

Agentlyの新しい価値 1

合うエージェントを 比較して、選ぶ

大事な資産となる家を購入するためのパートナーを、
自分の意思で選べる時代に。

これまで

“担当エージェント”を カスタマーは選べない

日本の住宅購入のほとんどのケースでは現在、担当するエージェントをカスタマーが能動的に選ぶことができません。多くはポータルサイトやセミナーなどをきっかけに業者に問い合わせをし、業者側が担当するエージェントを割り当てる方式です。

一方で、住宅購入検討者・購入者へのインタビューによると「家探しの満足度には、エージェントへの満足度が大きくかかわっている」と答える人がほとんどでした。

「エージェントを選ぶ」という選択肢がないために、担当になったエージェントに不満や不安を抱えながら契約を進めてしまうケースや、そもそも担当エージェントとのミスマッチが原因でよい物件にめぐり逢えず、探し続けてしまうカスタマーが生まれています。

これから

誰と探すかを、 自分で選べる家探しへ。

Agentlyを利用することにより、住まいの希望条件を入れて待つだけで、自分にぴったりの物件提案を複数のエージェントから受け取れます。カスタマーは、その中からよい提案をくれたエージェントや、スキルや経験が合うエージェントを選び、安心して家探しをスタートできます。

希望通りの物件提案をしてくれるエージェントはもちろん、まだ広告に載ってもない未公開物件情報をもったエージェント、リノベーションの知識があるエージェント、相続に熟達したエージェントなど、入力した希望条件にあわせた提案を多様なスキル・経験・所属会社のエージェントから受けられるようになります。

優秀な個人エージェントを取材いただくことが可能です。

外国語対応や資産形成、相続などの専門知識を兼ね備え、Agentlyを活用して効率的に営業しているハイスキルのエージェントを取材いただけます。
詳しくは info@terass.com 広報担当：鈴木までご連絡ください。

未公開物件を 知る権利を、全員に

限られた人しか知り得なかった
“未公開物件”が、すべての人にとってのチャンスに。

これまで

取引の約30%は 未公開物件※

今後拡大していく中古不動産市場において、大きな課題となっているのが情報の透明性です。2020年の不動産市場において、未だに「未公開物件」というものが存在します。

仲介会社は物件の売却を依頼された場合、自ら買い手を見つけることで、仲介手数料を売り手・買い手の両者からもらう「両手取引」をしたいと考えます。そのため、物件情報の公開義務がない（不動産業者間ネットワーク＝レイズに掲載する義務がない）最初の5日間で、できるだけ内々に買い手をみつけようとするために、未公開物件はうまれます。正確なデータは未だとられていませんが、弊社のヒアリングでは、東京都内においては取引の30%程度が未公開物件の取引となっているのではと考えています。

※複数の不動産仲介会社へのヒアリングより

これから

すべての顧客に、 よい物件に出会う機会を。

未公開物件と出会うためには、複数のエージェントとやり取りをして、売り物件の情報をいち早く入手する必要があります。しかし、どの不動産会社・エージェントがどのような売り物件を預かるかは予想が困難です。さらには、複数のエージェントとやりとりをするには、複数社に個人情報を開示し、継続的に連絡をとり続ける必要があります。

そういった、なるべく網を広げて複数の情報源から物件情報を入手し、よい物件を選びたいという方に最適なのが、Agentlyです。購入検討者の希望を複数のエージェントに匿名状態で公開することで、公開物件はもちろん、ポータルサイトに載る前の未公開物件の速報まで、あらゆるエージェントがもつ物件情報が、顧客に集まってきます。

購入確度の高い顧客と、希少な物件情報を有するエージェントのマッチングを行うことで、より多くの顧客に、本来クローズドであった情報がいきわたる世界を実現します。

見込みの高い顧客に、 質の高い提案を

問い合わせ待ちから、自分で顧客を見つける集客活動へ。
エージェントの価値が、“量”から“質”へ変わります。

これまで

日本の業界生産性は 先進国で最下位

近年の日本では、2017年にレインズ計測史上で初めて中古マンションの契約戸数が新築マンションの発売戸数を上回るなど、中古の取引数が増大していく動きが出ています。その流れの中で、中古売買におけるエージェントの生産性の向上・多様な人材の活用は急務ともいえるでしょう。しかしながら、未だ不動産業界の生産性は低く、アメリカと比較すると1/4程度といわれています。※

日本の不動産業界の生産性を下げている要因のひとつは、ポータルサイトへの広告掲載やチラシ配布などターゲティングのしにくいメディアに依存した集客手法です。エージェントは集客活動に必要な以上の時間をとられ、純粋な接客や提案の時間を圧迫しています。また、ミスマッチのある顧客でも問い合わせがあれば対応しなければならない現状は、エージェントと家探しをする顧客の両者にとって不利益が大きいと考えます。

これから

オンラインで顧客をみつける プッシュ型営業で効率化

エージェントは、Agentlyを通してカスタマーを見つけ、オンラインで個別にアプローチを行うことが可能になります。

これまでの“広告出稿から問い合わせを待ち、追客する”という非効率な営業スタイルから脱却できるうえ、自分のスキルやスタイル、得意エリアに合うカスタマーに絞ることで、成約確率の高い営業活動を、効率よく続けられます。

また、集客やマッチングのハードルが非常に低くなるため、例えば育児をしながら個人エージェントとして週に1回、自分の住む街で探している人だけを接客する、などフレキシブルな働き方も可能となるでしょう。

スキルや経験が豊富で提案力の高いエージェントほど、成果をあげやすく効率化されていくシステムであるため、Agentlyには常に有能なエージェントが集まります。

※業界生産性

THE FUTURE OF JAPAN: REIGNITING PRODUCTIVITY AND GROWTH (McKinsey&Company, 2015)