

第9回

仲介会社満足度「100%」のコンテンツとは

繁忙期も残りわずかとなり、オーナーの皆様は残された時間で空室の埋戻しに向けて、さまざまな努力をしていることでしょう。

今回は、仲介会社があなたの物件を取り扱いたくなるコンテンツとは何か？をお教えしましょう。そのためには仲介会社の先にいる、あなたの物件に興

味を持つてくれる潜在入居者（来店客・内見客）に対し、いくつかのシーンごとに、必要なコンテンツ（情報素材）を準備しなければなりません。

まずは「Web用コンテンツ」として、仲介会社が利用している代表的な各ポータルサイトのレギュレーション（広告掲載基準）に合わせた素材提供が必須となります。物件概要情報はもちろんのこと、豊富な画像データ（外観、エントランス、室内）を用意しなければなりません。しかし、自己満足で高性能のカメラで撮った解像度の高い写真は、仲介会社にとってストレスになってしまうことがあります。各ポータルサイトは掲載できる写真のサイズや解像度に規格を設けているからです。掲載しようと思ってもすぐにアップロードできなければ、スムーズに掲載できる他の物件を優先され後回しにされてしまう可能性もあります。写真データに関しては、解像度やサイズもポータルサイトの規格に適したものを用意しましょう。

次に「カウンター営業用コンテンツ」ですが、仲介会社でカ

ウンター営業を受けている潜在入居者には、モノクロコピーされた物件情報が手渡されることを想定したチラシを作成し、提供しましょう。仲介会社はそれほどインフラが整備されているわけではありません。カラーコピー機を導入していない会社も多いので、カラー図面とモノクロ図面を両方用意しておくことも気が利いた営業フォローになります。

図面以外にもパンフレット等がある場合は併せて配布しましょう。カウンターでのセールストークに厚みを増すために、入居者データ（属性データ）等の追加情報を提供することも仲介会社は喜びます。

内見後のフォローコンテンツは特に重要

内見後の検討材料として、「Web用コンテンツ」、「カウンター営業用コンテンツ」を「CD-R」に収録して活用するのも効果的です。仲介会社へ物件営業した際に、「私の物件を内見して頂いたお客様に渡してください」と図面と一緒に渡してみてください。こういった配

慮に仲介会社の営業担当者は想像以上に喜んでくれます。

内見者への効果的な「おみやげ」

カウンター営業を経て、あなたの物件に訪れる内見者へ必要な配慮とはどんなことが思い浮かぶでしょうか。スリッパやメジャーを用意したり、事前に室内換気をしたりといった常識的な気遣いを施し、気分良く内見して頂くための配慮は当たり前です。当コラムで以前にも触れましたが、仮に「10万円の家賃で24カ月住んでもらう」ということは、240万円の商品を検討して頂いているのと同じことです。「あなたが自動車ディーラーに車を見に行った時に提供される接客レベルを求めて行かなければなりません。

想像してみましょう。今まさにあなたの物件を内見して頂いている潜在入居者の手元には、カウンター営業時に仲介会社からもらったモノクロの図面しかないはず。もっと充実した資料を持ち帰ってあなたの物件を検討して頂くためにも、追加資料が必要です。

内見して頂いた方に対して、

ここでも写真や間取り図データ等が詰まった「CD-R」を活用しましょう。

「内見ありがとうございました。ご自由にお持ち帰りください。」という案内文とともに、内見者が必ずみるキッチン周りに設置しましょう。あなたの物件のアピール度UPはもちろんのこと、興味のある潜在入居者は高確率で持ち帰ることでしょう。キラーコンテンツは他にもまだまだありますので、続きは次号で。

リーシング・マネジメント・コンサルティング

齊藤晃一 取締役副社長兼 CMO

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等を経験。現在は不動産ファンドや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/>

