

反響対応の重要性について

# 基本的な反響対応の方法や 大切にすべきポイントをご紹介します

# 目次

---

## 1.はじめに

反響元となるメールの種類 ..... P03

## 2.電話反響

念頭に置いておく事 ..... P04

電話反響の話法 ..... P04

大切にすべき4つの事 ..... P08

## 3.メール反響

メール反響対応について ..... P11

意識すべきポイント ..... P12

【例文アリ】文章作成のコツ ..... P13

物件が空いてなかった場合の返信のコツ ..... P20

## 4.おわりに

反響対応の重要性 ..... P21

まとめ ..... P22

免責事項 ..... P23

# 反響元となる広告の種類

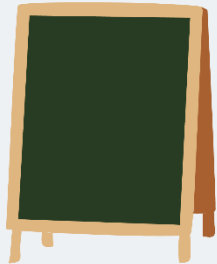
インターネット



店頭広告



看板



TV・ラジオ



その他



# 種類別反響対応について～電話反響～

## 念頭に置いておく事

お客様は、自分の時間と費用をかけてお店に電話をしています。  
ねぎらいの言葉と感謝の気持ちを忘れないように、誠意をもって対応する事が大切です。

## 電話反響の話法

### 1.電話を取る

「お電話ありがとうございます。  
〇〇不動産の〇〇(自分の名前)で  
ございます。」

基本的に3コール以内に電話に出ます。

### 2.問合せ元を確認する

- ・インターネット反響の場合  
「物件名はお分かりでしょうか？」
- ・看板反響の場合  
「どちらの物件看板を  
ご覧いただきましたか？」

### 3.空室状況を確認する

「只今確認致しますので、  
今しばらくお待ちくださいませ。」

# 種類別反響対応について～電話反響～

## 4. 物件が空いている場合

「お待たせいたしました。  
こちらのお部屋はご紹介可能です。  
**今からお越しいただければ  
すぐにご案内もさせていただきます。**

**とても素敵なお部屋**なので、  
是非ご覧いただければと思いますが  
本日のご都合はいかがでしょうか？」

「**本日すぐにでも案内できますよ**」と  
お伝えする事で、お客様の熱がアツいうちに  
来店してもらえる可能性が上がります。

「**とても素敵なお部屋**」という表現を使い  
共感を示す事で、お客様に安心感を  
与える事ができます。

## 5. 物件が空いていない場合

「申し訳ございません。  
そちらは大変人気のお部屋でして、  
既にお申込みが入っております。  
**現在〇〇(問合せ物件の特徴、エリア、  
間取りタイプなど)でお探しでしょうか？**

ご希望に沿っていろいろお探し致します。  
**広告に載っていないお部屋もご紹介  
できますので是非ご来店下さいませ。」**

埋まってしまった場合はすぐに切り返して  
探している物件の簡単な情報を聞き出します。

問合せ物件は埋まってしまいましたが、  
**他にも希望に近い物件はご紹介できる**という  
事をお伝えし、来店に繋げる事が大切です。

# 種類別反響対応について～電話反響～

## 6. 希望条件を伺う

- ・ どのくらいのご予算でお探しですか？
- ・ ご入居されるのは何名様ですか？
- ・ お引越しはいつ頃のご予定ですか？

来店していただいた際に  
他にも物件をご用意できるよう  
必要な情報を事前に確認しておきます。

## 7. 来店への誘導

下記話法を使いながら来店へ誘導します。

「今どちらからお電話いただいていますか？」  
「今からご案内できますが、  
本日お時間ございますでしょうか？」  
「平日のお休みはいつでしょうか？」

今どちらからお電話しているかを確認する事  
で、**本日の来店が可能かどうかを  
確かめる事ができます。**

又、お仕事のお休みを確認しておく事で  
その場で**こちらから来店できそうな日時を  
提案する事が可能**です。

# 種類別反響対応について～電話反響～

## 8.来店日時の設定

下記話法を使いながら来店日時を決めます。

「そちらですと、〇分ぐらいで  
ご来店頂けるかと思しますので、  
**〇時〇分はいかがでしょうか？」**

「土日は大変混み合いますので、  
できれば**平日の午前中にご来店いただいた方が  
ゆっくりお部屋を見ていただけますよ。」**

「次の土曜日の10時はいかがでしょうか？」

今かけている場所から店舗までの時間を見て  
「このぐらいで来店できます」という事を  
具体的にお伝えし、**お客様が納得しやすいよ  
うに時間を提示**します。

