

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20回

メルマガによる仲介会社への 空室物件告知の効果とは

仲介会社に対する空室物件の
情報流通方法は、今ご紹介
したレインズやB to Bサ
イトが主流ですが、これらは
いずれも【プル型 (pull type
services)】《必要な情報をユ
ーザー (仲介会社) が能動的
に「引き出しに行く」タイプ
のサービス》です。プル型サ
ービスとはいわば、仲介会社
サイドのタイミミングでしかア
クセスしてもらおうことができ
ず、また、オーナーの物件が
検索に引っかけ興味を持つ
てくれる可能性は100%で
はないということです。相場
より高い賃料設定物件や、駅
距離がある物件などは、仲介
会社が希望する条件にはまら
ず、物件情報を掲載しても、
検索から漏れてしまい、その
情報に辿り着かないケースは
筆者コンサル先でもよくある
課題です。

1人でも多くの仲介担当
者に物件を認知してもらい、
すぐにでも見込み客にご紹
介してもらおう機会を増やす
には、【プッシュ型 (push type
services)】《必要な情報をユ
ーザーの能動的な操作を伴わ
ず、自動的に配信されるタイ
プの技術やサービス》の方が
圧倒的に効果があります。

空室物件情報の流通を【プ
ッシュ型】で考えてみた場合、
最も効果があるのはやはり店
舗訪問営業です。以前のコー
ラムでも紹介しましたが、「仲
介会社社員の平均勤続年数は
3年未満が約50%」「一度も
内見したことのない物件をお
客様に紹介している確率は約
70%」ですので、最新の物件
資料を持参して、一人でも多
くの仲介担当者に覚えてもら
い、来店客にカウンター営業
で紹介してもらおう機会を増や
すことに勝るものはありませ
ん。訪問以外の手法では、F
AXでの空室物件送信や資料
送信後の電話営業、メルマガ

配信などがあります。
FAX送信やメルマガ配信
は「スパムメール扱いされて
仲介会社に嫌がられるのでは
ないか？」と一見敬遠されが
ちですが、そんなことはありません。
仲介会社はさまざま
なソースを確実にあてにして
います。
最も低コストで実施できる
プッシュ型告知とは？

訪問営業には人件費、FAX
配信には、通信料等が当然
かかってきます。費用対効果
を鑑みるとメルマガでの告知
は非常に安価で効果的です。
訪問営業時に取得した名刺
や、内見・申し込みを入れてい
ただいた担当者のメールアドレス
をリスト化し、メール配
信での情報告知は、手間をあ
まりかけずに取り組めるはず
です。

しかも賃貸不動産情報のB
to Bメルマガ開封率は他の商
材よりも、とても効果的です。
メルマガの開封率を業種別
で見た場合、教育(26.2%)、
金融・証券(22.0%)、IT・通信
(13.4%)、旅行・娯楽(13.6%)

(※カイロスマーケティング
調べ) という調査結果と比較
してみると、筆者コンサルク
ライアントの、数多あるメル
マガ実績では、約30%と高い
開封率の結果が出ています。
また、メルマガ原稿のリン
クへのクリック率はさらに高
く、一般的に2~3%といわ
れるクリック率ですが、賃貸
情報でのメルマガでは、18~
20%の結果が出るケースも
あります。来る繁忙期に向
け、名刺リストを整理しメル
マガ配信に備えてはいいかがで
しょう。

今回のコラムでは、効果的
な仲介会社への空室物件告知
についてお話ししたいと思い
ます。
一般的な管理会社では空室
が発生するとレインズ(不動
産流通機構)や大手ポータル
サイト運用会社が提供してい
るB to Bサイト(業者間流
通)の媒体等に空室物件を掲
載します。
仲介会社は、これらのソース
(情報源)から「飯のタネ」と
なる空室物件情報を取得す
るのが主流です。

プル型告知よりプッシュ型の
情報流通を追求せよ

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
手製菓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
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/>

