

空室原因セルフチェックリスト

営業手法

どれだけ物件がよく、募集条件が適正なものであっても、営業手法が適切なものでなければ空室は埋まりません。現在の管理会社(orリーシング請負会社)の営業活動について、以下の点を分析してみてください。

仲介会社や入居希望者様からの問合せが何件あったか、内見件数が何件あったか、定期的に報告を受けていらっしゃいますか？

☐ 報告を受けている

→ ● 報告の頻度

● 報告の方法

☐ 報告を受けていない

入居希望者様が内見なされたあと、そのときの様子や意見、感想について、報告を受けていらっしゃいますか？

☐ 報告を受けている

☐ 報告はあまり受けていない

どのような募集活動をしているのか、具体的な報告はを受けていらっしゃいますか？

☐ 報告を受けている

→ ☐ 募集図面(マイソク図面)の配布エリアと配布数と配布頻度
☐ ターゲットを絞り込んだの宣伝活動
☐ 近隣テナントの訪問・DM投げ込み
☐ 地元仲介業者や専門業者への訪問・広報
☐ その他

☐ 報告はあまり受けていない

募集図面は効果的なものでしょうか？

● キャッチコピー・PRポイント
☐ 十分効果的 ☐ 普通 ☐ あまり効果的ではなさそう

● 間取図
☐ 十分効果的 ☐ 普通 ☐ あまり効果的ではなさそう

● 現地案内図
☐ 十分効果的 ☐ 普通 ☐ あまり効果的ではなさそう

● その他気付いた点をまとめてみてください

空室の原因分析の報告並びにその対策について、適宜提案を受けていらっしゃいますか？

- ☐ 提案を受けている
→ 過去に受けた提案を列挙してみてください。

--

- ☐ 提案をあまり受けていない

現在の管理会社は定休日を設けておられますか？

- ☐ 定休日がある
→ 定休日

--

- ☐ 定休日はない

入居者募集を委託している管理会社は、自社で募集情報を抱え込んでしまっていないですか？

- ☐ 同業他社へ情報をしっかり公開している
- ☐ 同業他社へ情報を公開しているかどうかわからない
- ☐ 同業他社へは情報をあまり公開していない

募集条件の決め方

営業手法が適切なものであった場合、次に検討すべき点は現在の募集条件が適切なものであるかどうかです。適切なものというのは、「競争力がある」ということと同義です。しかしそれ以前の問題として、現在の募集条件をどのようにして決めたのか、振り返ってみる必要があるかと思います。まずは以下の点を分析してみてください。

現在の募集条件はどのように決められたものですか？

→

現在の管理会社から、近隣の賃貸市況について説明を受けておられますか？

☐ 説明を受けている

→ 説明の内容

☐ 説明をあまり受けていない

競合するであろう物件についての情報はいただいておりますか？

☐ 情報提供を受けている

☐ 情報提供はあまり受けていない

賃料査定書を受け取られたことはありますか？

☐ 受け取ったことがある

☐ 受け取ったことがない

内見時の工夫

お客様が内見される際、気持ちよく見ていただける環境を整えることが必要です。
現在の状況について以下の点を分析してみてください。

夕方や夜でも内見できるよう、室内の照明は点灯するようになっていませんか？

- ☐ 全室点灯できるようになっている
- ☐ 一部点灯できるようになっている
- ☐ 照明器具がない。又は電気を通電していない。

お部屋内で積極的にPRしたいところなどに説明資料等は展示していますか？

- ☐ 展示している
- ☐ 展示していない

スリッパは設置していますか？

- ☐ 設置している
- ☐ 設置していない

室内は清潔に保たれていますか？ 臭いはしませんか？

- ☐ 清潔に保たれており、臭いもしない
- ☐ 問題あり
→ 問題点

--

から の原因分析チェックリストは以上です。
この分野に限っても、本来はまだまだチェックしないといけない項目があり、
ここでは最低限の項目をあげさせていただきました。

なお、このチェックリストの結果を当社にお送りいただき、
ご相談を承ることも可能です。
相談のみでしたら無料で承りますので、お気軽にお問い合わせください。

送信先E-mailアドレス:info2@unionmediate.co.jp
送信時、件名に「空室原因分析の相談」とご入力下さい。

FAXの場合は、03-3366-0045へ送信下さい。