

S N S × W E B 広 告 × H P

～集客における三種の神器 トリプルメディアとは？～

新大陸

—集客のプロチームをあなたの社外マーケティング部に—

Shintairiku.Co.,Ltd
<https://shintairiku.net/>



株式会社 新大陸 コンサルティング営業 兼 ディレクター

藤原 拓未 TAKUMI FUJIWARA

大阪府枚方市生まれ。立命館大学卒。

新大陸大阪オフィスに所属し、コンサルティング営業として、
地域ビルダーの課題解決を提案。

また、ディレクターとしても顧客の担当としてWEB施策を運用している。
SNSを始めとするトレンドを分析する力においては社内からも定評があり、
独自の知見を基に日々のディレクションを行うことで、成果を創出している。



1.現代のマーケティング

2.トリプルメディアの重要性

3.成功事例

4.失敗事例

5.新大陸の詳細

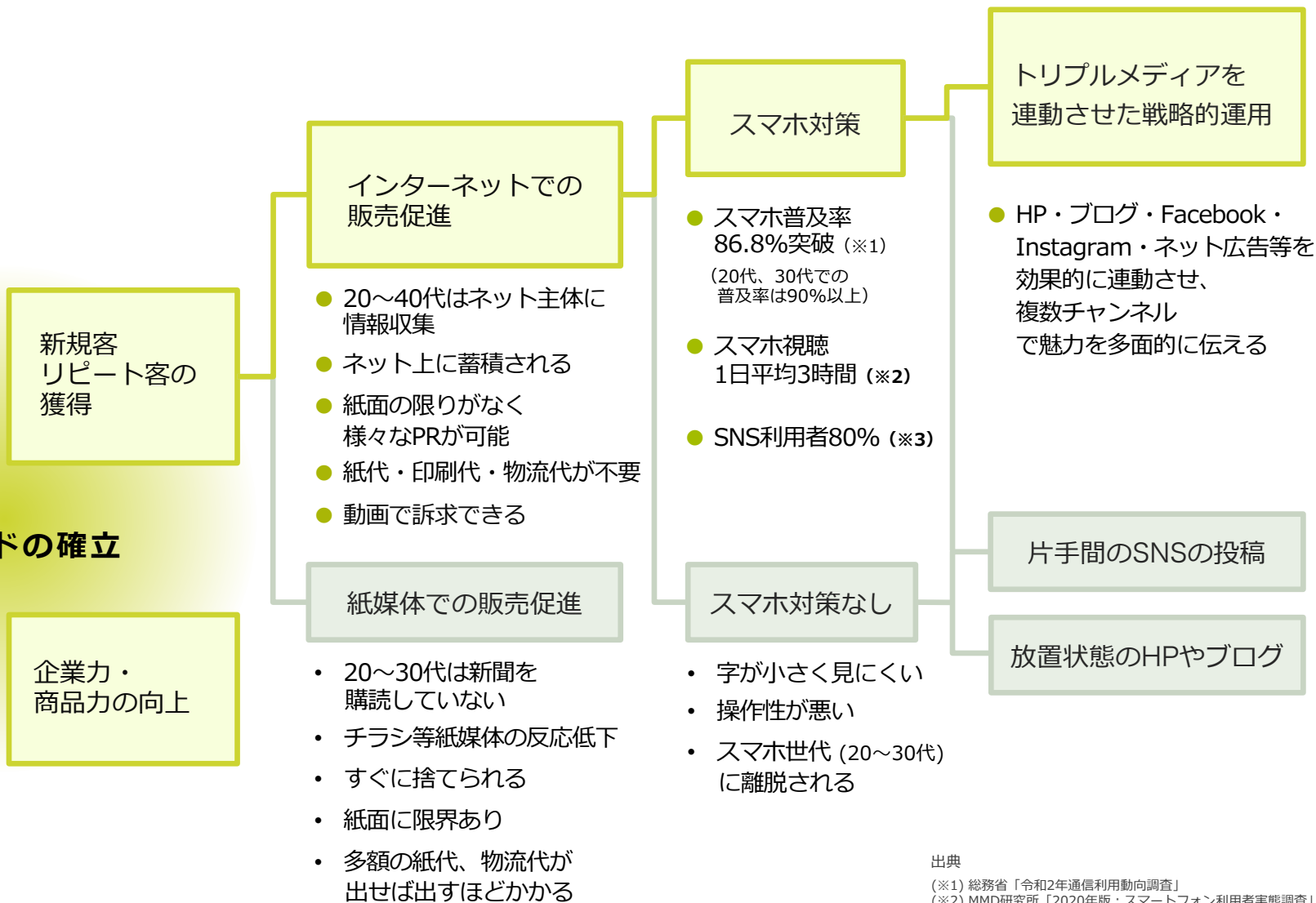
1

現代のマーケティング



業績を上げるためにやるべきマーケティングとは

業績アップ 企業ブランドの確立



出典

(※1) 総務省「令和2年通信利用動向調査」

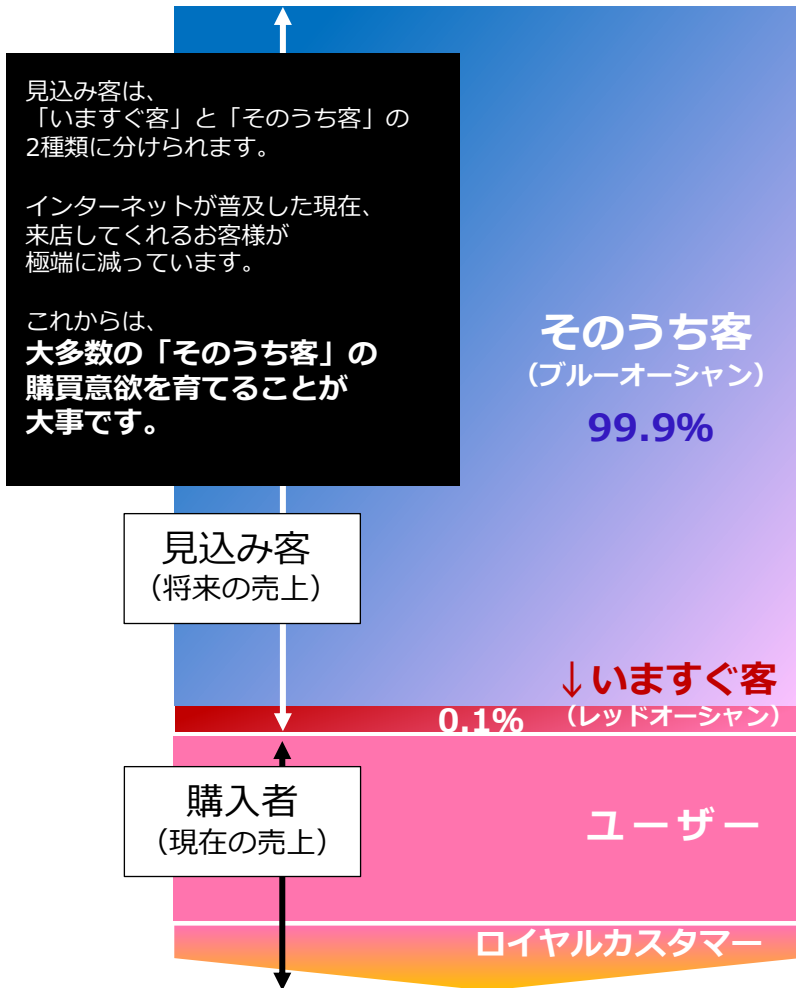
(※2) MMD研究所「2020年版：スマートフォン利用者実態調査」

(※3) ICT総研「2020年度 SNS利用動向に関する調査」

お客様の購買行動が変わった！【来店せずにWeb上で決める】

スマートフォンの出現で、購買行動は大きく変わりました。気になる商品があれば、お店に行く前に検索・比較・検討をネットで行うようになったのです。つまり、購買意欲が高まらない限り、行動には移しません。今は、Web上でお客様に営業することが必要なのです。

