

トータルブレインの

邸点観測

検証 コロナ時代の新しい
販売スタイル

↑↓

前号に続き、コロナ時代における各社の販売手法を研究する。

■東急不動産・東急リバブル
オンライン商談システム「ベルフェイス」を利用し、BRANZ無料オンライン商談を実施する。
物件のWebページから商談予約、オンライン営業を申

し込み、当日、営業担当が電話連絡してアクセス。画面を共有し電話で説明する。事前準備が不要で説明は電話で行うため、回線がフリーズしたり途切れたりするリスクは低い。1対1が基本で会議より商談用途向き。コストがかかる。

オンライン営業はメール相談、電話相談と間口を広げ、物件単位の営業は「Google Meet」を利用する。
オンライン営業はメールで対応。クロージングに関しては、リモートより対面の方がやりやすいとの声が多い。

■オープンハウス・ディベ
ロップメント
野村不動産アーバンネット
20年5月に「おうちでモ

顧客と濃密な信頼関係を

■長谷工アーベスト
無料オンライン相談を実施する。LINEの「マンションFIT」に顧客が情報を入力すると、フィットした物件を紹介し見学予約を受ける。パソコンに慣れない客層にもアプローチする。

ライン営業をスタートし、「ベルシステム」から「Google Meets」に変えた。スタート当時はモデルルームをクロスしていたためオンライン営業が大活躍したが、現在はモデルルームも再開し、ほぼ対面での営業中心に切り替

分譲・一戸建て事業でも不動産契約一元管理サービス「Musubell」(ムスベル)を導入し、契約書類の電子化を開始した。顧客負担の軽減と契約業務の効率化を目指し、今後は全ての手続きで電子化・非対面(オンライン)対応を進める。

京にセカンドハウスや投資用不動産を検討④地方転勤者が東京に戻るための住宅の準備⑤地方富裕層の子息用に検討⑥地方から子息用の物件見学、確認⑦などの場合に活用できること。
デメリットは、顧客の心理を読み取ることが難しく、クロージングが難しいという点だろう。

このほか日鉄興和不動産が住宅ローン手続き専用スマートフォンアプリを活用した非対面化を推進。三菱地所コミュニティは、管理業務で書類の電子化を進めている。

販売現場に求められるのは顧客との濃密な信頼関係の構築だ。オンライン営業は顧客の選択肢の一つとして普及・拡大していくことは確かだが、エンターテインメント性などの研究開発を継続し、オンラインの効果を高める工夫と努力が必要なのではないだろうか。

オンライン営業のメリットは①密を避けた販売接客②海外富裕層が投資として購入検討③地方富裕層が東

購入検討③地方富裕層が東

(おわり)