

IT 顧客管理術

なるほど

第2回

売買仲介業務の段階ごとにこう活用せよ

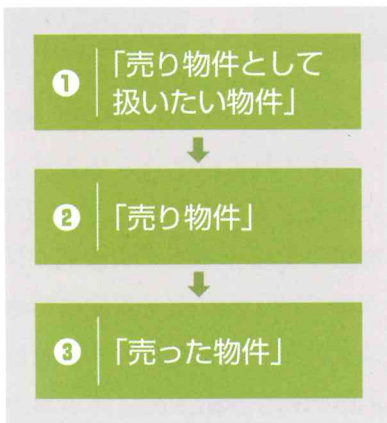


株式会社レックアイ
代表取締役社長
鈴木 徳之
Noriyuki Suzuki

1985年株式会社大京に入社。グループのシステム構築、マンション分譲／販売業務効率化のためのBPR（事務業務再設計）に従事。経営企画部ネット戦略室長就任後、居住者向けサービス企画も含めたグループ全体のIT化を指揮。2003年11月㈱レックアイを設立、デベロッパー、仲介会社、管理会社向けのパッケージソフトの開発や、Web製作、ネット営業等の構築・提供の陣頭指揮を執る。

I T活用について、売買仲介を例にして進めます。業務上必要な情報は大きく分類すると3つです。第一に「物件」、次に「顧客」、最後に「部署・社員」です。今回は「物件」に焦点をあてて説明をしていきたいと思います。

売買仲介での「物件」は3時系列に分類できます。



となります。

① でのIT活用の事例は、既存マンションの謄本を取得し、所有者情報を蓄積し定期的にDMを出して売り相談の機会を創出するというケースに基づいて説明しましょう。この業務の課題は、情報共有と鮮度維持です。1棟100戸のマンションの謄本を全て取得したとしま

しょう。社内で同じ謄本を取得したり、期間があいたので再び100戸全部の謄本を取り直したりした経験はありません。

解決方法として、登記窓口受付データの活用があります。このデータには登記簿住所、原因、受付日が記載されております。ここから毎月、所有権移転のみを抽出し、該当物件とマッチングすれば、所有権移転住所のみの謄本取得が可能になります。さらに、市販の謄本自動取得サービスも併用すると、①の登記簿住所を登録しておけば、移転住所の自動更新を最小コストで行うことができます。

次 に②におけるポイント、ネット上での取扱物件数を増やし、鮮度を維持し、露出力を高めることです。物件数を増やすには自社のみでは限界があり、提携先、親密先と物件を相互に融通し合います。そのためには、物件データベースへの入出力フォーマットを他社と統一することが必要でしょう。

また、物件を登録する際には、REINSやHOMENAVI、各種ポータルへの物件情報自動登録

も実現したい機能です。市販のソフトを活用してシステムに組み込んでおくことで、無駄な登録作業を無くしましょう。

また、鮮度維持は、契約申込と物件管理を連携させることが有効な手段です。申込時にネット上から物件の表示をはずすよう自動的に制御しておけば、ネット非表示の作業を別作業で実施する必要はありません。物件情報の信頼性を高めることにもつながります。

最 後に③におけるIT活用事例を挙げます。既契約者（売主・買主）へ定期的・反復的に連絡を取る仕組みの構築をしましょう。メールアドレス、現住所、電話番号等の情報はすでにお持ちですね。そこに何か月か置きに定期的にメールや電話をするスケジュールを顧客管理ソフトなどを使って組めばよいのです。これによって、リフォームや再仲介に繋げて結果をだしている仲介会社もあります。一度試してみたいはいかがでしょうか。

今回は「顧客」のIT活用事例に進みたいと思います。