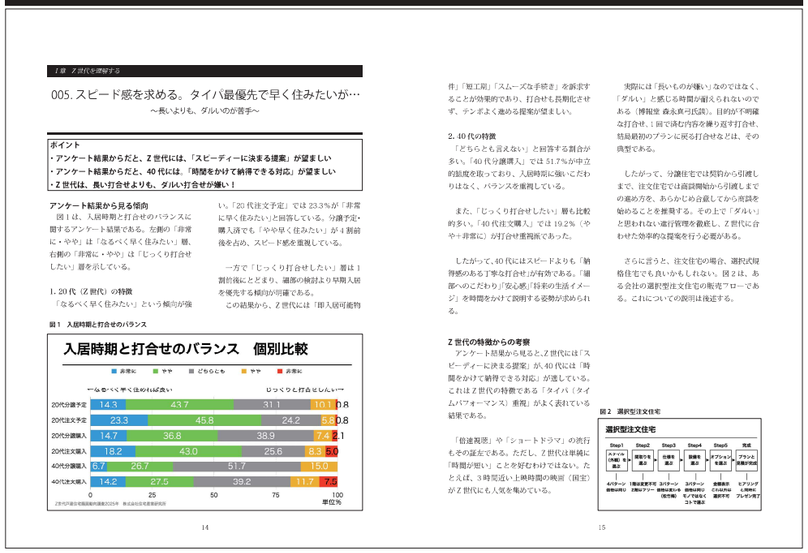
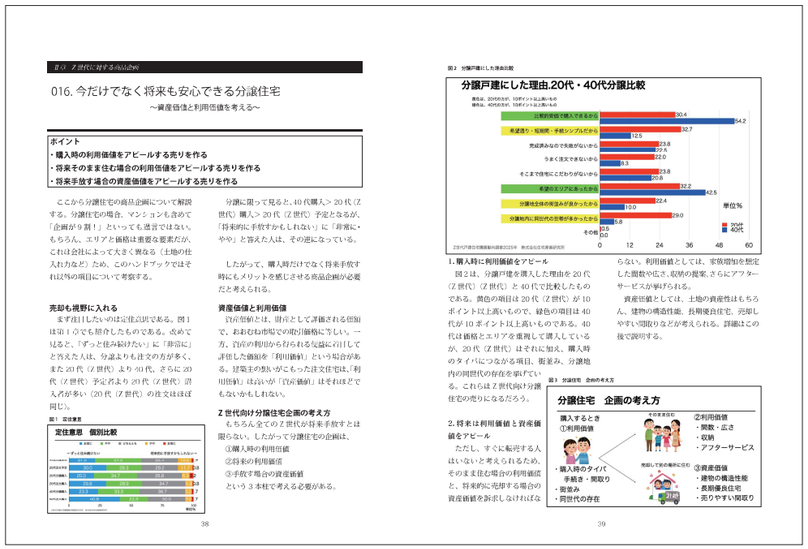
ハンドブックの内容と頁サンプル（223 頁を予定）





Ⅰ章 .Z 世代を理解する

001. 巷で言われている Z 世代の特徴
002. Z 世代の購買活動 8 つのポイント
003. 意外に高い持家志向
004. 予算意識が強いが、いくらかかるか知っているのか？
005. スピード感を求める。タイパ最優先で早く住みたいが…
006. 広さは最低限、ミニマルな広さで OK。今は…
007.「ずっと住む家」と「将来の資産」の二刀流提案
008. リスクヘッジには、機能性能が重要かも
009. 選択肢多い少ないは、安心できるかどうかで決まる
010. 差別化志向。住まいも自分色でと最初は思っているが…

Ⅱ章 .Z 世代に対する商品企画

011. Z 世代は他の世代ほど「一様」ではない
012. 必要なモノは標準で欲しい。回避的動機づけ
013. 住宅選びの「正解」を教えるフレーミング効果
014.「こだわり派」には、納得させる商品が必要
015. Z 世代の注文は「選択」。選択型規格住宅開発
016. 今だけでなく将来も安心できる分譲住宅
017.017. 魅力ある街並みは建物も重要！（購入時の利用価値）
018. 家族変化に対応できる間取り（長く住む利用価値）
019. 最低でも長期優良住宅。（長く住む利用価値と資産価値）
020. 売却時も考慮した資産価値のアピール