「土日は混むからお部屋が埋まる可能性があ  
る」という事を認識していただく事で、平日  
での来店誘導繋げる事もできます。

## 9.お店への誘導

下記話法を使いながら来店日時を決めます。

「お店の場所はお分かりですか？」  
「そちらからですと、〇〇信号を右折(左折)  
していただいて、～～～。  
〇〇の隣になっております。」

「(駅名)〇番出口を出ていただいて、～～～。」  
「電車が着く時間にお迎えに参ります。  
お店のロゴが入った〇色の車で参りますので。」

日時が決まればお店の場所が分かるかの  
確認です。

今いる場所からの具体的な道のりを具体的、  
かつ簡潔に伝える事で、**お客様に信頼感を与  
える事ができます。**

電車でお越しになる場合は、なるべく**お客様  
を駅までお迎えに行く**ようにします。

# 電話反響対応で大切にすべき4つの事

## ①何事においても、お客様へ嘘はつかない

お客様へは必ず、「**正確な内容**」をお伝えする事が大切です。  
お部屋が空いているか？の問い合わせに対し、何も確認せずに「空いています」とお伝えし来店が決まったものの  
いざ実際に確認した際に空いていなかったとなると  
お客様の時間や費用を無駄にしてしまうだけでなく  
**クレームに繋がり、お客様から店舗全体の信用を失ってしまう事**にもなりかねません。

何事においても、**お客様に嘘はつかず、必ず正直に伝える事**を心掛けて下さい。

## ②情報はできるだけ具体的に伝える

物件が空室で内見可能な場合、前持ってお客様に「お部屋の状況」を知っていただく事が大切です。  
例えばクリーニング業者さんがお部屋の中を出入りしていたり  
クリーニング前の状態であるという情報を予めお客様にお伝えする事で、**内見前の心構え**ができます。

これらを伝えておらずにお客様が内見された場合、  
「クリーニング前か、綺麗な状態を見れると思っていた」などとお互いのミスマッチが起きてしまいます。  
**情報はお問合せの段階で、できるだけ具体的にお伝えする事**が重要です。



# 電話反響対応で大切にすべき4つの事

## ③正直に状況を説明する

お客様からのお問合せ物件が、自社取り扱いの物件ではなかった場合すぐに空室状況をお伝えする事が難しくなります。

その場合、管理会社やオーナー様へ空室状況の確認が必要になってきますが、お客様へただ「確認するのでお待ちください」とだけお伝えするのではなく**“どうして確認が必要なのか”の背景や状況**を、できるだけ具体的にお伝えする事が大切です。

例えば、

「うちの情報では空室になっているのですが、他の業者様でもご紹介できる物件なのでもしかすると埋まっているかもしれません。

念のためオーナー様に空室を確認し、すぐに折り返しさせていただきます。」

このようにお伝えする事で、**お客様からの不信感は無くなり安心感や信頼感を与える事にも繋がります。**

# 電話反響対応で大切にすべき4つの事

## ④ ミスマッチを失くし、できるだけ短縮し効率的に動く

例えば、お客様からのお問合せ物件が〔ペット可〕の物件だったとします。

この場合、空きを確認する前に

**「ペットを飼っていらっしゃるんですか？」「猫ちゃんですか？ワンちゃんですか？」**

などの情報も一緒に確認しておく事で、**後の二度手間を失くす事ができます。**

また、問合せ物件が〔猫1匹のみ飼育可〕の物件だとして、お客様が中型犬を飼育していた場合その事前確認を怠ったまま「空いているのですぐに見れます。」とお伝えしてしまうと中型犬は飼育NGのため、お客様の時間や費用、自身の時間にも無駄が発生してしまいます。

