

～今月の概要～

■■ INDEX ■■

特集①)

住まい探しの変化を探る！／進む「オンライン」活用 vol.1
～「オンライン商談」の現状 導入実態及びお客様体験談など～

P.1～23

【1】「オンライン商談」に関する意識 ～住宅購入検討層～

P.2～4

- ① 「オンライン商談」の認知度・利用経験
- ② 「オンライン商談」の利用意向・利用したいシーン
- ③ 購入までの商談形式(オンライン・非対面or対面)の希望

【2】「オンライン商談」の導入実態・物件事例等

P.5～11

- ① 「オンライン商談」導入実態 ～導入率と傾向・案内手法～
- ② 「オンライン商談」事例
- ③ 「オンライン商談」導入物件事例
- ④ 「オンライン商談」のメリット他(販売担当者の声より)

【3】「オンライン商談」お客様体験談 ～お客様インタビューより～

P.12～15

- ①②「オンライン商談」利用背景・利用実感/今後の利用意向
- ③④「オンライン商談」購入者実例 利用ケース・プラス効果

【まとめ】

P.16

◆～「オンライン商談」購入者実例集～◆

P.17～23

特集②)2021年4～5月完売物件

P.1～5

～次号(2021年6月)の予定～

- ◆特集① 2021年上半期首都圏分譲マンション市場(速報)
- ◆特集② 仮)住まい探しの変化を探る！「SNS」の利用実態

■■ 2021年5月:特集レポートダイジェスト ■■

特集①) 住まい探しの変化を探る！
進む「オンライン」活用 vol.1
～「オンライン商談」の現状 導入実態及びお客様体験談など～

新型コロナウイルスの世界的な感染拡大は、働き方や休日の過ごし方、人との交友の仕方等、私たちの生活に様々な変化をもたらしました。人と直接会って営業したり、人を集めてイベントを開いたりといった対面でのビジネススタイルが難しくなる中、人と人との接触を回避できる『オンライン』の活用が進行。新築マンション業界においても、「オンライン商談」や「SNS・オンライン動画」等、様々な手法が見受けられるようになってきました。

本レポートでは、コロナ禍以降に活用が進む『オンライン』の現状について「オンライン商談」を中心に確認。長谷エアベストの独自調査、販売提携物件における導入実態、またモデルルーム来訪者実例及びインタビュー等より、「オンライン商談」の利用経験や利用意向、物件での活用状況などから今後について考えました。

特集②) 2021年4～5月完売物件

2021年4～5月完売物件より、販売進捗のポイントをピックアップ！！

【事例①】「ザ・パークハウス板橋大山」

【事例②】「クリオ千代田御茶ノ水」 他