

起業間もない新築住宅建設会社のマーケティング戦略

株式会社セイカホーム (熊本県)

新築住宅建築会社

1. 相談のきっかけ

- ・創業から今日まで、知人や、知人の紹介で受注を獲得してきた。
- ・会社としての集客の仕組みを作るため、ミニコミ誌への広告を展開したが反応が無い。
- ・自力で新規顧客獲得を行いたい。

2. 課題整理・分析

- ・単なる、新築住宅、ローコスト住宅という切り口では、いかに広告展開を行っても成果に結びつけるのは厳しい。
- ・今回の集客テーマは「年収200万円台でも住宅ローンが利用できる」という、比較的低所得層でも住宅ローンが利用でき、さらに頭金なし、今払っている家賃そのままという切り口で無料相談会、完成現場見学会への誘導を行う。

3. 解決策の提案

- (1) WEBコンテンツの強化策
 - (2) ミニコミ誌広告構成
 - (3) WEB広告活用
- という方法を提案



4. 成果

- ・提案した解決策に基づき、即時に改善を行った結果、資料請求4件、電話問合せ4件、受注1件を獲得に成功。さらに3件は商談中であり受注可能性が高い状況である。
- ・継続した広告+WEB展開の獲得件数も減ることが無く、集客の仕組みとして機能している。