

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28回

閑散期にこそやるべきこと

件」や「実入りの多いキャンペーン」(商品券や広告料付き)物件」を求め、決定率の高そうな優良物件や、客単価の高い物件ほどポータルサイトへ積極的に掲載しているのです。オーナーサイドとしても、

この時期は、エンドユーザー向けのメリット還元(礼金減額やフリーレント)よりも、仲介会社に対するキャンペーンを実施した方が効果的です。広告料の増額や、仲介担当者向けに商品券付与等の設定が可能であれば、この時期は特に力を入れて紹介頻度を増やしてくれるはずです。

取り扱い意欲を高める準備ができたなら、まずは一人でも多くの担当者実際にお部屋を見ていただくことが重要です。過去内見したことがある物件と、一度も見ることがない物件、どちらを優先して来店客に紹介するかは、容易に想像できるはず。事前内

覧会」の日程を決めて、訪問営業する際に告知しましょう。

また、事前内覧会は複数の日時で実施することが効果的です。仲介会社社員の勤務はシフト制になっているところが多く、曜日を変えることで、より多くの担当者に物件を見てもらえる確率が高まるからです。筆者コンサルティング先の物件でも、多くの事前内覧会を実施してきましたが、想像以上に参加してくれる仲介会社は存在します。

ネット掲載してくれる仲介会社を増やす

まずは、あなたの物件が主要ポータルサイト全てに、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、物件の最寄り所在する仲介会社から中心に、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。特にこの時期は少ない母集団の中、いかにして反響を獲得できるかの戦いですので、主要ポータルサイトには、複数の仲介会社にそれぞれ広告掲載してもらえ露出量を目指し、エンドユーザーに広く認知してもらえ状態を創出しましょう。

「事前内覧会」に参加してくれた仲介会社には、ネット掲載してもらえように営業しましょう。

その際、ポータルサイトへ掲載してもらいやすくするために、物件の基礎資料とともに、写真や間取り図等の素材をCDR等に格納し、お土産として渡すのが効果的です。

仲介会社が自分で写真を撮ったり、オーナー(管理会社)へ後日問い合わせして、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。

その後、新たに広告掲載してくれた仲介会社を確認できたら、直接お礼の電話を入れたり、メールで感謝を伝えることも大切です。

仲介会社とのリレーション構築は、「空確認の電話」や「内見」「申し込み」等、目に見える反響が入る前から始まっているのです。

特にこの時期は、水面下の段階でああなたの物件のために動いてくれている努力をたたえるくらいの気遣いが仲介会社との関係性を深め、反響の最大化へとつながるはず。です。

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/>



閑散期シーズンと呼ばれる8月は、仲介店舗への客足も少なく、オーナーとしても空室対策に頭を悩ませる時期です。今回は、第2繁忙期と呼ばれる9月以降を見据え、オーナーがこの時期にやるべき施策をご紹介します。

現地(物件)に出向いてもらい事前内見してもらう

仲介会社もこの時期は、少ない母集団(来店客・ネット反響)の中から、いかにして売り上げを伸ばすか、工夫しています。

「相場より安く決めやすい物