでしょう。

なお、**人間力とは、持つて生まれた「センス」ではなく「育成できる力」です。**生まれつきの性格や経験年数だけで決まるものではありません。

実際に、多くのトップセールスマンは、自分のヒアリングの型を持っており、お客様の感情の変化を読み取り、信頼を築く言葉選びを意識的に実践しています。つまり、人間力とは、再現性のあるスキルとして、鍛えることができる力です。そして、**このA I 時代では「商品説明力×A I 活用力」ではなく、「人間力×コミュニケーション力」がより重要になっているのではないでしょうか。**

しかし、残念なことに、人間力やコミュニケーション力に自信を持っている人は多くありません。特に、コロナ禍やS N S時代の影響により、多くの若手社員が苦手意識を持っている点もあります。もし、「成約率が頭打ちになっている」「商品力には自信があるのに決めきれない」「営業担当者の力量差が大きい」など、こうした課題を感じいらっしゃるのであれば、それは**「商品」ではなく「人」への投資のタイミング**ではないでしょうか。

弊社の研修では、お客様との信頼関係の築き方、“この人に任せたい”と思われるアプローチ法などを体系的に学び、現場で自信をもってすぐに実践できるようになります。また、ホールプレイングを通じて、個別の癖や課題を明確にするお手伝いも行っています。ご興味のある方は下記リンク、またはQRコードよりぜひお問い合わせください。

> お問い合わせはこちら