Ⅲ章 .Z 世代への情報発信（集客）

021. いまだに展示場は王道！情報収集方法いろいろ
022.Z 世代が求めるのは「会社情報」と「問題解決情報」
023. 最少の努力で最大の効果を得たい Z 世代に向いている？
024. ニーズの顕在化のステップで使う媒体が違う
025. 損する情報を教えてあげる
026. 自社の強み（論理）は、自社の売り（感情）に
027.「何を言ったか」よりも「誰が言ったか」が重要
028.「たくさん集めた」よりも「誰を集めたか」である
029. 予約特典をつけてでも、来て欲しい客は誰？
030. 資料請求客は、まず Line 公式アカウントへ誘導する

Ⅳ章 . 販売フローを見直す

031. 営業活動とは客と合意すること
032.Z 世代の会社の決め方を理解する
033. 住まいづくりの進め方を合意する
034. 予約客への対応
035. 注文住宅の販売フローを見直す
036. 分譲住宅の販売フロー
037. ネガティヴ準備とポジティブ商談　注文の場合
038. ネガティヴ準備とポジティブ商談　分譲の場合
039. 注文商談準備とカンファレンス
040. 管理活動は Line 公式アカウントで

Ⅴ章 .Z 世代との初回接客

041. 小さな合意の積み重ねで大きな合意を得る
042. 注文住宅は、進め方も注文で（注文 Step2）
043. 進捗状況を確認して目標を設定する（両方 Step2）
044. ニーズ非顕在化客対応（両方 Step3）
045. 客だけで見学しても購買意欲と自社の好意度を上げる
046. ニーズ顕在化客対応 (両方 Step3）
047. 分譲販売は、周辺環境の説明が重要（分譲 Step3）
048. 客からの質問はチャンス！意図に答えて着座へ進む
049. 注文販売は、阻害要因と不安要因を先に確認する
050. 初回接客クロージング（両方 Step5・6）

Ⅵ章 . 注文住宅の初回プレゼン　準備と商談

051. 初回接客時のヒアリング①したいコトを聞く
052. 初回接客時のヒアリング②したいコト実現の資金計画
053. 初回接客ヒアリングまとめ
054. ヒアリングだけを行う商談の勧め
055. 初回接客で全てが決まる！？
056. 商談準備① 3 つの提案で失注リスクを減らす
057. 商談準備②提案を 5 ステップで説明する文章を作る
058. 商談準備③資料は第三者が見ることを前提に作る
059. 商談①最初に失注リスクを減らす
060. 商談②ゴールを目指す進め方

Ⅶ章 . 最終クロージング　準備と商談

061. 分譲住宅は、価格・間取り + 会社の売りで決まる
062.「価格と間取り」以外も重視すると複数検討になる
063. 注文住宅は、重視することで会社を選んでいる
064. 注文販売は、初回接客と初回プレゼンで決まる
065.Z 世代の購入予定者は、ビルダー志向！？
066. 最終クロージング商談準備
067. 不測の事態に備える
068. 同席商談の場合は、事前に役割を決めて準備する
069. 最終クロージング商談の進め方
070. 最終見積説明は、アンカリング効果を使う

Ⅷ章 . 契約後の打合せと紹介獲得

071. 打合せ①契約から引渡しまでをスピーディーに
072. 打合せ②こだわり度によって打合せが変わる
073. 打合せ③ダンドリシートを合意してから打合せ
074. 満足とは期待を上回る価値の提供
075.Z 世代にこそ CRM
076. 紹介① Z 世代の人脈を利用する
077. 紹介②紹介の場を提供する
078. 紹介③紹介の道具を提供する
079. 紹介④紹介の次の場を教える
080. 紹介⑤報告・連絡・相談