

中には、人手不足を補うために積極的な宣伝活動を行っている業者もある。しかし、まともな成果を得られているのは、ごく一部だ。そもそも、インターネット検索と運動してリストティング広告は価格が高い、費用対効果が著しく低下しているため、中小企業は手に出しにくい。だからといって、費用の安いものを片端から試すのは、「金をドブに捨てる」結果になるだけだ。

不動産業者が抱える悩みをまとめて解決する 売却査定サイト

コストと人手をかけずに
不動産所有者の集客が可能



▲「リビンマッチ」なら一度に最大6社に査定依頼が可能

かも、査定依頼を受けてから90日以内の成約率は44%と非常に高い。10万円分のチラシをまいても反響が1件あるかないかといわれる昨今、こなだけ費用対効果の高い広告です。アーティアは、おいそれとは見られないだろう。成約に至らなかつたとしても、不動産賃貸業をもつ優良顧客との接点ができるところを考えれば、十分な価値があるのではないか。

また、取り引きの進捗具合やマーケティング、追客、ユ

株式公開で信頼性を強化
今後は、ユーザーに対して十分な数の査定を提供できていない地域を中心に、加盟店の募集を積極化させる。目標額は、今の倍にあたる5000社だ。一方で、加盟店のサポートも強化。これまで営業スタッフが兼務していたフォローアップを切り離し、5月に合計10名で構成される専門のチームを設置した。運営会社であるリビン・テクノロジーズは、6月28日に東証マザーズで株式を公開、いくつかる(括弧)で唯一の上場企業となつた。信頼度においても、頭抜けたといえるだろう。

人手不足が高騰する効率化の影響で極度の人手不足に悩む不動産業界は今、少子高齢化の影響で、その顕著なイメージが根強く残る不動産業界は、それが顕著だ。実際、優秀な人材の確保がままならず、少人数での営業を強化している不動産会社は少なくない。

• 独家文章 •

あるといわれるボスティンケンや折り込みチラシも、問い合わせが来るかどうかは、実際にやつてみないと分からない。もしかしたら、まったく反響

間訪問数を誇る。

「リビングマッチ」は、利用登録 자체には一切費用がかかるない。掲載料金が発生するのは、一部の有料機能を使う場合を除けば、不動産所有者から査

(地域により異なる)と非常に低額だ。反響の有無にかかわらず料金が発生する他の広告メディアのように、利用するだけで不動産業者の負担になりかねない。

者にとては、最適な組み合
だといえるだろう。加盟店の
中には、「リビンマッチ」から
の集客だけで、安定的な売り上
げにつなげている不動産業
者もいる。

「少人数でやっているので、集客活動に人手を割く余裕がない…」「広告にいくらお金をかけても反響がない。費用対効果の高い広告媒体はないだろうか…」等々、不動産業務にはさまざまな悩みが付きまと。これらをまとめて解決できるというのが、リビン・テクノロジーズ(東京都中央区)が提供する不動産査定比較サイトを軸としたWebサービス「リビンマッチ」だ。

がないかもしない

業者数は、昨年9月時点でも全

**料金は査定依頼件につき
わずか1万円前後**

は最大6社まで。ユーバーは手間暇をかけずに相見積りができる、不動産業者にとっては反響獲得サービスとして、多くのメディアに取り上げられて いる。

A professional portrait of Taro Kawachi, a middle-aged man with short dark hair and glasses, wearing a dark suit and tie. He is standing in an office environment with desks and papers visible in the background. He has his arms crossed and is looking directly at the camera with a slight smile.

リビン・テクノロジーズ株式会社
川合 大無 社長