

## 効果があがるネット営業スタイルの確立を！

このところ、家探しを行うユーザーのインターネットの普及ぶりに驚きが続いている。例えば、先に(社)全国宅地建物取引業協会連合会(藤田和夫会長)が発表したところでは、不動産情報の入手先を見ると「インターネット検索」によるものが全体の26.1%にのぼり2位に浮上。詳細は、新聞折込みチラシ30.5%、不動産情報誌16.5%、店頭13.3% - となっている。

この結果は、昨年9月23日の「不動産の日」を中心にホームページを活用した一般消費者向け不動産に関する意識調査(アンケート集計/有効応募総数7,362件)から明らかになったもの。

もう一つの数字は、アメリカのもの。不動産業界インターネットマガジンの「Inman Real Estate News」が「Web広告の実態が明らかに(Web advertising secrets unveiled)」として伝えているもので、アメリカの仲介業者の56%はサーチエンジンの検索結果に自分のサイトを上位に表示させるマーケティング(SEO)を行っているというのだ。また、インターネットを使って家探しをするユーザーは、その80%が検索エンジンを入力にしていることが、一般的に認識されるようになってきている。

この3つの数字は、「ホームページ」(Webサイト)はインターネットを通じて発信される「電子チラシだ」と考えると意味が分かりやすいものになるでしょう。

つまり、当然のことながら「ホームページ」(Webサイト)は、現場の営業チラシと同じで見ても貰えなければまったく意味がない。営業チラシはユーザーに見てもらうために地域への宅配を行うのだが、「ホームページ」(Webサイト)は、インターネットにアップにただけでは到底見て貰えるはずもない。インターネット上では、サイトをアップにすることは、営業チラシを作って倉庫(サーバー)に積み上げておくのと同じ行為なのである。

ホームページの「宅配手法」としては、検索エンジン(SE=Search Engine)への登録が必要不可欠。しかし、サーチエンジンに登録したからといって、ネット上は「ホームページ」(Webサイト)の大海原。検索結果が画面の上位に表示されるように最適化(O=Optimization)しなければならない。

これが、いわゆる「SEO」(Search Engine Optimization=検索エンジンの検索結果画面に自社サイトを上位に表示させる手法)と呼ばれるものだが、これとて皆が「SEO」に走れば無限の競争世界。そこに、登場したのが、「検索エンジン広告」である。詳細説明は、本誌今号の記事<【新動向】検索エンジンが広告媒体に急成長!>に譲るが、「検索エンジン広告」の利用は不動産・住宅産業の各社で急上昇中である。

さて、「不動産Webフラッシュ」(FDJ社)では、そうした状況を踏まえて、3月18日(木)にインターネット戦略セミナー<不動産インターネット支店の作り方/検索エンジン広告で集客拡大を実現しよう>を半日で学ぶ(<http://www.fdj.com/semi/20040318.html>) - を開催させて頂くことになりました。

<ネット営業を促進する実務・戦略>が学べる絶好のチャンスとして、奮ってご参加を頂き、効果が抜群にあがるネット営業スタイルを確立して参りましょう。

**不動産Webフラッシュ」Discoveryと連動!** <http://www.fdj.com/discovery/>