このようなミスマッチが起きてしまわないように、

- ・ **事前に確認できる事は確認し、お伝えする**
- ・ **常に先読みして行動する**

これらを常に意識して行動できるようにする事が大切です。

# 種類別反響対応について～メール反響～

## メール反響対応について

対面の接客とは違い、反響対応ではお客様の表情が読めない為、少し対応が難しい部分があります。

- ・なかなか返事が返ってこない
- ・内見の意思はあったのに、そこから日時の返答がない
- ・条件に近い物件を送付したのに反応がない

など、このような事が多く起こります。

ここでは、メールでお客様とやり取りをする際の  
“なるべくお客様から返信をもらいやすい返信のコツ”をご紹介しますので、是非参考に見て下さい。



# メール反響対応業務の意識すべきポイント

ポイント	詳細
頻繁なメールチェック	新着メールの見逃しをしないように、メールチェックは頻繁に行います。
すばやい返信を心掛ける	<p>お客様からの反響問い合わせはすぐに対応します。 返信があまりにも遅いと、直接クレームの電話がきてしまう事もあるので遅くても1時間以内には返信します。</p> <p>定休日で返信が遅くなってしまう場合はその理由を必ずお伝えする事も重要です。</p>
対面に対応しているような文章を心掛ける	「AIから送られている」という文章では、お客様は返信する気がなくなってしまいます。 かしまったAIのような文章にならないよう なるべく自然で、対面に対応しているような文章を心掛けて下さい。
「この物件見たい」と思ってもらえるような情報を提供する	物件をお送りする場合、お客様が気になるような内容を盛り込み、情報を提供します。  例えば女性のお客様であれば、「オートロック付なのでセキュリティ面に優れています。」など具体的で分かりやすく、簡潔な文章を記載します。
来店日時を約束する	反響は必ず来店に繋がります。 反響問合せがあったその日に予約が可能な場合は、「本日〇時ですと空いてますが、ご予約はいかがですか？」などの文章を必ず付けるようにし来店を促す事が大切です。

# 【例文あり】文章作成のコツ

## 内見したくなるような文章を作成する

メール反響では、その日のうちに来店し物件を見るというお客様は、電話反響に比べて少ないです。文章を作成するにあたり、基本的な必要最低限の文章と合わせてお客様が**その物件を実際に見たくなるような情報を取り入れる事**が重要になります。

また、メール反響の問合せは、必ず来店日時を確定させます。空き予定の物件であれば「**〇日に空くので、〇日の〇時以降だったら見れる**」という詳細をお伝えし空き次第すぐに内見どうですか？と来店を促す文章を作成します。



# 【例文あり】文章作成のコツ

## 物件が空いている場合

〇〇様

お問合せいただきありがとうございます。  
〇〇不動産の〇〇(フリガナ)と申します。

お問合せいただきましたお部屋は、  
現状空いており、ご紹介可能となっております。

本日のご案内も可能ですが、ご都合いかがでしょうか？

ご返信お待ちしております。

注意点として、こちらの文章は  
あくまでも**必要最低限の内容が書かれたメール**  
になっています。

次ページからの“文章作成のコツ”を  
是非ご参考にしてみてください。

## 物件が空いていない場合

〇〇様

お問合せいただきありがとうございます。  
〇〇不動産の〇〇(フリガナ)と申します。

お問合せいただきましたお部屋は、  
既にお申込みが入ってしまいました。  
申し訳ございません。

その他にも詳細の条件などお伺いできれば  
おすすめのお部屋をご紹介いたしますので  
・ご希望家賃(管理費含む)  
・ご希望エリア  
・駅徒歩分数  
・こだわり条件(バストイレ別など)  
を教えてくださいませんか？

