

住宅営業育成

— お客様評価を高めるためには —

今期、住宅企業においては、業績の明暗がはっきり分かれる結果となりそうです。そのため、どの企業も、来期の戦略や人材育成について、頭を悩ませているかもしれません。

そのような中、大変興味深いデータがあります。それは、住宅を購入した方へのアンケートで、「なぜその会社に決めたか」という調査であり、「**担当者との相性**」がダントツで一位だったのです（二位は「住宅性能」）。

近年、前もって徹底した情報収集をするお客様が増えていますが、やはり、最後の決断は、営業の担当者次第であり、その能力強化が必須と言えるでしょう。

しかし、そうは言っても、「この担当者は、私と相性が良い」と感じさせるためにはどうすればよいでしょうか。そもそも、**相性とは、お客様の主観による評価で判断される**ため、正解と言えるアプローチ方法は一つではありません。

そのため、重要なことは、**お客様ごとに異なる心理を把握し、本音を引出し、人間関係を構築し、自身への評価を高める（相性が良いと実感させる）こと**なのです。

しかし、近年の若手社員は、コロナ禍の影響により、学生時代に対面で人と接する機会が極端に減ってしまった世代です。そのため、**相手の発言や行動から、心理を読むことができない方が多い傾向にあります**。この状態（心理音痴）では、契約獲得の可能性のあるお客様をみすみす逃してしまうことになりかねません。

では、限られた商談時間で、お客様の心理を把握するためには、どのような点に着目すればよいのでしょうか。例えば、以下です。

声のトーンや声量
ボディーアクション
視線や表情（例：瞬きが多い、右上を向いて話す）
仕草（例：鼻や耳を触る、唇を舐める）
座り方（例：椅子に浅く座る、足を組む、閉じる）
話し方（例：早口、独り言が多い）

なお、単にお客様の心理を把握すれば良いわけではありません。重要なことは、お客様の心理に合わせて、アプローチや、リサーチ、プレゼンテーション、クローズングを進めていくことであり、それを実践するためにも、繰り返しの訓練が必要なのです。

弊社の研修では、心理把握の基本理解だけでなく、ロールプレイングを通し、お客様の評価を高める商談力の修得が可能です。ご興味のある方は、下記リンク、または、QRコードよりお問い合わせください。

> お問い合わせはこちら

