

作成の
ポイント



「実際に物件を見たい」お客様の関心は、当然のことですが、問合せた物件そのものにあります。そのため『他にも多数のお部屋がございます』といった定型的なアピールは、「見に行ったら目当ての部屋はもうないのかも!?」「すぐに他の部屋を勧められてしまうのでは?」とお客様を不安にさせ、訪問や返信をためらう結果になってしまいかもかもしれません。こうしたお客様には、色々な部屋を見てみたいお客様とアプローチの方法を変えて常套句を封印、“一件入魂”のメールを作成してみましょう。

件名: ○○ ○○様【 貴社名 】【 最寄駅名 】【 建物名 】お問合せの件

○○ ○○様

他の問合せ内容より、来店率が高い可能性も!?

はじめまして。
私、【 貴社名 】の【 ご担当者名 】と申します。

このたびは、【 サイト名 】より以下の物件にお問合せくださり、誠にありがとうございます。

- お問合せ内容
実際に物件を見たい
- お問合せ物件詳細
建物名: ○○マンション○○○号室
物件種別: 賃貸 マンション
間取り:
面積: ○○.○○m²
所在地: (物件住所) ②
- 最寄駅: ○○駅
- 賃料: ○○万円
- 詳細画面: URL
- 図 面: 添付資料をご覧ください

- 耳より情報(周辺環境・設備・相場など)
- 周辺環境:
- 設備:
- 相場:
- その他:

早速ですが、できるだけ早いタイミングで、お部屋をご覧になってみませんか。
と申しますのも、○○様のお目に留まったことからわかるとおり、
こちらのお部屋は、立地や設備の条件が整っているため、お問合せの大変多い物件となっております。
(ご返事をいただいた際に、既にお申込みが入って契約となっている可能性もございます。)

ご参考までに、ご来店の日を挙げさせていただきます。
○○様のご都合のよろしい日時をお知らせくだされば、私○○が責任を持ってご案内いたします。
候補日以外でももちろん対応いたしますので、まずはご連絡をいただけますでしょうか。

■内覧可能な日程の候補日 ※こちら以外にも調整は可能でございますので、ご参考までに。

- ① ○月 ○日(○) ○時～ ○時
- ② ○月 ○日(○) ○時～ ○時
- ③ ○月 ○日(○) ○時～ ○時

当社での簡単なご説明の後、徒歩にてお部屋へ向かい、内覧時間を10分とした場合
内覧にかかる所要時間は、少なく見積もって約30～40分ほどかと存じます。
※ご希望であればお車でご案内することも可能ですが、周辺環境確認のためにも徒歩をお勧めいたします。

内覧後は、そのままお帰りいただいても構いませんので、
駅までの道のりや近隣のお店のチェックなどされてはいかがでしょうか。
(私○○のオススメのお店も、よろしければご紹介いたします!)

○○様からのご返事を心よりお待ちしております。

- 会 社 名:
- 担 当:
- 住 所:
- 当社へのアクセス:
- T E L :
- F A X :
- メールアドレス:
- 営業時間:
- 定 休 日:
- 当社ホームページ: URL

※【】内は貴社の情報に差し替えてください。

ポイント①: 内容を貼り付ける

反響メールの内容を貼り付けます。
お客様が複数お問合せを入れている場合、
問合せ内容を再確認していただくためにも
提示するとよいでしょう。

ポイント②: 所在地の「番地」の有無

加盟店様向けの反響メールには住所詳細
が載るため、回答メールにそのままコピー &
ペーストをすると、表示された番地から物件
を特定したお客様が、連絡なしにご自身で
物件を見に行かれてしまうことも!?
差し障りがあるようでしたら、番地は忘れず
に削除しましょう。

ポイント③: 日時の指定を具体的に

宅配便の時間指定を参考に2時間区切り
程度で具体的に記入しましょう。
例: 9月8日(日) 13:00～15:00

ポイント④: ご案内は徒歩? 車?

貴店から物件までの距離によって、車必
須の場合は表現を変更します。

ポイント⑤: お客様の不安を取り除く

特に、内覧が初めて! というお客様は不安
がいっぱい。所要時間やその後の予定も事
前にふれておき、全体像をつかめるようにす
ることで「しつこくされたらどうしよう」「断れな
い雰囲気なのかな」といった心配を取り除く
ことができるでしょう。