また、お問合せいただきましたお部屋の類似物件も  
いくつかお送りさせていただきます。

・1件目：〇駅から徒歩〇分、間取1DK  
・2件目：〇駅から徒歩〇分、間取1DK  
こちらもおすすめですので、是非ご検討下さいませ。

ご返信お待ちしております。

# 【例文あり】文章作成のコツ

## はじめの文章

〇〇様

- ① この度は、お問合せいただきありがとうございます。
- ② 〇〇不動産の〇〇(フリガナ)と申します。  
どうぞよろしくお願い致します。

- お問合せいただきましたお部屋は、
- ③ 〇月〇日現在、ご紹介可能でございます。  
とても素敵なので、私も大好きなお部屋です。

是非1日でも早くご覧いただけると幸いです。

## POINT①

季節感を持った挨拶文などは、無理して入れる必要はありません。好印象を持っていただける文章を作れるのなら入れても大丈夫です。

## POINT②

自己紹介の部分では、自分の名前に必ずフリガナを付けるようにし、**しっかりと名前を覚えてもらう**ようにします。

## POINT③

お部屋の空室状況を必ず伝えて下さい。その他にも「**とても素敵な**」「**私も大好きな**」というような表現を使い、「**そのお部屋の価値**」を感じていただけるような文章を加えます。

# 【例文あり】文章作成のコツ

## 物件のアピールポイント

物件は住宅地に立地しており、  
お子さま連れのご家族の皆様にも  
安心して生活していただける地域です。

お買い物も非常に便利で、周辺には  
・〇〇〇(スーパーの名称)まで徒歩約〇分  
・駅前には〇〇〇(スーパーの名称)  
があり、どちらも24時間営業の店舗です。

コンビニも駅からお家に帰るまでの  
途中にございますので、  
お仕事帰りなどに少し立ち寄っていただくのに  
非常に便利です。

## POINT

物件の周辺環境や、  
アピールポイントを手短にお伝えします。

**「この部屋なら見たい」と思ってもらえるような  
文章なら◎**です。

ポイントは、お客様のイメージが湧きやすいように  
**スーパーの名称や徒歩分数、営業時間**なども  
しっかりと記入します。



# 【例文あり】文章作成のコツ

## 広告では確認できない内容

- ① お部屋の中は綺麗にリフォームされている状態です。特に収納とキッチンが人気のお部屋で、LDKも家具の配置次第で幾通りもの使い方ができますので、〇〇様のお好みで使っていただけたと思います。
- ② また、お電話もしくはメールにてご希望の条件を教えてください、ご来店の際他のお部屋も併せてご紹介させていただく事もできます。
  - ・ご希望家賃(管理費含む)
  - ・ご希望エリア
  - ・駅徒歩分数
  - ・こだわり条件(バストイレ別など)
  - ・ご入居人数、ペット飼育可否

## POINT①

広告には載っていない、**分からない情報を記載する**と効果的です。具体的にそのお部屋がどういう状況なのか、どう使えるのかを記入することでお客様もイメージしやすくなります。

## POINT②

当日、他の物件もご紹介できるようにできれば**希望条件も併せて伺います**。これは必ずではありませんが、比較しやすいように類似物件を1~2件送るのも良いです。

# 【例文あり】文章作成のコツ

## 来店誘導

是非一度ご来店いただければと思いますが、  
本日は天気も良く日当たりも見ていただけるので  
ご都合よろしければ本日のご来店はいかがでしょう？  
土日は混み合うので、平日に来店をおすすめします。

本日、平日が難しそうでしたら  
明日の土曜日〇時(朝一の時間)はいかがでしょう？  
午後は大変混み合い、朝一でしたらお待たせせず  
ご案内させていただく事ができるので、  
どうぞご検討下さいませ。

