

# 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 90 回

## 入居希望者と営業担当が喜ぶ 周辺土地・室内案内動画

では伝わらない部屋の特徴や、詳細イメージを訴求できる、有益なコンテンツだといえます。

一方で、インターネットで部屋探しをしているユーザーが、最も求めている情報は、「室内写真（動画）」ではなく、「外観写真（動画）」というアンケート結果があります。

とあるポータルサイト運営会社が実施した「お部屋を探した際、基本情報以外に『あって良かった』情報は？」のアンケート結果では、「外観写真」が最も高い回答でした。

新型コロナウイルス下での家探しは、無駄な接触機会を低減させたいために「本当に内見する価値があるのか」を吟味して候補物件を絞り込む潜在入居者が増えています。そこで今回は、仲介営業担当者、潜在入居者双方に喜ばれる、動画コンテンツについて話したいと思います。

最近では、ポータルサイトなどの物件情報を見ていると、「室内動画」のコンテンツが用意されている広告を見る機会も少なくありません。写真

実際に自分が住むことをイメージした際、物件のグレード感や立地が、何よりも気になるという結果は、当然かもしれません。また、このアンケート結果の裏側には、外観写真1枚では伝わらない「物

件の立地や住環境を知りたい」という思いも含まれているかと思えます。

「室内動画」も有益なコンテンツとして作用しますが、「周辺の住環境や物件外観の動画」は、潜在入居者が本当に求めているコンテンツではないでしょうか。

このような潜在入居者のニーズに応えられるよう、物件の最寄り駅周辺や、現地周辺の動画コンテンツを用意し、仲介会社経由で露出を高めることも必要だといえます。

**仲介会社の紹介意欲を引き上げるルート案内動画**

「最寄り駅から物件までの案内動画」や、「物件周辺の動画」コンテンツは、仲介会社があなたの物件を積極的に紹介してくれるきっかけにもつながります。

本コラムでも以前に紹介し

ましたが、①仲介会社スタッフの平均勤続年数は3年以下が5割以上②仲介担当者が来店客に紹介する物件のうち8割近くが、一度も見たことのない（内見したことはない）、詳しい情報のわからない物件です。

仲介スタッフは、勤続年数が短く、経験値の浅い新入社員も数多く働いています。そのような背景もあり、彼らは一度も見たことのない物件を断片的な情報だけで営業しているのです。

だからこそ、営業トークが膨らみやすいカラー図面や、写真データが豊富な物件情報を喜び、優先的に来店客へ紹介してくれるのです。

そこで、さらに来店客へ営業しやすい物件として取り扱ってもらうために「案内動画」が活躍します。

一度も見ただことのない物件を取り扱うということは、当然、あなたの物件の詳細な立地や、近隣の住環境を把握していない可能性が高いはずですよ。

物件の立地を動画で正確に

把握してもらうことで、「地図などで場所を確認しなくても内見に行ける物件」イコール「1度以上内見したことがある物件」に昇格することができます。

最近の携帯電話（スマートフォン）のカメラ機能は高性能なものが多く、動画撮影のクオリティも高いです。

今回は、「あなたでもできる、動画コンテンツ作成のポイント」や、「動画活用による仲介会社経由での、反響増加プロモーション手法」について話したいと思います。

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/>

