

工務店MBA 特別レポート
住宅展示場の接客対応 徹底比較

株式会社ナック
工務店MBA事務局
長 正之

■ 潜入期間

2015年5月某日

■ 潜入場所

千葉県 某住宅展示場 ()

■ 潜入調査人

私(35)と妻(31)と娘(2)の三人

■ 潜入時刻

午後3時~3時間程度 (娘が飽きない限界)

■ 潜入方法

・ 最初に

「これから家づくりを考えてて、たくさんモデルハウスを回ってるんです。だから1つ15分くらいで見回りたいたいですよー」と伝える。

・ 15分のうち、5~10分でモデルハウス内を見学

・ 残りの5~10分くらいで営業マンに下の4つの質問をする

【質問1】

「この家の特徴を教えてください^^」

【質問2】

「他の会社との違いって何ですか？」

【質問3】

「この家を建てたかったら、坪いくくらいから始められますか？」

【質問4】

「この会社で家を建てる人は、どんな年齢の人が多いですか？」

■調査結果

《Tホームズ》

■滞在時間（最初に伝えてあるのは15分）：30分

■対応者：50代男性営業

■質問1：「この家の特徴を教えてください」

⇒輸入住宅で高気密高断熱、特にサッシが。2×4のつくりで柱が無い

■質問2：「他の会社との違いって何ですか？」

⇒輸入住宅でデザインが良い、家の中を回遊できる造り

■質問3：「この家を建てたかったら、坪いくらくらいから始められますか？」

「どのくらいの広さで建てる人が多いんですか？」

⇒80万～90万円/坪、30坪くらいで建てる人が多い

■質問4：「この会社で家を建てる人は、どんな年齢の人が多いんですか？」

⇒20～30代の若い人が多い

■もらったもの

モデルルームの間取り図（A3カラーのパンフレット風厚紙）

キッズスペースで遊んだバラの造花（娘に）

■その他

キッズスペースには担当が2名常駐

巨大なぬいぐるみに、娘が大はしゃぎ

娘が帰りがらず、15分オーバー

営業の方がうちの実家である

九州に旅行した話で共通点

娘にたくさん話しかけてくれた

《Hハウス》

■滞在時間（最初に伝えてあるのは15分）：10分

■対応者：20代女性営業

■質問1：「この家の特徴を教えてください」

⇒造り、鉄筋コンクリート

■質問2：「他の会社との違いって何ですか？」

⇒鉄筋コンクリートなので、腐るものが無い、長持ちする

■質問3：「この家を建てたかったら、坪いくらくらいから始められますか？」

「どのくらいの広さで建てる人が多いんですか？」

⇒80万～90万円/坪、25～30坪くらいで建てる人が多い

■質問4：「この会社で家を建てる人は、どんな年齢の人が多くいますか？」

⇒30代の家族が多い

■もらったもの

モデルルームの間取り図（A3のカラーコピー1枚）

住宅技術に関する冊子（A4カラー60ページ）

■その他

女性スタッフが多い印象

インテリアが多く、間取り図に価格も載せている

あまりつきっきりではなく、屋上アウトドアも

自由見学だったが、そのせいかスリッパが乱雑

《M地所ホーム》

■滞在時間（最初に伝えてあるのは15分）：25分

■対応者：40代男性営業

■質問1：「この家の特徴を教えてください」

⇒全館空調で20年の歴史

■質問2：「他の会社との違いって何ですか？」

⇒全館空調も、各部屋で調整ができる

アフターサービスに力を入れており、職人教育も行っている

■質問3：「この家を建てたかったら、坪いくらくらいから始められますか？」

「どのくらいの広さで建てる人が多いんですか？」

⇒60万円/坪～、35～36坪くらいで建てる人が多い

■質問4：「この会社で家を建てる人は、どんな年齢の人が多くいますか？」

⇒30代後半～70代まで幅広い

■もらったもの

モデルルームの間取り図（A4カラーのパンフレット風厚紙）

ままごと遊び道具（娘に）

折り紙（娘に）

■その他

リビングのテーブルとソファが低かったので、娘も一緒に座れ、つつい長居

妻が「娘と一緒に座って話を聞けると安心」

終始感じのよい笑顔が目立った

《S不動産》

■滞在時間（最初に伝えてあるのは15分）：20分

■対応者：20代女性営業

■質問1：「この家の特徴を教えてください」

⇒外とつながる中庭、建物面積に入らず、ひたむきの家でも明かりが入る

■質問2：「他の会社との違いって何ですか？」

⇒マンション会社の特徴があり、キッチンやフローリング、サッシなどグレードの高いものを標準として選べる

■質問3：「この家を建てたかったら、坪いくらくらいから始められますか？」

「どのくらいの広さで建てる人が多いんですか？」

⇒55万/坪～、30～35坪くらい、4LDKで建てる人が多い

■質問4：「この会社で家を建てる人は、どんな年齢の人が多くいますか？」

⇒40代の家族が多い

■もらったもの

モデルルームの間取り図（A4の2色刷り1枚）

商品パンフレット（3つ折光沢紙）

プラン集（A4約60ページ）

実例集（A4約15ページ）

商品カタログ（B4カラー6ページ）

技術に関する冊子（B4カラー35ページ）

施工事例（B4カラー40ページ）

■その他

接客してくれた女性スタッフが一級建築士

「一番話しやすかった」と、妻の評価は最も高かった

最初に伝えた「15分だけ…」という時間に、