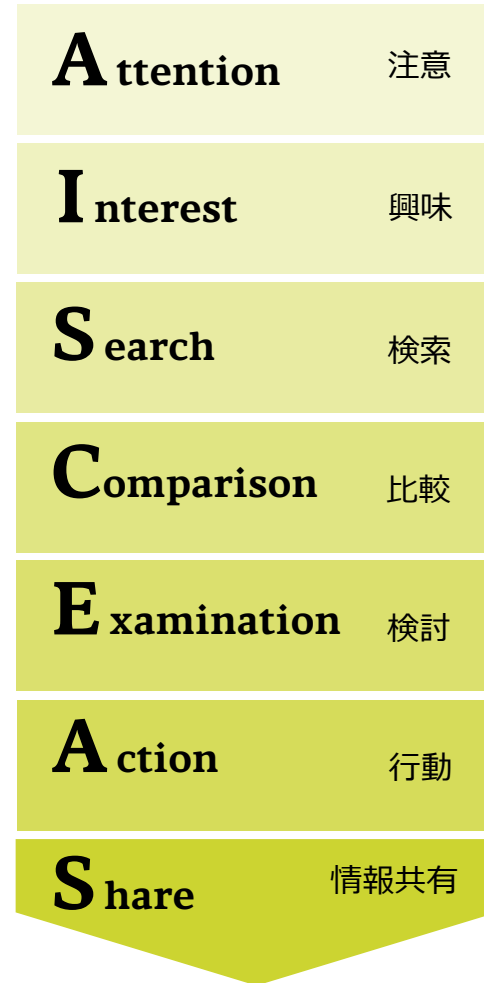
「そのうち客」を育成するマーケティング



Webでの行動

ようやく問合せ

新しい購買行動



かつての購買行動



Web上で見込み客の育成が必須！

Web集客において重要なことは、
見込み客の育成（ナーチャリング）です。

実際の消費者購買プロセス（AISCEAS）の各フェーズは決して等間隔ではありません。特に検索、他社との比較、本当に家を買うかどうかの検討フェーズはその他のフェーズと比べると長くなります。

顧客理解を深め、消費者購買プロセスの各フェーズに合ったコンテンツ（情報の中身）の蓄積や施策が必要になってきます。

消費者購買プロセスモデル [AISCEAS] ※イメージ



どんなスタッフが
対応してくれるんだろう。

他にもっといい
会社はないかな？



本当にこの会社で
家を買って
大丈夫だろうか？

アフターフォローは
しっかりしている？

2

トリプルメディアの 重要性



集客の流れが変わった！【時代は紙媒体→Web媒体→トリプルメディアへ】

3つのメディアを複合的かつ戦略的に運用することが必要になっています。



OWNED MEDIA (オウンドメディア)

