

営業トークに使える情報を提供

入居者の属性や成約の決め手を分析し可視化



リーシング・マネジメント
・コンサルティング
(東京都港区)
齐藤晃一社長

53万回以上の仲介店舗訪問から分かった
空室を作らない募集方法大公開

セミナーレポート

賃貸住宅フェア2017 in 東京

存在する。いまやウェブを通じた集客活動は欠かせないが、交通広告やウェブ展開を充実させてい

る財閥系の不動産会社でも成約の50%程度の直約にとどまっているのが実情だ。残りの半分は仲介会社経由で顧客を獲得している。ゆえに、仲介会社の力を最大限引き出し、いかに皆さんの物件を優先的に紹介してもらえる関係をつくるかが重要である。今回、我々が

53万回以上の店舗を訪問し、蓄積したデータから仲介会社の現場の実情とオーナー・管理会社に何を求めているのかお伝えする。

まず不動産賃貸業は古くから存在する業態だが、仲介店舗を構成するスタッフは20代が約38%、30代が約44%、20代と30代が8割以上を占める。勤続年数は3年未満が約38%で、うち1年未満は約14%と人材の流动性が高いという特徴を持つ。

東京都内に賃貸住宅を取り扱っている仲介店舗は約7500社もある。

まずは皆さんの手元に

ある入居申込書を確認して、書類にはクレジットカード情報のよう

する。

さまざまな内容が記載され

ている。ぜひ全部データ

化しエクセルで集計する

べきだ。

以上の人人が何割といっ

た定の傾向が出てこない

た定の傾向が出てこない

はずだ。加えて見逃せな

はずだ。加えて見逃せな

つかという傾向が分かる。

つまりは、誰に紹介す

れば良い。また、個人情

報に抵触しない範囲で居

住者の属性などを盛り込

めれば見込み客の目を引く

ことができる。

53万回以上の仲介店舗訪問から分かった
空室を作らない募集方法大公開

セミナーレポート

賃貸住宅フェア2017 in 東京

つ。そのため、経験の浅いスタッフがトークを成立させやすい素材の提供が求められている。物件紹介の際に重要なポイントを調査したところ、「手頃な賃貸条件」、「鮮明な間取り図」、「クリアで見やすい写真」の順となる。

さらに紹介しやすい物件について尋ねると、「写真が豊富で想像しやすい」「画面が力強い」「見やすい」という結果となった。

では自身の物件を優先的に紹介してもらうためにはどのような募集図面や物資資料を作るべきなのか。

まずは皆さんの手元にあります。ターゲットを想像して、どのような募集図面や物資資料を作るべきなのか。

まずは皆さんの手元にあります。ターゲットを想像して、どのような募集図面や物資資料を作るべきなのか。

まずは皆さんの手元にあります。ターゲットを想像して、どのような募集図面や物資資料を作るべきなのか。

まずは皆さんの手元にあります。ターゲットを想像して、どのような募集図面や物資資料を作るべきなのか。