

女性ならではの生活感覚と実体験を活かす、「販売」・「販売企画」

“遊びにくるような感覚で” 警戒心を抱かせない雰囲気づくり

お客様はマンションを買うのではなく、マンション購入後の暮らし、夢を買うのだと考える同社。その夢をどう具体的に膨らまし、イメージさせるかでお客様の「買いたい度」の高まりが左右される。そのきっかけは、家事、子育て…そんなお客様とのたわいのない日常会話から。「もっと話したい、もう一度あのモデルルームへ行きたい」そう思ってもらえれば、おのずと「成約」という報酬が付いてくるという。もちろん、背景にその物件への自信があってこそ。今後は、それぞれに意匠を凝らしたイ

ンテリアで空間をコーディネートし付加価値のある商品企画にも力を注いでいきたいという。常にアンテナを張り、お客様の声を吸い上げて商品へと反映させる。どんな“五感に響く商品”が展開されるのか、一ユーザーとしても興味は尽きない。

▼笑い声が絶えない社内。「常にプラス思考」そんな社長の考えの一端がここにも表れているようだ



▲大阪モノレール「少路」駅へ徒歩4分、閑静な邸宅街の真ん中に誕生する「アリスト豊中少路」(分譲中)



▲同社が販売支援業務を請け負う「BELISTA 尼崎」(分譲中) / 2点とも完成予想図

地元エリア深耕の販売戦略を一。「不動産販売支援」に力を注ぐ

地元の主婦を味方につける 「エリアサポーター」の育成

主婦ならではのネットワークに着目。地域に密着した情報の収集、口コミによるPR、モニタリング、個別訪問による物件告知など、オピニオンリーダーとなる地元の主婦を「エリアサポーター」として採用。販売スタッフだけでは消化不可能な必要業務をマルチにカバー、地元エリア深耕の販売戦略構築・推進に力を発揮している。

(下) フラワーアレンジメント・ガーデニングセミナー、
(右) パルーンアート等様々なイベントを開催



エンターテイメントで来場促進 「集客イベント企画・運営」

行きたくなるような“楽しい空間”に欠かせないのが「イベント」。オリジナリティあるものを企画・運営することで他との違いをアピールし物件の認知度アップに貢献。

もっと女性が活躍できる場を 「販売スタッフの派遣」

“最初の窓口”が女性であることがお客様に安心感を与えるはず。販売スタッフの派遣も積極的に行っている



販売企画～完売までを完遂

「日本マンション販売LLP」に加入

事業主より受けた物件の販売について「日本マンション販売LLP」で協議、販売企画・市場調査等を行い、最適な販売スタッフ(会社組織等)を選出、販売企画～完売までを完遂する、いわばマンション販売のプロ集団を設立、加入している。

平成19年度

「大阪市きらめき企業賞」受賞

女性の能力活用や事業拡大に積極的に取り組む企業等に贈られる「大阪市きらめき企業賞」を受賞。男性中心であった不動産業界において、「ミセスの目線=お客様の目線」に着目した販売支援が評価された。



大阪市きらめき企業賞ロゴマーク

ホームページで最新情報を発信

http://www.plpwork.co.jp
ホームページで最新情報を発信(トップ画面)

エリアサポーターは「業務の効率化」や「友人・知人への来場呼びかけ」など自主的な発想を実践。販売スタッフと一体となって、活動の充実をサポート(エリアサポート運用システム図)