常に気を配ってくれ、その分資料をたくさんくれた

笑顔が非常に明るかった

娘にたくさん話しかけてくれた

《Mホーム》

■滞在時間（最初に伝えてあるのは15分）：30分

■対応者：20代男性営業（新入社員）、40代男性店長

■質問1：「この家の特徴を教えてください」

⇒水平を基調とした、重厚感のある家

■質問2：「他の会社との違いって何ですか？」

⇒プレミアム・モノコック構法と2×4で地震に強い

■質問3：「この家を建てたかったら、坪いくらくらいから始められますか？」

「どのくらいの広さで建てる人が多いんですか？」

⇒60万～70万円/坪、30坪くらいで建てる人が多い

■質問4：「この会社で家を建てる人は、どんな年齢の人が多くいますか？」

⇒40～50代の家族が多い

■もらったもの

モデルルームの間取り図（A3カラーのパンフレット風厚紙）

技術に関する冊子（B4カラー50ページ）

コンセプトブック（A4カラー65ページ）

空調に関する冊子（A4カラー50ページ）

ミニ鉢植え

ディズニー風船（娘に）

■その他

最初に対応してくれたのが新入社員

ということで、質問あたりから店長登場

専門用語が多く、妻は「？」な表情だった

《Pホーム》

■滞在時間（最初に伝えてあるのは15分）：25分

■対応者：20代男性営業

■質問1：「この家の特徴を教えてください」

■質問2：「他の会社との違いって何ですか？」

■質問3：「この家を建てたかったら、坪いくらくらいから始められますか？」

「どのくらいの広さで建てる人が多いんですか？」

■質問4：「この会社で家を建てる人は、どんな年齢の人が多いんですか？」

⇒「15分で」ということを伝えると、「質問に関しては、後で概要をまとめたものを渡します」とのことで、メモできず

■もらったもの

モデルルームの間取り図（カラー3つ折）

営業マンがまとめたレジュメ（A4カラー5枚）

見学ツアーの案内

分譲住宅の案内

■その他

終始「今回は時間が無いので…」という言葉が目立った

分譲の話と見学ツアーへの誘いが多かった

笑顔はほとんど無く、こちらが気を使った

「本来はアンケートご協力の方だけになんですが、今回は特別に…」と言ってレジュメをくれた

《Sハウス》

■滞在時間（最初に伝えてあるのは15分）：30分

■対応者：40代男性営業

■質問1：「この家の特徴を教えてください」

⇒木枠・三重ガラスの窓が、音と結露をガード、カビも生えにくい

■質問2：「他の会社との違いって何ですか？」

⇒標準の断熱性能のレベルが高い

何十年経っても性能が落ちない

見た目も古くならず、味わいが出てくる

■質問3：「この家を建てたかったら、坪いくくらいから始められますか？」

「どのくらいの広さで建てる人が多いんですか？」

⇒78万円/坪くらい、30坪くらいで建てる人が多い

■質問4：「この会社で家を建てる人は、どんな年齢の人が多くいますか？」

⇒40代と60代の家族が多い

■もらったもの

モデルルームの間取り図（A3カラーのパンフレット風厚紙）

会社案内（B4カラー50ページ）

技術に関する読み物（A4カラー20ページ）

技術に関する案内（A4カラー6ページ）

窓に関する冊子（A4カラー28ページ）

ニュースレター用冊子6冊（A4カラー26ページ）

会社紹介（A4カラー50ページ）

見学会DVD

耐震免震実験DVD

会社案内DVD

くまもんハンカチ（娘に）

モンスターズインクハンカチ（娘に）

■その他

最後に回ったモデルハウスだったので、長居してしまう
終始笑顔で、千葉に住んでたという共通点から話がはずむ
床がすべすべで、走り回っていた娘が転んで泣く
それもあってか、非常にたくさんお土産をくれた

■潜入を終えて・・・

私を感じた事・・・というよりは主に妻を感じたことです。

① 多くの営業マンが、「特徴は?」「他社との違いは?」という質問に対して、一瞬詰まる

→妻：他のモデルハウスとどう違うのかを聞きたい

② そして更に工法について説明

→妻：工法や専門用語が多いと、興味が薄れてしまう

→妻：住む人がどう感じるのかを聞きたい

③ モデルハウスを出る大きな理由は「子供が飽きる」

→妻：キッズスペースがあるのもいいが、親と一緒に営業マンの話を聞けたら、親としては近くにいた方が安心

④ 妻：オーバーなくらいの笑顔で、オーバーなくらいのリアクションをしてくれると親しみやすい。

⑤ 妻：話が長いと、良くも悪くも印象深い

■総括

子育て家族が好む見学会などでの対応は、

- ① 子供を主軸に考えてくれる
(キッズスペースや子供への話しかけなど)
- ② 併せて、子供に配慮してくれる
(子供が飽きない程度の時間で完結、子供が喜ぶおもちゃなど)
- ③ 他社との差を、「簡潔に」「住む人目線で」答えてくれる
(「うちで建てた家に住む人は、〜〜と感じます」など)
- ④ こちらが話しかけやすい雰囲気
(オーバーな笑顔とリアクション、あいづちなど)
- ⑤ もらったものが印象深いと、会社の印象も強い
(見学会場の見取り図+会社案内・施工事例+グッズなど)
+α手提げ袋があるとありがたい)

これらが好まれるようです。

もちろん、全ての人に必ず好まれるというわけではありませんが、あなたが見学会やイベントを行う際に、ぜひご参考にしてください。

以上