〇〇様のご来店を、社員一同心よりお待ちしております。  
ご返信お待ちしております。

## POINT①

返信が夕方前であれば、本日の来店を誘導します。  
夜間の返信であれば、明日の〇時はいかがですか？と  
誘導して下さい。

**「土日は混むから平日がおすすめ」**  
**「土日なら夕方は混むから朝一がおすすめ」**  
というような店舗状況も添えます。

## POINT②

早い時間の返信であれば、是非本日の来店を  
誘導します。

営業マンの「やる気」がここに表れます。

# 【例文あり】文章作成のコツ

## 署名

株式会社〇〇不動産  
担当：〇〇 〇〇(フリガナ) 責任者：〇〇 〇〇(フリガナ)

住所：〒〇〇〇-〇〇〇〇 東京都〇〇区〇〇〇町1234 〇〇ビル〇階  
TEL：03-1234-5678 FAX：03-1234-5678  
営業時間：〇時~〇時 定休日：〇曜日(祝祭日は除く)  
E-Mail：〇〇〇〇@〇〇〇〇

来店ご予約画面(※あれば)：  
詳しい店舗の地図：

## POINT

署名にはできるだけ、下記①~⑧を記載します。

- ①店舗名
- ②担当者名、責任者名
- ③住所
- ④電話番号、FAX番号
- ⑤営業時間、定休日
- ⑥E-Mail
- ⑦来店予約画面のURL
- ⑧詳しい店舗の地図URL

# 物件が空いてなかった場合の返信のコツ

## 対応方法

- ①希望条件を聞いて提案する。(この時に類似物件もお送りする)  
▶エリアによっては類似物件のご紹介が難しい場合があります。
- ②二番手でのお申込みが可能であれば、その旨をお伝えしつつ、他の物件もご紹介する。  
▶管理会社との関係性によっては「一番手が決まりそうか？」というような踏み込んだところまで確認できる場合もあるので、状況に応じて**臨機応変に対応する**ようにします。

## 返信のコツ

お問合せ物件が埋まっていると、返信が返ってきにくくなってしまいますが希望条件をお伺いしたり類似物件をお送りする中で、P15の文章と同様おすすめポイントを伝えつつ**なるべく返信が返ってきやすいような文章を作成する事**がポイントです。

お客様の**不安要素や決意できない要素を取り除いてあげるイメージ**で、誠意を込めて対応します。

# 反響対応の重要性

## 反響来店は成約率が高い

反響来店は、**成約率が極めて高い**です。

なぜなら、事前にお客様の希望条件が分かっている状態なので、**しっかりと対応準備をする事ができるから**です。空きの確認、鍵の手配、物確などをお客様の**ご来店までにしっかりと準備する事**によってこちらの気持ちにも余裕が生まれ、**自信のある営業を行える**ようになります。

物確の際、内見前に物件の周りを掃除したり、ほうきで掃いたりなどをして**清潔な状態で見てもらえるように準備しておく事**が大切です。

## 反響は収入源

反響は**必ず来店に結びつけます**。

契約を取る為には来店が必要であり、来店に繋がなくては契約は増えません。そうでなければ、**広告費が無駄になる**だけでなく、お客様がお電話やメールをくださった**時間や費用も無駄になってしまいます**。

