




Contents *入居シーズンアンケート *コラム



中原

武岡

僕達が **235** 名の 
営業マン に聞いてきました!

入居シーズン アンケート 2013

今年も春のシーズンが到来します。この時期、各地域で多くの営業マンに会いに行きますが、話を聞きながら感じるのが「シーズン」という山が年々低くなっているということ。「シーズンがシーズンでない?」「そんな声が聞こえながら、恒例のシーズンアンケートを慣行しました。」

武岡勇也・中原真史

【営業マン目線】とは?

仲介営業マンは、来店者の希望条件に合う物件を全て紹介するのでなく、数十件の該当物件の中から、ほんの2〜3件をピックアップして案内紹介します。(Esprit Vol. 68を参照ください。)

では、営業マンは、数十件ある物件の中からどんな基準で、その2〜3件を選ぶのか? 昨年は、そんな「営業マン目線」を知る必要があると考え、アンケートを通じて直接聞いていました。

なぜ今年も同じテーマにしたのか? それはこんな会話がきっかけでした。

武岡「エスタス管財の物件をどうすれば、一日でも早く成約できますか? 条件等の見直しは必要ですか?」

営業マン「エスタスさんの物件は、広告料も多く出してもらっているのですが、僕たちも案内に全力で行きたいのですが、最近は広告料よりも、家賃・初期費用が安くてお客さんが喜ぶ物件の方が案内に行くケースが多いです。」

武岡「昨年は、家賃は少し高くても、できる限り成約単価を上げたいので広告料を上げてほしいという営業マンの声が多かったです。」

営業マン「たしかにそうだったんですが...

最近はお客さんもインターネットで下調べをされる方が増え、僕たちが得する物件よりもお客さんが得する物件に案内に行かざるをえない状況です。でも、その方が契約成立まで楽ですし、次回リピーターになってもらえる可能性も高いですからね。無理に自分達が得する物件を紹介して、ライバル店舗さんに行かれても困るので...」

こんな会話が、あちこちで増え始めていると感じた今回のシーズン。もしかしたら、昨年とはまた違う結果が生まれるのでは? と考え、昨年に引き続き「営業マン目線」をテーマにアンケートを実施しました。

- また、今回も毎年恒例の
- ① 昨年のシーズン結果
 - ② 今年の入居シーズン一番忙しい週末予想、その他、
 - ③ 営業マンが提案するポイント
(単身層別、ファミリー層別)
 - ④ 入居希望者が求める設備
(単身層別、ファミリー層別)
 - ⑤ 番外編・仲介店舗別広告媒体の来店割合も聞いてみました。