

編集
後期

登録制スタッフの募集中

当社は不動産事業以外にも便利屋事業を行っています
その便利屋事業『戸塚区くらし助ける便利屋』の
登録制スタッフを募集しています。

空いている時間を有効に使って、喜ばれる仕事をしてみませんか？
時給は1500円～。

仕事が発生した時にお声をかけて、時間や仕事内容がマッチしたら、
働いてもらう登録制スタッフ

そういう働き方が合っている方は随時面接受付中です
詳細や質問などお気軽にご連絡ください

◆ ニュースレ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？と考えたのち、思いついたのがこの『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。



不動産売買のことなんでも電話相談

『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!!



戸塚区探検日記

私が相談に応じます!

オンラインでも
ご相談受付中!



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 火・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/



戸塚区不動産センター

(社)全日本不動産協会会員 神奈川県知事免許(第)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

戸塚区売却実況レポート

<2021年 9月の状況> <先月比>

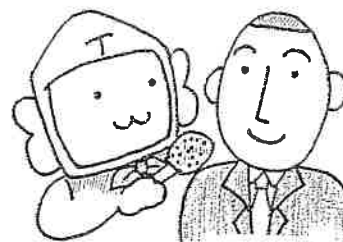
売れた土地	15件	+1
売れた新築戸建	18件	+3
売れた中古戸建	12件	-1
売れたマンション	31件	±0

※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 ... 53組

一戸建をお探しのお客様 ... 120組

○ マンションをお探しのお客様...146組 ○



コロナの影響が続いています
中古物件と土地の売り物件が
特に少なく、売り時では
あります

《不用品処分》

家を売るときに多くの方の悩みのタネが『不用品の処分・片付け』
戸塚区くらし助ける便利屋でも一番多いご依頼内容
まずは現地を見せてもらい、処分する荷物全体のボリュームや品目
から見積額を提示し、片付け処分の作業を行うという流れ

ここまでは他の片付け業者さんと変わりませんが
当社では価値のあるもの、売れそうなものはきちんと
評価をし、現金化したり、片付け費用から
相殺したりします
「使ってくれる人がいてくれたら・・・」
「全部捨てちゃうのは悲しい」
そんなお客様がとて多いことから
生まれたサービスです

荷物も減って作業費用も安くなるし、
価値あるものは売れるし
なによりも大事なのが、売主さんの
『気持ち』
ご両親や身内の方が大切に
使っていたもの。それをただ
全部捨ててしまうのか
悲しい
その気持ちに寄り添い
続けていきたいです

便利屋サービス奮闘記

住み替え通信

第113号



.....スロフィール.....
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。
現在は年々めまぐるしく
変わる人・売主が安心でき
るよう情報提供してい
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⑪③

『不動産会社の販売活動』

売却を依頼した不動産会社はどんな風にしてあなたのお家を売ってくれるのでしょうか？

一般的なのは新聞折り込みチラシやポスティングのチラシなどの紙媒体
それと、スーモやホームズ、ヤフー不動産などのインターネット上のポータルサイト

若い世代の人の新聞離れなどが顕著ですから
現在では紙のチラシよりもインターネット広告の方が
圧倒的に反響が高い現状で
先日当社でも過去の広告媒体からの成約率などを計測してみましたが
想像以上にチラシ等の紙媒体の成約率が少なかったのに驚きました

チラシとインターネット広告。
この辺が一般的な広告媒体で、皆さんもよく知っている販売活動だと思います

でも実はそれ以外にも不動産会社は色々な販売活動をしていますし
そしてそれらが販売力の差を生むところなのです

例えば、自社の購入見込顧客への紹介活動
以前から購入の相談に乗っていて、物件探しのサポートを継続中のお客さんに
物件を紹介する活動はやはりインターネット広告やチラシ等に比べて
反響が高くなります

それ以外にも、物件周辺の方へのあいさつ回りや看板
業者間通しの情報網を利用した情報伝達活動などなど
物件の特性や売主さんの状況に合わせていろいろな活動を行います

チラシやインターネット広告は逆を言えばどの会社も行っていますが
それ以外の活動は各社様々です
不動産会社を選ぶときにはこの辺のことを聞いてみると
その会社の特徴がでますのでオススメです

高島 陽一の
つぶやき
Vol.113

史跡ガイド養成講座

ここ半年、『戸塚区探検日記』や『勝手にトツカ遺産』など戸塚区の街活動を積極的に行っていますが、その活動の中で知れば知るほど、もっと知りたいことや興味が増えてきています

そんな時に【戸塚見知楽会】という戸塚の歴史や史跡ガイドなどを行っている団体をみつけ『史跡ガイド養成講座』が開催されるということ。そこに参加することにしました戸塚区の専門家として皆様に魅力がもっと伝えられるようになったらいいなと思います



先日友人と話をしている中で、話題は「親のなれそめ」
聞くとその友人のご両親は、
新興住宅地の一軒家に引越してきたお隣さん同志で、
苗字も一緒、偶然にも誕生日も一緒の年頃の男女がおり、結ばれて結婚。
「そんなことある??」と言いたくなるようなご縁でびっくりしました。
もし、この状況がそろっていたとしても、
お互い恋に落ちる可能性は高くはないはず。
結婚し、「隣の家」=「実家」
喧嘩をして「実家に帰らせていただきます!」と啖呵を切っても
隣の家に移るだけ...なんだかかわいいですね
どのお家に住むか、という事はものすごい可能性を秘めているんだなと
改めて感じたエピソードでした