

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)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.2

「物件ブログ」と「社長ブログ」 2タイプでアピール

今回は、ブログの効果についてお話します。私が不動産会社様を訪問する際、ブログについてもヒアリングさせてもらうのですが、ブログは本当に効果があるのかよくわからないという会社様が多いようです。このような時、私はホームページのアクセス解析を行わせてもらいます。アクセス解析とは、自社のホームページがどれだけユーザーに見られているか、どのページから自社のページに流入してきているか、自社のどのページを見て資料請求やお問合せに誘導できているか、どのページで離脱しているかなど、様々な角度で解析を行い、現状の問題点や改善点を提示することです。このアクセス解析を行うことでブログの効果についても検証できます。

某デベロッパー様の物件ホームページのアクセス解析を行わせてもらい、どのホームページから流入してきているかを集計したところ、

- 1位. yahoo検索から
 - 2位. Google検索から
 - 3位. 自社ブログから
- という結果でした。

1位2位をyahooとGoogleで占めているのは、リスティング広告も実施しているため当然の結果なのですが、その次が自社ブログというのは、このデベロッパー担当者様もびっくりしていました。

これは一例にすぎませんが、ブログを提供している会社様の流入解析を行うと、ブログからの流入が上位を占めていることが圧倒的に多いです。それだけブログは見られているのです。ホームページを見てもらうのに貢献しているのです。

ある不動産会社様で、自社ブログユーザーに対してネットアンケートを取り、ブログを見ている理由を集計してみたところ、

- ホームページで紹介されていない情報を教えてくれる期待感。
 - 書いている人のコメントがおもしろいし、内容も参考になる。
- この2つの理由が圧倒的に多く、逆に見なくなった理由としては、
- 更新があまりされていない。
 - 書かれている内容がおもしろくないし、参考になる内容が

ない。

という回答がほとんどでした。

ブログをどのようにして知ったか、という質問に対しては、

- 検索エンジンで検索して
- 会社のホームページを見て

という回答がほとんどでした。

この回答の中に、ブログ効果を高めるための対策方法が込められています。

つまりは、

- ①更新頻度を高める
- ②ユーザーの参考となるような記事をおもしろく書く
- ③検索エンジンで見つかりやすいブログを作る。

この3点に重点を置くことです。

①や②については、各会社の体制やライターの方才も求められるわけですから、そう簡単に対策を打てるものでもないでしょう。

③については、テクニックさえわかれば誰でも行えることですから、是非とも実施してもらいたいと思います。

今回は、検索エンジンで見つかりやすいブログの作り方について説明していきますので、ご期待ください。