

仲介会社との 上手な付き合い方



最終回

大切にしていきたい
おもてなしの気持ち

首都圏では今や主流になりました。2022年5月以降、解禁された電子契約も利用率は日を追うごとに高まっています。

「できる限り人との接触機会を軽減し、家探しをしたい」というコロナ下での顧客の要望はアナログだった賃貸業界のウェブ化、IT化の引き金となりました。

内見予約のウェブ化

B (オーナー・管理会社) to B (仲介会社) 間でのIT化、ウェブ化もコロナ下で様変わりしました。20年3月以降、首都圏の管理会社の多くはテレワークや時短営業を始めました。出社比率が下がり業務効率化を求められた管理会社は、内見予約や申し込みのウェブ化が急務でした。

「IT重要事項説明」は

サービスに対して抱いているアンケート調査」を振り返ってみると、当時は内見予約や申し込みのウェブ化は不評でした。「管理会社が楽をしたいだけのサービス」「いちいちログインして作業するのが面倒くさい」「今までどおり紙で内見依頼書や申込書をファクスさせてほしい」との声が多く集まっていました。

「コロナ下で管理会社がウェブ化を進めた当初は引き続き同様の声が上がっていましたが、同年6月に実施した同調査では、「ウェブ化していない管理会社の物件は扱いづらい」という回答が上位に入り、「ウェブ化推奨」の意見と先の回答が逆転しました。

「パンorama(360度)写真」や「動画コンテンツ」の掲載されている物件情報を中心に絞り込みをするようになりました。

仲介会社は「顧客」

この流れはより一層進んでおり、旧態依然としたアナログ対応を行っている管理会社は早期にウェブ化を進めないと、仲介会社の空室物件の紹介意欲の低下にもつながると思います。

「デジタル化の話をしてきましたが「仲介会社との上手な付き合い方」にはアナログなおもてなしの思いもとても大切だと思います。長い間連載にお付き合いいただきありがとうございます。

ポータルサイトの仕様変更

入居希望者のニーズの高まりを受けて、主要ポータルサイト運営会社は、動画やパノラマ写真が掲載されている物件を検索結果の上位に表示するように仕様変更しています。

募集物件の露出を最大化させたいのであれば、オーナー主導でパノラマ写真や動画を作成し仲介会社へ積極的に提供しましょう。

高い賃料設定、駅から遠い、築年数が古いなどの物件に入居付けするためには、仲介会社を顧客扱いし、ホスピタリティーを追求しなければなりません。

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 : <https://www.lmc-c.co.jp/>

