



Esprit

PRAY FOR JAPAN

2014.2Vol92

住所 大阪市都島区都島本通 2-9-18
 TEL 06-6923-6381 FAX 06-6923-6382
 URL <http://www.s-tus.co.jp>
 ※Espritとは…フランス語で“魂”“機知”を意味する言葉です。毎月一回の接点に心をこめて、また機知に富んだ情報をお届けしたいという想いを込めました。

Contents *春のシーズンアンケート

*感花よりお知らせ *ダイエット日記 *S-vie *コラム

春のシーズンアンケート

あなたの店舗では、シーズン中に来店される入居希望者はどんな広告を見て来店される方が多いですか？

- 情報サイト / 自社HP / チラシ / 店頭POP / 現地看板 / 飛び込み
- 情報サイト / 自社HP / チラシ / 店頭POP / 現地看板 / 飛び込み

反響等で来られた入居希望者はその物件で成約になりますか？

- YES / NO
理由
[実際は物件を見ても1ヶ月で電気が]
- YES / NO
理由
[BK(4月)まで反響で来られたお客様は営業努力で、BKの高い所に振り返るケースが多い。]

最近、管理会社やっているおもしろい取組はありますか？シーズン中ならではのキャンペーン等(例 モデルルーム・商品券プレゼント・入居者家具プレゼント etc)実は！エスタスでも様々な取り組みをしています！(facebook 仲間コミュニティ【随時！会員募集中】・キャンペーン・モデルルーム) また、エスタス管財を知っている方は、何か一言あればお願いします！

[入居者への家具・家電を数個の中から選んでもらってプレゼントするという企画が好評でした]

入居シーズン中の入居希望者が成約しやすい物件のポイントは何？エスタスはシーズン好みの条件に変更します！「單身層・ファミリー層」別でお答えください。

- 單身層
 家賃 / 初期費用 / 広告料 / 個人BK / キャンペーン / 室内設備 / リフォーム / その他
 「具体的に 77-let, 風呂料, C.BK.」
 ファミリー層
 家賃 / 初期費用 / 広告料 / 個人BK / キャンペーン / 室内設備 / リフォーム / その他
 「具体的に 1K~1.5K, 2LDK, 3LDK.」

今月号は、エスタス管財の毎年の恒例とも言える、「春のシーズンアンケート」の集計結果をお送りします。アンケートを始めて、はや5年。現場を最重要視している通り、営業マンの中にはこの5年間、アンケートにご協力し続けている方が多くいます。こうした協力を気持ちよくしてくれている営業マンとの関係が当社の力になっていっていると感じつつ、アンケートの結果報告をお伝えさせていただきます。

● シーズンアンケートの目的とは？

実施して5年目に入ったシーズンアンケート。毎回、アンケートの目的を明確にし、皆様にお伝えしてきました。今年は、少し視点を変えてみました。

* 昨年までのアンケートの目的

賃貸市場での成約ポイント・案内ポイントは一体何か？

* 今回のアンケートの目的

シーズン(2月~4月まで)の成約ポイント・案内ポイントとは一体何か？

成約・案内ポイントという調査項目に変わりはありませんが、時期をシーズンにフォーカスしています。

● なぜ時期を絞った調査か？

皆様もご存じの通り、賃貸市場では、1月~4月は繁忙期と呼び、夏頃の7月から閑散期・秋の9月頃からは秋の繁忙期を迎えるという一年の流れがあります。

従来のアンケートでは、これらの時期という視点を省き、一年を通じての、「成約・案内ポイント」の調査を行ってきました。もちろん一年を通じた視点を理解することも大事なのですが、募集する時期、特に繁忙期と閑散期の成約ポイントや案内ポイント

トを同じように捉えていいのか？との疑問や指摘をいただく中で、今年は、時期による変化を捉えることを目的としたアンケートを実施することとなりました。

★ポイント

- ① 成約ポイント・案内ポイント理解する！
- ② 時期による変化を捉える。時期にフォーカスした成約・案内ポイントを知る！



第1章 営業マン・入居希望者の力関係で変わる成約・案内ポイント

前回までのアンケートでは「入居者が選ぶ成約ポイントは？」の回答に、どの地域でも、単身・ファミリーに関わらず、『家賃』という結果になっていましたが、今回は地域により若干異なる結果がでました。

結果にバラつきがでたのはなぜか？それは、『営業マン』と『入居希望者』の力関係、バランスにあると考えられます。

まず、営業マンにバランスが傾いている地域を見てみましょう。営業マンに傾く地域とは、「需要供給」にある地域のことであると言えます。