これを常に念頭に置き、意識ししながら反響対応に取り組む事を心掛けて下さい。



# まとめ

## まとめ①

### 感謝の気持ちを忘れない

反響対応は  
ねぎらいや感謝の気持ちを常に忘れずに、  
誠意を持って対応する。

## まとめ②

### お客様に嘘はつかない

お客様の時間や費用を無駄にしないよう、  
物件の情報は正直に、正確にお伝えする。

## まとめ③

### 時間を大切に効率的に動く

常に行動を先読みし、  
自分やお客様の時間も短縮し  
スムーズに対応する事を常に心がける。

# 免責事項

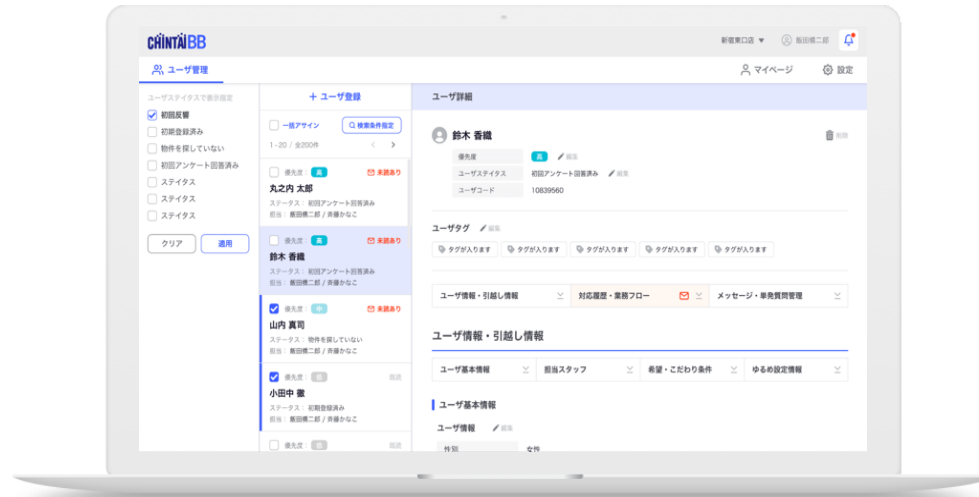
---

## 提供する情報について

- 1.当資料に掲載している情報の正確さについて可能な限り努力をしていますが、その正確性や適切性に問題がある場合、告知なしに情報を変更・削除する場合があります。
- 2.当資料を用いて行う一切の行為・被った損害・損失に対しては一切の責任を負いかねます。あらかじめご了承ください。

