

今回はインターネットを活用した広告活動について説明したい。通常、新聞の折り込みチラシやポスティングなどの広告は、限られたエリアに対しての広告となるが、インターネット環境を利用すると安価なコストにもかかわらず、広告の



告知範囲は全世界に広がり、さらに24時間365日訪問する人に対してアピールできるため、広告活動としてこの環境を利用しない手はない。  
では、不動産オーナーの立場から見ると、インターネットを活用した広告活動は

### 不動産オーナーにできるネット営業

45

どのようにしたら良いのか。

一番集客が期待できるのは、ポータルサイトと呼ばれる大手不動産情報サイトへの掲載となるが、不動産業者が登録することを前提にしたポータルサイトが多いため、オーナーが直接掲載するのはハードルが高

業者への管理委託や媒介契約で対応することとなる。

現在、所有物件の空室情報ポータルサイトに掲載されていないとしたら、機会損失は大きい。もし掲載されていない場合は取引業者の見直しなども含めて検討する必要がある。

いかかだろうかの確認のため、検索エンジンに物件の固有名詞を入れて検索する

場合が多い。例えば、比較している複数の物件をネット検索した場合、情報がある物件と、ない物件とでは、比較検討のアドバンテージが変わってくる。できる限り物件ホ

といった作業が必要となってくるだろう。

物件ホームページに加えて、YouTubeなどの無料動画配信サイトで物件情報を動画配信する手法もある。テキストのホームページよりビジュアル的にアピールできるため、コストもかけずその物件の魅力

## 物件ホームページを作成

### 比較検討するユーザーに効果的

い。

そのため、ポータルサイトに掲載してくれる不動産

ため、物件ホームページを公開することも有効である。この物件ホームページはアクセス数の向上を目的としているのではなく、物件を検討しているユーザーへのアピールの意味で設置する。

物件を検討しているユーザーは、その物件情報がインターネット上に存在して

ームページは作っておくべきだと考える。

ただ、せっかくホームページを作っても検索エンジンに掲載されないのでは意味がない。管理委託をしている不動産会社からのリンクや、個人でも登録できるポータルサイトへのリンク

このようなインターネットサービスを有効活用し、所有物件をアピールしてみたいかがだろうか。CF ネットでは、物件ホームページ (<http://www.cfnets.co.jp/>) や動画配信について実際に活用しているのをご参考にしてほしい。  
小林淳 (CF ネット情報 システム部)

