

-今、取り組むべき社員教育⑤- 住宅企業 若手社員の営業力強化

「最近の若手、新入社員は素直で優しく、真面目な子が多い。お客様からの印象も良い。」
多くの企業から、このような声をよく耳にします。（必ずしも全員にあてはまるわけではないが）いわゆる、“Z世代”の特徴と言えるかもしれません。

しかし、住宅営業の現場では、この若手社員の売上が伸び悩んでいるという深刻な事態が起きているのです。なぜ、このようなことが起きているのでしょうか。

これには、以下2点の要因があり、その改善に向けた教育の未実施が原因として考えられるのです。

1点目は、**学生時代に十分な対人スキルを身につけられなかった**ことです。言うまでもなく、コロナ禍による長い自粛生活では、直接コミュニケーションが減りました。それにより、**自身の考えの伝達や、相手の心理を読むことに苦手意識を持っている人が多い**のです。

2点目は、前述の傾向（素直で優しく、真面目）もあり、**お客様に対して不要な気遣い**（「これを聞いたら嫌がられるのではないか」「しつこく勧めると嫌われるのではないか」）をしてしまい、**営業本来の役割**（例：お客様の迷いを払拭し、決断させる）を果たすことが**できていない**のです。

そして、これらは、いわゆるリサーチやクロージングといった、商談時の重要スキルに関係し、成約の可否を決めかねないのです。

例えば、上記2点に当てはまる人は、以下のような商談をしがちです。

若手社員の失敗商談例
自身が説明することに集中し、お客様のニーズや不安に思っていることを聞けない （要望や大事なことは、お客様から話してくれるのを待ってしまっている）
表面的な条件（立地、間取り、価格、設備等）しか聞けず、その理由を深く聞けない 例：若いご夫婦なのになぜ手すりを設置したがるのか（「他にも誰かと一緒に住むの？」） 例：なぜ、高気密・高断熱が不可欠なのか（「子供が喘息持ち？」）
「ぜひ当社にお任せください・お決めください」と押せないで、お客様のネックが最後までわからない（お客様は「押して欲しい」と思っている）
「もう少し検討したい」に対して切り返せないで、いつまでもその理由がわからない （他社と迷っているのか？予算が厳しいのか？家族が反対しているのか？）

いくら営業の印象が良くても、上記の商談では購入を決断させることはできません。しかし、当然のことながら、本人たちに売る意思が無いわけではありません。“売りたい”と思っ
てはいるが、その手法を知らないだけなのです。

弊社の研修では、商談成功のプロセス・手法を学ぶことができるだけでなく、一人一人の課題を確実に改善することが可能です。是非、ご興味ある方は、ご連絡ください。

> お問い合わせはこちら

