

なるほど！ 不動産ブログ活用術

ブログをうまく使いこなして、業績をアップさせるには？
不動産業におけるブログ活用に詳しい株式会社レックアイ
SP事業部部長の毛屋寛氏が実践解説する。



(株)レックアイ
SP事業部 部長
毛屋 寛
Hiroshi Keya

1991年4月 (株)大京に入社。情報システム部にて大京グループのIT化、特にCRMの開発・運用、WEBでの販売戦略に従事。2000年9月退社後、2000年10月(株)ダイナシティ入社。IT企画部部長として、社内のシステム化、WEBでの販売戦略に従事。WEBではネット成約率を5%から40%まで上昇させた実績を持つ。2008年12月より現職。

[vol.1]

ブログの特徴と 不動産業における活用パターン

販 売促進にはインターネットの活用が欠かせないという時代になり、各不動産会社の営業担当者もインターネット広告に対する知識や、インターネット広告活用による費用対効果向上意識が高まっているようです。

特に、自社のホームページへ誘導し、資料請求などお客様からのお問い合わせを獲得し、そのお客様を追客することが成約率を高め、かつ費用対効果も高いことから、自社サイトへの誘導そしてサイト訪問したお客様のコンバージョン率（資料請求やお問い合わせの獲得）アップに注力する傾向が、最近では多くなってきております。

サイト訪問したお客様のコンバージョン率を高めるための具体策として、コンテンツの充実化によるお客様の物件関心度を向上させる策が取られています。例えば、① 物件のセールスポイントの強調、② 画像を多用することでのイメージ訴求強化、③ 「お客様の声」など第三者からの好印象の掲載、などです。

この物件訴求のために、ブログを活用する企業が増えてきました。

ブログは、継続して更新される日記形式のウェブサイトであり、イン

ターネットの専門知識がなくとも簡単に作成でき、また携帯電話からも更新することができることからブログ作成者が急増し、ブログが注目されるようになりました。今やブログ作成者は、「ブロガー」と呼ばれるようになり、芸能人など著名人は、自分のブログを持っていることが当たり前になってきています。

企業でブログを活用する場合は、① 企業イメージの向上のため、② 商品認知度の強化、③ SEO（検索エンジンの最適化）対策の一環、などを目的として自社ホームページ内に作成する企業が多いようです。

で は、不動産業界ではブログをどのように活用しているのでしょうか？

不動産業界においても前述の①～③を目的としてブログを作成している企業が圧倒的に多く、新築マンション分譲会社で最も多い例が、「物件ブログ」の作成です。

物件ブログはパンフレットにない情報を掲載することで、

- ・新規のお客様の関心度向上
- ・既検討者への更なる関心度の向上

【物件ブログ】の作成例

- ▶ 物件の設備や仕様についての詳細な説明
- ▶ 物件近隣の施設や飲食店の紹介
- ▶ 物件イベントの告知
- ▶ 活気に溢れたモデルルームの雰囲気
- ▶ 建築現場の進捗状況
- ▶ お客様からのよくある質問とその回答
- ▶ 税金について

・既契約者へのご入居迄の不安解消などにも役立てています。

賃貸・仲介会社で多いブログ活用方法は、「営業担当者ブログ」や「社長ブログ」です。

「営業担当者ブログ」は、営業担当者が会社の雰囲気を紹介したり、他の営業社員の良さを紹介したりすることで企業イメージの向上を図りつつ、その中でオススメの物件を紹介していくことで販促につなげているパターンが多いようです。

「社長ブログ」では、社長自らの考え方を語ることで、企業の信頼性の向上を図っている企業が多いようです。

では、実際このようなブログは効果があるのでしょうか？

次回は、このブログ効果について説明していきますので、ご期待ください。