

編集
後期

戸塚のいろいろな顔

最近私も月に数回チラシを撒きに行っています。主に駅から遠い団地に行くのですが、環境が明るく、きれいに手入れされている所が多く、とても心地良いです。またご近所同士で敷地内で談笑している場面もよく見かけ、チラシを撒いている私にも「お疲れさまー」と声をかけてくれたりします。駅近の新しいマンションと駅から離れた団地、それぞれの良さがあり、戸塚にはいろいろな良い場所があるんだなあと再確認しました。



ただいま原宿、俣野、深谷方面でチラシ撒きをしてくださる方募集中です。詳しいエリア、枚数、金額など一度お気軽にお問合せください。

◆ ニュースター発行の目的とは ◆

私達は大好きな戸塚区だけを専門にすることで、一人一人の細やかな要望に合った不動産売買のお手伝いをしています。そんな中で、お客さんの不安や心配などの相談を多く受けています。人生で何度も無い不動産の取引。そんな取引を始める前に、少しでも不安が無くなり、知らず知らずのうちに判断基準が身につくような方法はないか？と考えたのがこの『住み替え通信』でした。戸塚区内の誰にも不動産売買で後悔や失敗をさせない。それがこの『住み替え通信』の最終目的です。



遠慮は禁物よ 不動産売買のことなんでも電話相談



私が相談に応じます！

不動産の購入・売却・住み替えにまつわるちょっとした疑問や専門家に聞いてみたい相談がある方。そんな方のための電話相談です。『不動産会社に行って相談するのはちょっと・・・』という方こそご利用ください！



戸塚区内の不動産売却専門



(社)全日本不動産協会会員 神奈川県知事免許(1)第26744号
(株)エントリー 横浜市戸塚区戸塚町120番 旭ビル301号

お問い合わせは今すぐ！
Eメール・FAXは24時間受付中！！
☎045-489-7272
home@1totsuka.jp 9:00~18:00
FAX:045-489-7273 水曜定休
>>戸塚区の物件が全部見れる!! 戸塚区物件サーチ
戸塚区不動産センター
www.1totsuka.jp/

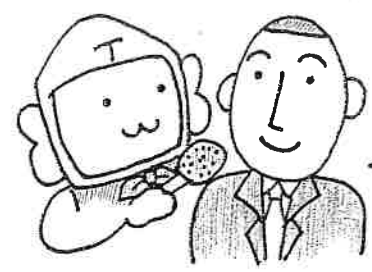
戸塚区売却実績レポート

<2017年 5月の状況> <先月比>

売れた土地	17件	-3
売れた新築戸建	28件	+4
売れた中古戸建	28件	+1
売れたマンション	61件	-5

※当社で戸塚区の物件をお探しのお客様※

土地をお探しのお客様	60組	-1
一戸建をお探しのお客様	101組	-4
マンションをお探しのお客様	121組	±0



例年並みで落ち着いた動きでした。夏休みの引越し希望の方がそろそろ動き始める時期です。

今回はマンション購入のお手伝いをさせていただいた匿名希望様からお声をいただきました。

- Qなぜ数ある不動産会社の中から当社をご利用いただいたのですか？
- A、消去法的に
1、賃貸仲介のいわゆる町の不動産屋さんではちょっと頼りなさそうだった
2、大手不動産会社では老朽団地の売却には積極的ではなさそうだった
- Q当社に対しての感想をお聞かせください
- A、結果として、正しい判断でした。テキパキと少しの無駄もなく処理して頂いて感謝しています。

匿名希望様、ありがとうございました。率直なご意見、とても参考になりました。当社を選んでくれるお客様は今回の匿名希望さんと同じような心境で選んでくれる人が多いんじゃないかと改めて思いました。期待以上の成果を感じてもらえるようにこれからも頑張りたいです。