アクセスしてきた見込み客に対して、深いコミュニケーションを施し、購買意欲を高めて顧客に育成する。ロイヤルティを強化する。



HP
blog



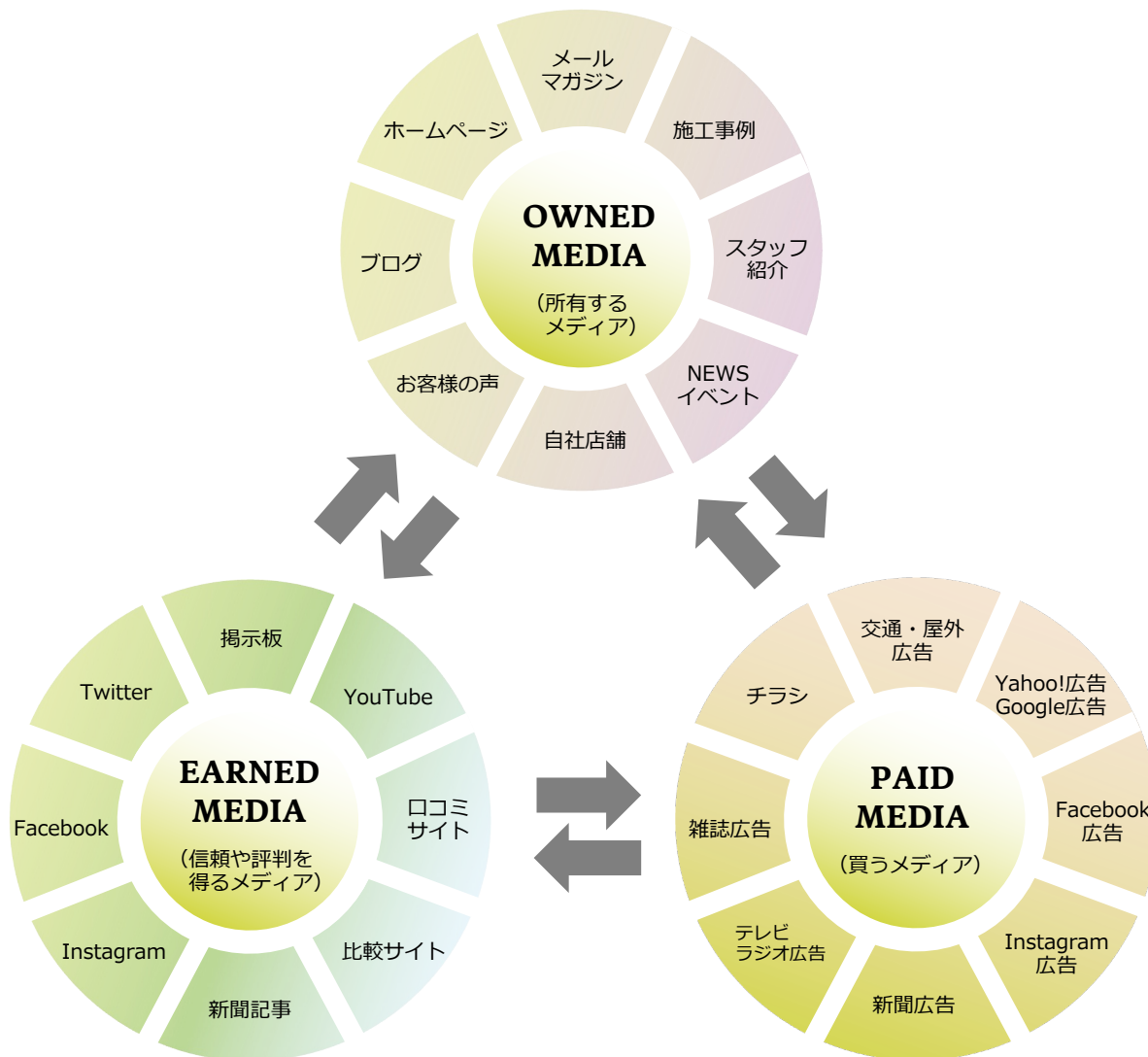
EARNED MEDIA (アードメディア)

ターゲット層が関心をもてる投稿で興味を引き世評を高める。見込み客をオウンドメディアへ誘導する。



PAID MEDIA (ペイドメディア)