# 弊社提供サービスのご紹介 CHINTAI BB/反響管理FA

反響管理FAとは、「顧客管理・反響対応・追客」を  
まとめて効率化するシステムです。



## 顧客管理

- ✔ 顧客の一覧化
- ✔ 希望条件の一覧化
- ✔ メッセージの一元管理

## 反響対応

- ✔ シナリオ別自動返信
- ✔ 希望条件の一覧化
- ✔ メッセージの一元管理

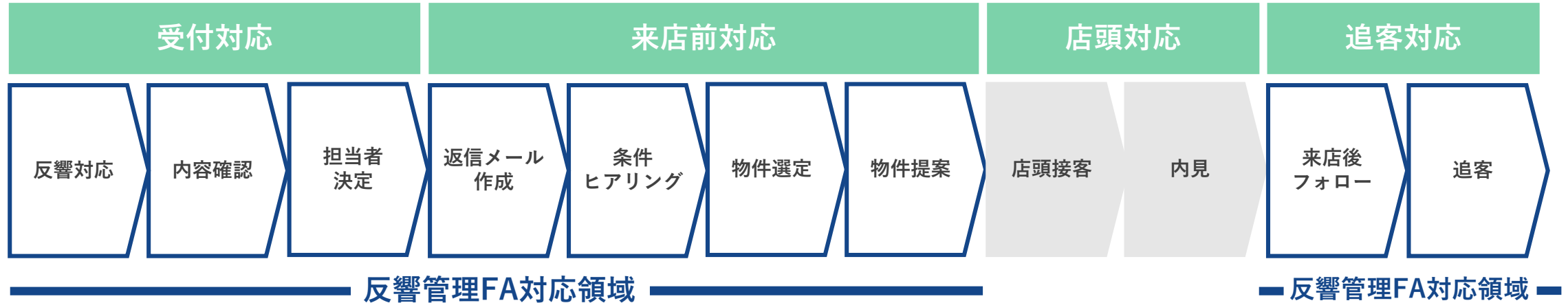
## 追客

- ✔ 自動選定・提案送付
- ✔ 手動による追加提案
- ✔ 主要ポータルサイト掲載の  
物件取込昨日



# 反響対応業務の75%が削減できる

## 反響対応の一般的な流れ



反響対応を  
**約75%削減!!**

※1店舗あたり全スタッフの反響対応時間の推定合計：平均127時間/月（残業時間含めず）

※削減効果は概算であり、効果を保証するものではありません。

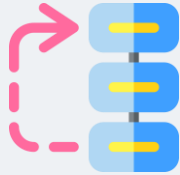
※自動化範囲により、削減効果も変動いたします。

# 代表的な5つの機能



## 柔軟な自動返信を実現

年間10万顧客の対応で学習したシステムが、返信対応をサポート。不動産仲介業務の実態に即した自動回答を可能にしました。



## 対応優先度を可視化

初回問合せ、自動送付アンケートの内容から見込み客の状態を判定。多くの反響の中から、優先すべき見込み客を臥さずアプローチできます。



## 長期追客サポート

希望条件に合う物件を自動で選定・提案するだけでなく、担当者が手動で追客でき顧客志向の提案が可能。主要ポータルサイトの物件も提案できます。



## 反響情報を一元化

顧客との全てのやり取りを集約し、管理します。内見前など外出中でも送信内容や過去の履歴を確認できます。



## 多彩な業務サポート

反響対応業務を効率化するだけではない、多様な便利機能で賃貸仲介業務をトータルサポート。

# 弊社提供サービスのご紹介 ふどサーチ

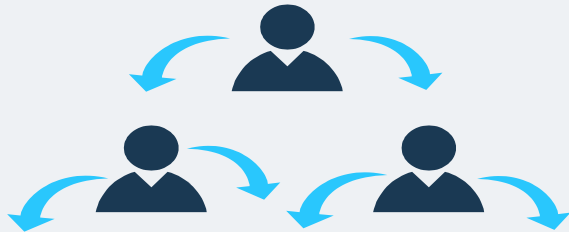
ふどサーチとは、**契約意思の高いお客様**が、  
 ユーザー評価や詳細な店舗・スタッフ紹介から**自分に合うお店を探す**ための、  
 新しいお部屋探しのサービスです。

## ふどサーチ



### 契約したいお店を探す

ユーザーと店舗の双方向からの発信でお店をアピール



### 「良い店舗」をアピール

ユーザーと店舗の双方向からの発信でお店をアピール



### クリーンな情報を提供

第三者機関と連携した適正な情報提供体制



# 導入のメリット

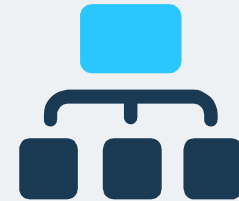
## ユーザー評価



### 契約確度の高いユーザーと繋がることできる

どのお店に任せたいかを軸に問合せが入るので、情報確認などの薄い反響ではなく、契約確度の高い反響を獲得できます。

## 店舗・スタッフ紹介



### 広告出稿の手間や費用の削減が可能

シェアを取るための物件数維持の手間や他社差別化のための、広告オプション費用が不要なので、効率的な集客を実現。



### 多方面からの発信で情報の信用性が高まる

広告では発信しにくかった、接客の質やサービスの良さなどは、ユーザーから伝えてもらうことで、信用度の高いアピールが可能。

# 料金について

初期費用も無料！

	メニュー	フリープラン
料金	掲載費用	0 円/月
機能	店舗情報	○
	クチコミ	○
	Googleマイビジネス クチコミ取込み	○
問合せ 種別	店舗問合せ (メール・電話)	○
	来店予約	○
	一括見積り相談	○
	物件オファー	○
	LINE問合せ	○

# CHINTAI BB/ふどサーチ

## 反響から来店まで、 トータルサポート



ふどサーチ



CHINTAI BB



資料ダウンロード

