

不動産コンサルタントが教える 仲介会社との 上手な付き合い方

第 53 回

仲介会社のセールストークを 充実させる顧客ターゲットティング

と、その対処法を紹介しました。

駅距離のある物件でのリーシング戦略では、他にもさまざまな仮説検証が求められます。

「駅距離耐性」のある 入居者を探す

今号でも、筆者経営企業が今年の繁忙期にコンサルティングした、某財閥系不動産事業会社のプロオーナーが保有する新築物件でのリーシング手法をいくつか紹介したいと思います。

最寄り駅から徒歩20分以上かかる立地、相場より高い賃料水準での募集と、ある意味コンサル条件のそろった物件でしたが、わずか1カ月ほどで満室稼働を実現しました。

前号では、駅徒歩20分以上かかる物件は、エンドユーザーのポータルサイト利用時に検索から漏れてしまう危険性

件で「駅距離」のプライオリティーが低いので、駅徒歩15分以上かかるような物件でも、ポータルサイト利用時に物件の絞り込みから漏れず、反響につながりやすいというわけです。

仲介会社経由で、このような「駅距離耐性」のある人へ積極的に物件紹介をしてもらうためには、事前準備が必要です。

前住居の最寄り駅からの 徒歩分析情報を取得

オーナー、元付け会社が最初にすべきことは、申込時に前住居の最寄り駅からの徒歩分数情報を取得することです。現在使用している申込書に、「最寄り駅からの徒歩分数」の記入欄がないのであれば項目を追加するか、口頭で確認すべきです。

当該コンサル物件では、申込時に前述項目を集積・分析

していったところ、5割近くの入居者が、前住居で最寄り駅から徒歩15分以上離れた立地に住んでいたことが分かりました。

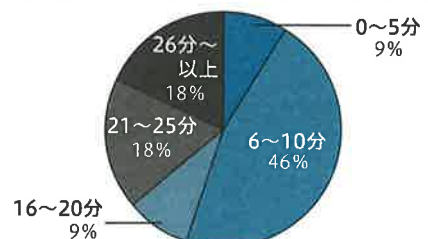
このような「特性」ニーズから顧客をターゲットティングし、「どんな来店客に紹介したら成約しやすいか」を仲介会社へ告知していくことが、紹介頻度の増加、内見誘導率、成約率の向上へとつながるのです。

仲介店舗の多くは、来店直後にアンケート記入を義務付けており、現在住んでいる住居の家賃や立地などの情報を取得しています。

仲介店舗に訪問営業する際、「来店時アンケートを基に現在、駅徒歩15分以上の物件に住まわれている方がいたら、ぜひ積極的に紹介してください。当該物件を気に入っていた可能性が高いと思います」と、集計分析した入居者特性の資料を提供してみてください。

顧客ターゲットティングと、営業機会を具体的にイメージしてもらおうことで、仲介会社の

徒歩 20 分以上の物件を決めた人の
前住居の駅距離分布（東京都、神奈川県）



※リーシング・マネジメント・コンサルティング調べ
※「11～15分」該当なし

リーシング・マネジメント・コンサルティング

齊藤晃一 代表取締役社長

Profile

コンサルティング会社で、大手飲料メーカー、大手製薬会社をはじめとするダイレクトマーケティング事業の新規参入戦略および実行支援を多数経験。その後、(株)ウェブクルー（東証マザーズ 8767）で新規事業企画室長として新規事業の立ち上げ、M&Aなどを経験。現在は不動産ファンDやJ-REITの空室対策コンサルティングに携わる。著書に「本気で満室稼働を考える人だけが読む本」。

URL : <http://www.lmc-c.co.jp/>

