

博士.com

ホームページ活用

虎の巻



こちらの「虎の巻」では、ホームページを活用する上で、
実際活用いただいている会社様の考え方などをご紹介します。
今回は、下記のポイントをご紹介します。

一、掲載物件のチョイスは大丈夫？

～TOPの物件はA看板～

二、御社の”顔”は大丈夫？

～会社概要・店舗紹介の大切さ～

三、物件は大事な商品！

～しっかりとアピールできていますか？～

四、囲い込み作戦！

～ホームページへ誘導はできてますか？～

掲載物件のチョイスは大丈夫？

～TOPの物件はA看板～

「どんな物件をTOPに出すか」ということは

A看板に何を載せるのかを考えることと似ています。

トップページに掲載されている物件は一番最初にユーザーが目にする部分であり、ここで「興味」を引くことが出来るかどうか、最大のポイントです

物件名で検索されている物件に写真・コメントは入っているか？

ひとりあたりのPV数が10PVを越える会社様に3つの共通点があります。

- ・アクセス解析を元に「今」のユーザーに合う条件の物件を掲載
- ・「一般的に人気のない条件」の物件は掲載しない
- ・「外観写真が綺麗」で「クリックしたくなる」物件を掲載

直帰率の低下はもちろんの事、興味をひくことで、その後の「反響・お問い合わせ」に繋がる確率も高くなります。

店舗へ来店されるお客様がA看板を見て来店するのと同じようにホームページを見たお客様の背中をポンッと押すような

「魅力のあるA看板作り」

をしてみたいかがでしょうか？

御社の“顔”は大丈夫？

～会社概要・店舗紹介の大切さ～

御社の会社の内容、雰囲気、意外と見られています！

御社のホームページを見て物件を探している人はもちろん、ポータルサイトで御社に物件問い合わせをしたユーザーや、すでに来店されたユーザーも、「どんな会社なんだろう？」と御社を知るためにホームページを見ています。

そうした際に一番みられる情報は、**【会社概要・店舗紹介】**のページです！

例えば、飲食店を探すのに食べログやぐるなびなどポータルサイトを活用されている方も多いかと思います。

「このお店で大丈夫？」と、ホームページでチェックをする方も多いと思います。

それと同じように、ユーザーが不動産会社を探す・決めるときに大事なのが**【載っている情報がしっかりとしたものか】**が大切になります。

そうした際に、**【会社概要・店舗紹介】**のページに

- ・店舗や会社の雰囲気を伝える店舗の外観・内観の写真が入っていますか？
- ・お店への道案内！GoogleMapを活用した地図情報は載っていますか？
- ・会社・お店から一言など「代表からのあいさつ」は載っていますか？

上記3つのポイントがしっかりと御社の**【会社概要・店舗紹介】**に情報が入っているでしょうか？

女性でいうと、バッチリ勝負メイクをしているか、気を抜いてすっぴんで外出をしているかの違いに似ているのかもしれませんがね。

いつでも**”素敵な出会い”**が出来るよう、しっかりと見直していきましょう！

物件は大事な商品！

～しっかりとアピールできていますか？～

第一回の虎の巻でもお伝えいたしましたが、
ホームページ＝WEB上の仮想店舗。
つまりホームページの物件詳細ページは営業マンが
実際のお客様に接客する際に使うカタログやマイソクと同じものになります。

物件ページも同じように、情報量が少ないとお客さんはブラウザを
そのまま閉じてしまいます。

しかし、来店したお客様に接客をする際は、もし駅から物件が遠かったとしても
「近くにスーパーがあるんですよ」
「自転車を使えば駅まで10分かからないですよ」といった
ご案内をお客様にするとおもいます。

なので、コメントもただ「バストイレ別 オートロック」と設備や条件を並べるのではな
く、「人気のバストイレ別物件です！オートロックも付いているので一人暮らしの女性でも
安心して暮らせます♪近くに24時間営業スーパーもあるので帰りが遅くても買い物が出
来ます！」など話し言葉でコメントを書くのも大事なポイントになります。
そういった「実際のお客様にするような営業トーク」をホームページの物件詳細にもコメ
ントや写真に入力していただければと思います。

物件を入力する際のポイントとしまして

- ・物件周辺の施設やお店などの写真もいれていますか？
- ・物件のメリットをしっかりとコメントで入力していますか？
- ・コメントは単語でなく話し言葉で伝わりやすくなっていますか？

囲い込み作戦！

～ホームページへの誘導はできていますか？～

ホームページではより多くの方に見てもらうため、誘導を行っていくことが重要です。

ユーザーがホームページを訪れるきっかけは、
Yahoo!や Google などの検索エンジンからだけではありません。

その他に、ユーザーはどのようにして御社のホームページを訪れるのでしょうか？
御社は誘導がしっかりと行えているか、確認していきましょう！

押さえておきたいポイントは2つです。

■ポイント1

SUUMO、HOME'S 等ポータルサイトの反響メールに対して
ホームページの誘導を行っていますか？

返信する際には自社ホームページのアドレスを必ず載せておきましょう。
自社ホームページへ誘導することで、ポータルサイトへ戻ってしまうユーザーを減らすことができます。
自社ホームページ内であれば、お問合せが他社へいってしまうことはありません。

■ポイント2

店頭に設置している A 看板や物件の現地看板、印刷した物件資料などにホームページへの誘導、またはスマートフォンサイトの QR コードが入っていますか？

最近、スマートフォンでホームページを見るユーザーが増えてきています。
ホームページによってはページビューの約半分がモバイルユーザーのケースも少なくありません。

反響があった方、来店された方以外へもしっかりアピールをしていきましょう。
ホームページで物件探しをしたり、どのような会社かを調べたり、
様々な情報をじっくり調べてからお問合せ・来店へと繋がっていく時代です。