

第16回

繁忙期後の仲介会社対策 (物件の露出向上こそ反響獲得の最大化)

仲介会社も1年で最も稼げる時期を終え、店舗の客足も落ち着いてきています。

あなたの物件、主要ポータルサイトに掲載されていますか？

お部屋探しをする方の約8割はインターネット（PC・スマホ）を利用してはいわれていると思います。その中でも、多くの方が知っているであろう、主要ポータルサイトを利用しているユーザーは大半を占めます。

筆者経営企業による仲介会社への「来店のきっかけとなった広告媒体とは？」というアンケート結果（東京都内にある約600社対象）では、約61%の来店客が、主要ポータルサイトを見て来店したと回答しています。お部屋探しの大半は、ポータルサイトを見ることがから始まるということです。つまり、あなたの物件が主要ポータルサイトに掲載されていないければ、お部屋探しをする方（見込み客）の約半数に対して、機会損失が発生しているというわけです。

主要ポータルサイトへ物件広告を掲載している会社のほとんどは仲介会社です。オーナーや

管理会社が広告掲載しているケースもありますが、少数にすぎません。主要ポータルサイトを見ると、同一物件が複数掲載されていることがあります。複数の仲介会社が掲載しているケースもあれば、オーナー（管理会社）が掲載しているケースもあります。このようなシチュエーションを、エンドユーザー目線で考えてみてください。

『同一物件の広告が2社から掲載されている』①「店舗を持つ仲介会社が、店舗の近隣に所在する物件を広告掲載しているケース」②「店舗が無く、広告掲載している会社（事業所）の住所が掲載物件から遠いケース」お部屋探しをしている人の多くは、管理会社（オーナー会社）と仲介会社の違いをあまり理解していません。どちらも「同じ不動産屋」として見えています。

「ポータルサイトでお部屋探しをしていて、気に入った物件があったが、2つの不動産会社が同じ物件の広告掲載していた」。そこで、問い合わせしようと思った時に、どちらを選択するでしょう。ユーザー目線で考えたら、「物件近隣の、店舗のある会社の

方へ問い合わせした方が、スムーズに内見できそうだ」と思うのではないのでしょうか。

オーナー（管理会社）がポータルサイトへ広告掲載するより、物件近隣の仲介会社に掲載してもらった方が、問い合わせ（内見）してもらえ、確率を高められるというわけです。

まずは、あなたの物件が主要ポータルサイトすべてに、仲介会社経由で掲載してもらえているかを確認しましょう。お部屋探しをする方が、すべての主要ポータルサイトを利用するわけではないので、大手に位置づけられるサイトには、すべて掲載されている状態を目指すべきです。もし掲載されていないのであれば、物件の最寄りに所在する仲介会社から順に、ポータルサイトへの掲載をお願いしに、訪問営業すべきです。

繁忙期を終えた今ならば、仲介会社のスタッフも、話を聞いてくれる確率も高いはずです。

以前にもお話ししましたが、仲介会社経由で、ポータルサイトへ掲載してもらいやすくするためには、物件の基礎資料とともに、写真や間取り図等の素材

をCD・R等に格納して、訪問営業時に手渡しすることが効果的です。仲介会社が物件に出向き写真を撮ったり、オーナー（管理会社）へ問い合わせして、間取り図データを取り寄せたりする手間が省け、手元にある素材ですぐに広告掲載できるからです。

エンドユーザーのお部屋探しの入り口で、確実にあなたの物件が選択肢として含まれていることが、反響獲得の最大化につながります。

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/>