住み替え通信

第61号



プロフィール
老舗不動産会社の長男として誕生。大学時代に開業学院大学ラグビー部に所属。レギュラーとして活躍し、大学日本一を達成。卒業後、大手不動産会社に勤務。現在は茶碗めく家を買う人、売る人が安心できるように情報を提供していくことをモットーに、日々サポートに励んでいる。実績が評価され、講演依頼や各種マスコミにも取り上げられる。FMラジオでのパーソナリティ、地元タウン誌「タウンニュース」において不動産のコラムも連載している。





売却講座⑥1

『不動産会社の見極め方 (チラシ編)』

住まいを売却するとき、一番大切なのは業者選びです。いくら良い物件でも、パートナーである不動産会社の選別で間違ってしまうと、売れるものも売れなくなります。

そこで今回から不動産会社の見極め方のコツをお知らせします

1回目は『チラシ編』

毎週土曜日の新聞折込広告。不動産チラシが大量にあります。どれもが物件の広告ですが、特徴のあるチラシはありますか？特にあなたの目に触れ、印象に残るようなチラシはありましたか？

一度、そういう目でチラシをご覧になってみてください

どれもほぼ同じではないでしょうか？会社名の箇所を他の会社に変えても何も変わらないような特徴のないチラシばかりです

物件の写真、価格、間取り、概要が基本情報でセールスポイントも、ありがちな『日当良好』とか『築浅』とかではありませんか？

不動産業界は周りの業界に比べ、驚くほどマーケティングが遅れています。数千万円のもの売ろうとしているのに、あまりにも売り方に工夫がありません。チラシを例にとっても、数十年前と何ら変化していません

しかし、まれにチラシの内容を工夫している会社もあります。見せ方やタイトルの付け方。全体の構成が他と違うチラシがあったらぜひ大切に保管しておいてください

そんな工夫をしている会社こそがあなたの住まいの価値を最大限に伝えてくれる会社です



高島修一の つまみわけ気分 Vol.61

『わかりません』って 言えることは大事

お客様の質問にもいくつかの種類があります。

1. すぐに答えられる事
2. すぐはわからないけど調べればわかること
3. 調べても考えてもわからないこと

1と2は専門家ならば当然、きちんと回答すればいいだけのことですが、3番のようなわからないことでも、答えてしまう営業マンが多いなあと感じます。例えば...

『これから土地は値上がりするんですかね？』 (この質問は実際多いです)

これは3番目の質問です。わかるはずありません。こういう質問に簡単に答えてしまう営業マンは、プロとして質問に答えられないのは恥ずかしい取引してもらうために都合の良い回答をしておこうこのどちらかの心境だと思います。プロだったら、わからないと言う事を認めて、それでもお客さんが納得できる判断材料を提供するというのが正しい姿勢じゃないかと思えます。わかった風な知ったかぶりをしてしまう気持ちもわからないでもないですが、それは、わかりません。こういう小さなほころびが大きな問題になってしまうこともあります。そうならないためにも『わかりません』と言える率直さを忘れないようにしたいです。

つかずの 戸塚区 探検レポート

原宿でソルビンを食べる

我が家では、GW中家族で出かけられる日は1日だけでした。その貴重な1日に、中学2年生の娘が食べたいと熱望した原宿の『ソルビン』を食べに行きました。韓国のかき氷で、今インスタグラムなどで話題のスイーツです。ソルビンの店内に入れるまで2時間並び、注文してからかなり長く待たされ、やっと『ソルビン』なる物が登場しました。一言でいえば、具沢山のかき氷。私はマンゴーチーズケーキソルビンにしたので、マンゴーと角切りチーズケーキと、ふわふわの氷とアイスです。かなり大きく、半分ぐらいで体が冷え切り、全部食べ終わる頃には内臓が冷え切り体の内側から震えが止まりませんでした。体からの危険信号を感じつつ、くじけ始めた長女のソルビンも助け、なんとか全員完食しました。もちろん、おいしかったのですが、話題になる写真写りの見栄えサイズよりも、半分ぐらいの大きさで半分ぐらいの価格が嬉しいですね。かき氷で頭がキンキンは痛くならなかった自分に少しホッとしつつ、その後体温を上げるために混雑している原宿に繰り出しました。