

ホームページ

戦略



永幸不動産
(東京都豊島区)
森下知樹専務(30)

永幸不動産(東京都豊島区)は、1年半前

2人暮らしの需要の高さに応え成約数上昇

自社ホームページを立ち上げ、集客数・成約数ともに2倍へと上昇した。

ホームページは、制作会社アドデザイン(東京都文京区)に依頼。

「5月はQ&Aコーナーは大きくわけて3つあり、1つ目は、物件画像の見せ方。森下専務自身が居室で立っている写真を掲載している。「部屋の様子だけでなく、天井の高さ、部屋

反響に結びついた点は大きくわけて3つあり、2つ目は、Q&Aコーナーの設置。入居者から寄せられた問題点を対話形式で解決していく。森下専務のイラストと、同社オリジナルキャラクターのうさ

案内に掲載されていたのを参考にした。

3つ目は、2人暮らしの需要の高さに応え

1つ目は、物件画像の見せ方。森下専務自身が居室で立っている写真を掲載している。「部屋の様子だけでなく、天井の高さ、部屋

の空間がユーザーに伝わりにくい。私の身長も同時に記載し、空間の広さがユーザーに伝わりやすくなるように配慮しました」と森下専務は話す。これについては他社の方法を参考にしたという。スタッフがシステムキッチンに寝転んだ画像、ロフトで座禅を組んだりした画像が物件

たところだ。「他社のホームページは、単身者向けQ&Aコーナーばかりが目立ちます。2人暮らしのニーズに対応していないことに改めて気づきました」(森下専務)。きっかけは、友人から部屋探しの相談を受けたとき。2人暮らしならではの間取りや生活をイメージできず、住まい探しに不便さを感じていたという。これを機に、2人で入居可能な物件の掲載を増やし、専用のQ&Aコーナーも立ち上げた。

が3100ページを突破しました。サイト内コンテンツ『物件案内ガイド』より注目をされています。今後、賃貸市場の情報を正確にスピーディーに発信していきます」(森下知樹専務)。

の空間がユーザーに伝わりにくい。私の身長も同時に記載し、空間の広さがユーザーに伝わりやすくなるように配慮しました」と森下専務は話す。これについては他社の方法を参考にしたという。スタッフがシステムキッチンに寝転んだ画像、ロフトで座禅を組んだりした画像が物件

の需要の高さに応え

これらの工夫が奏功し、昨年5月と比較するとレビュー数は1.5倍増加、訪問者数は4倍、ユーザー数は6倍に増加したという。

▶対話形式で説明

