

## 《新入社員研修》

# 物件とエリア知識の重要性 ③

### ■物件知識とエリア知識

不動産営業で、商品知識（＝物件とエリアの知識）を身に着けることはとても重要です。

消費者はインターネットを通じて、簡単に、そして自分のニーズに合った物件情報を入手することができる時代となりました。

また Google などが提供する地域情報もとても充実してきています。お客様が住み替えを希望するエリアの商業施設（営業時間や定休日、テナントの内容など）、公共交通機関の情報（時刻表、始発、終電の時間、勤務先までの所要時間など）はスマホがあれば、すぐに入手することができます。

### ■「～があります」だけでは差別化にならない

ネットが無い時代は、物件情報やエリアの知識を持っていることで、お客様からは一定の評価をいただくことができましたが、上記のとおり、今の時代では「知っている」ことは普通です。

よって、買い物環境では「このスーパーはもともと酒屋さんだったので、お酒の品ぞろえは他のスーパーと比較すると充実しています」、このエリアに住んでいる方は、〇〇商店街で買い物をされますが、お肉は〇〇屋さん、お魚は〇〇屋さんの評判がいいです」というような説明ができるようにしておくといいですね。

学校区もネットで調べれば、すぐに分かります。「この物件は〇〇小学校区内です」と伝えるだけでなく、「本日ご案内する物件から、〇〇くんが通うことになる小学校までは、ガードレールが付いた歩道があります。そして登下校の時間帯は、主要な交差点にPTAの方々が交代で見守ってくれているので、比較的安心です」というような説明をしてあげられると、買い主に「子供にとって、いい環境だなあ」と理解していただけるかも知れませんし、営業担当者も自身の能力開示になり、買い主といい関係が築けるかも知れません。

### ■取引事例の確認・活用

物件情報についても知っているだけでは、あまり意味がありません。情報を提供する際に、適正価格だと（場合によっては相場よりも低い価格で売り出されていることを）理解いただくために、直近の成約事例を準備しておき、「このマンションは先週一階層下のお部屋が坪単価〇〇円で取引されました。本日ご案内する物件は同じタイプのお部屋で、一階層上ですが同じ坪単価です。通常、階層があがると価格も上がるのですが、こちらの売り主が早期の売却を希望されており、相場よりも少し低い価格で売りに出ています」などと補足説明をすることで、単純に「こちらの物件はいかがですか？」と提案する営業担当者よりも、買い主の購買意欲を前向きにできるかも知れません。

株式会社RIAコア・ブレインズ

代表取締役 土屋克己

RIAコア・ブレインズのEラーニング：基本編から応用編まで

<https://ria-corebrains.co.jp/about/e-learning>