

不動産エージェント 向けセミナー

次世代の住宅営業を目指そう



HOUSE CLOUVER

HOUSECLOUVERの現状

2022年1月 エージェント総数 48人

問い合わせ発生件数 18件

成約件数 3件

ユーザー会員登録数 55人



HOUSECLOUVERの今後

エージェント新規登録見込み：100人

→ プラットフォームとして日本最大級

対ユーザーへの広告投下（予算：月100万円）



HOUSECLOUVERで問い合わせを多く集めるポイント

- 自己紹介文
- 評価
- 表示順序



自己紹介文

- <https://houseclouver.jp/wp-content/uploads/2022/02/プロフィール添削.pdf>

※禁止事項

ホームページなどに誘導する文言を掲載すること

メールアドレスやLINEのIDを掲載すること

どれだけ見られているか

- https://member.houseclouver.jp/cpadmin/account_chat.html

PV数

問合せ数

問合せ率：問合せ数／PV率

PV数が多いのに、問合せ数が少ないのは自己紹介に問題がある可能性が高い

評価が多い方が問い合わせは発生しやすい

- ウィンザー効果：「**第三者が発信した情報は信頼されやすい**」という心理的傾向。
- **当事者からの評価よりも、第三者からの評価のほうが、信頼されやすい**
- 飲食店を探すとき、買い物をする前に通販サイトのレビューを見たり、気になっている映画の感想をSNSで検索したりなど、現代人は日常的に口コミ情報を利用しています。**ウィンザー効果は、人々の行動や意思決定に大きな影響を与えているのです。**
- 評価（指標） ← 評価の数（評価の信頼を高める）
- 3つのタイミング：「①面談済み」「②契約（自社）」「③引き渡し済」
- 多少悪い評価がつくのはしょうがない。それよりも返信メッセージに何を書くか。

表示順位

- 表示順位が高ければ問い合わせが集まりやすい。
- 上位に気になる人がいればそのままと合わせる人が多い

表示順位のロジック

- 成約数、成約率、評価、活発度

成約報告

- ・ 成約報告は各エージェントが行う。支払いは法人管理で

<https://member.houseclouver.jp/agent/>

<https://member.houseclouver.jp/cpadmin/conversion.html>

- ・ 契約のタイミングで行うこと → 事務局から決済日の確認
- ・ 支払いのタイミングは決済時

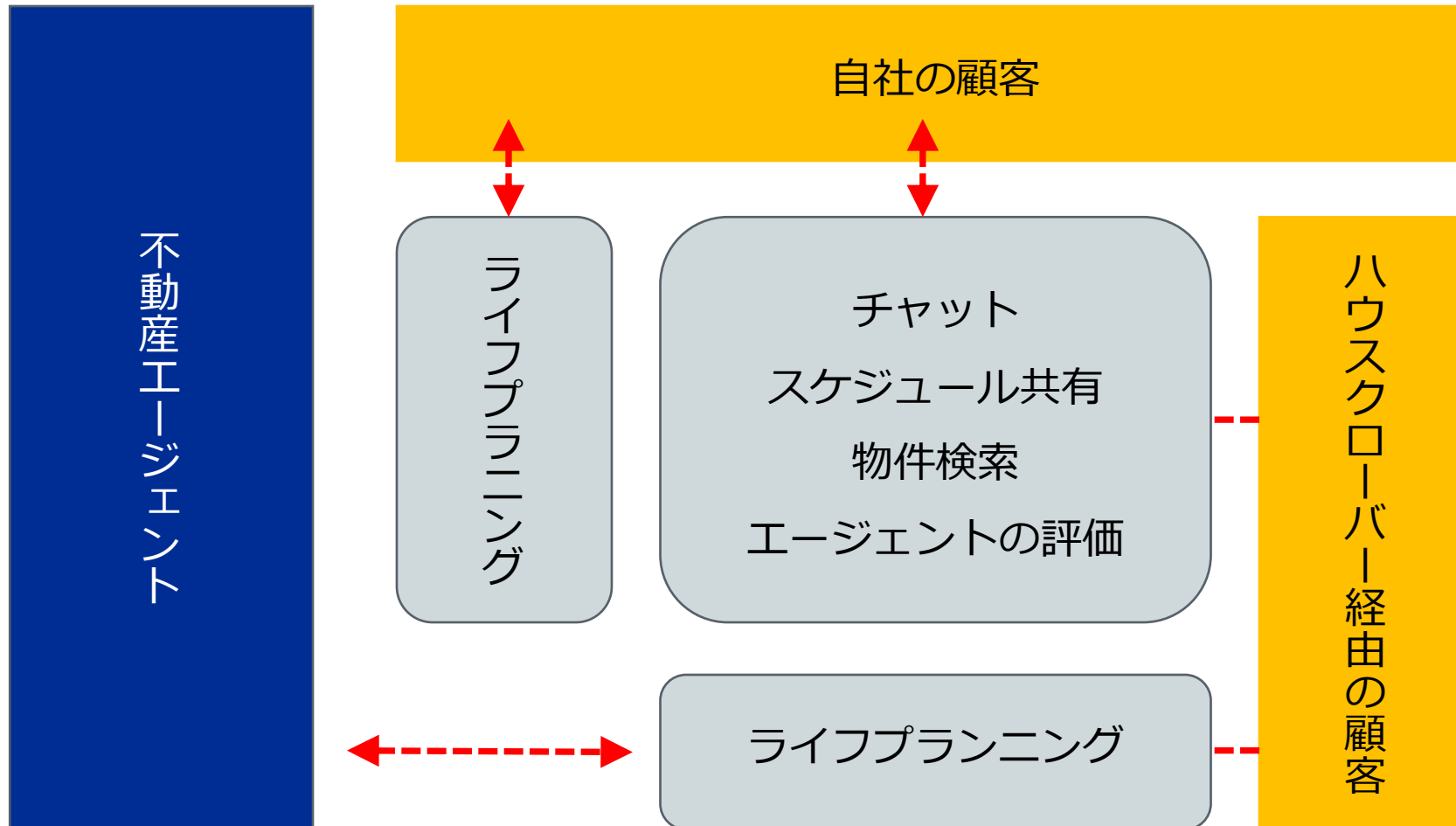
営業活動について

- コンサルティングに注力
- 中古マンションは管理組合の調査は必須
- ハウスクローバーのシステムを活用

仲介不可物件について

コンサルティングのタダ乗り問題

基本機能とオプションの関係性



ライフプランニングオプション

- ユーザーとライフプランニングデータのやりとりが可能に。

<https://youtu.be/VT0i5YLfUPk>

- ユーザーの検索条件にのる

https://member.houseclouver.jp/user/agent.html?_ga=2.105817411.176044776.1644911899-717046083.1636609846

- お金の話ができると成約率が向上する

顧客管理システム

- 自社の顧客にIDとパスワードを発行できる
- 物件自動検索システムやチャット機能を自社のユーザーにも
- 評価機能は**ハウスクローバーに反映される**
- ライフプランニング 機能と合わせると、自社の顧客へのライフプランニングも提供できるようになり、より効果的

オプションの申し込み方

- 法人管理画面から

https://member.houseclouver.jp/cpadmin/account_option.html