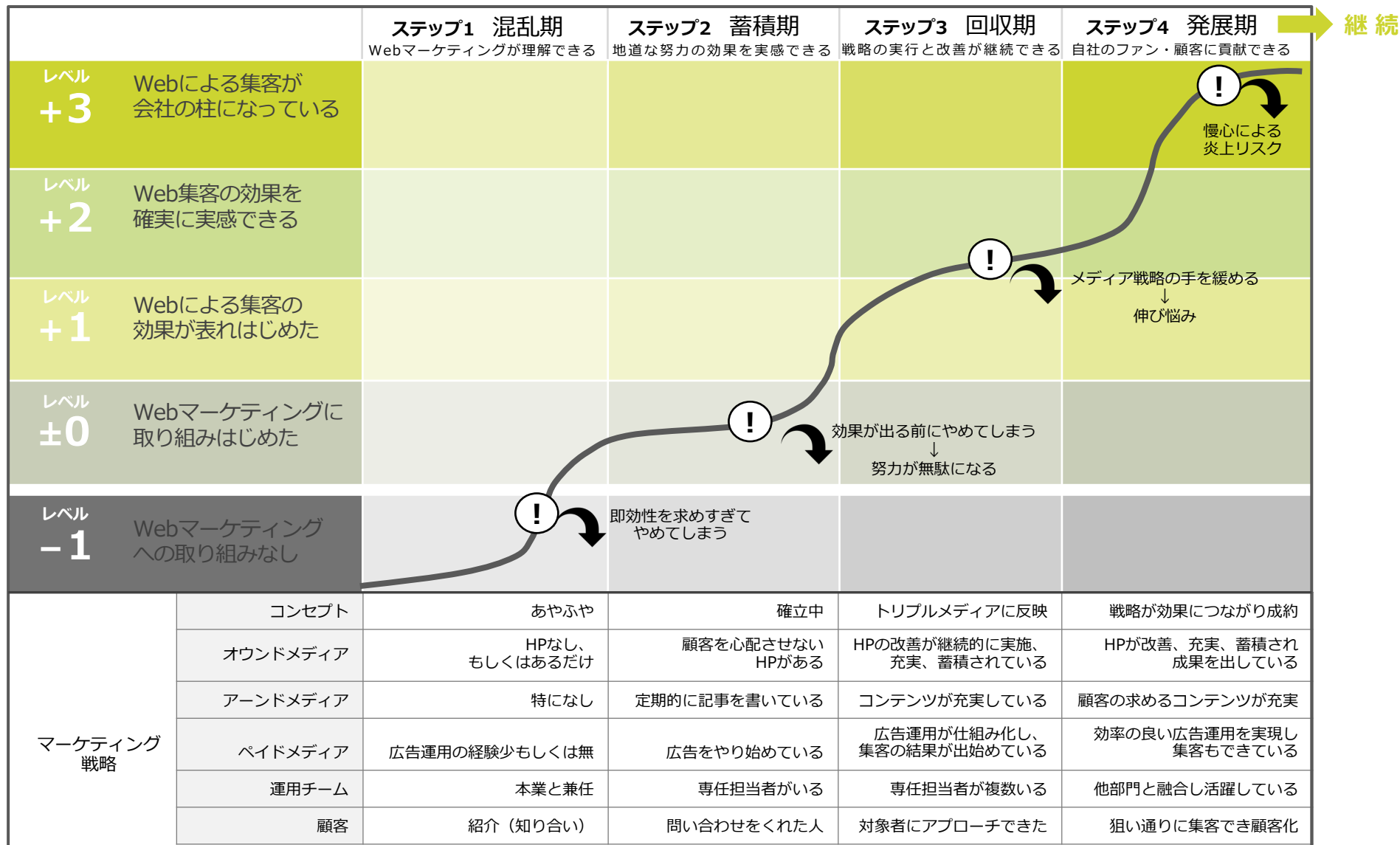
ネット上に広告を出稿してオウンドメディアやアードメディアへ新規の見込み客のアクセスを狙う。



トリプルメディアマーケティングの4ステップの仕組み構築

フェーズ	集客	見込客の育成	販売支援	顧客化
目的	見込客を探し当て、 低コストで多く集める	見込客をフォローし、 購買意欲を高める	Webで24時間営業支援 受注確率を高める	関係性を維持し、 リピート・追加・紹介を狙う
トリプルメディア活用	SNS広告	Google・Yahoo!広告		
		HP・ブログ		
	SNS投稿			
手法	ネット広告によって 買ってくれる可能性のある人 なるべく多く見つけ、 広く認知させる。	認知してくれた見込客に情報を 提供し、興味を高め、強い関心 を持たせる。 コンテンツを資産として蓄積し、 購買の意欲を醸成する。 <ul style="list-style-type: none"> 商品情報、サービス情報 スタッフ紹介 事例紹介 専門家コラム 	営業情報を読み込んでもらうこと で営業マンと接触のない時でも 購買意欲を高める。 属人的な営業マンのレベルに かかわらず受注率を高める。 <ul style="list-style-type: none"> イベント情報 お客様の声 	OB客をフォローすることで、 紹介やリピートの見込める ロイヤルカスタマーに育てる。 関係を良好に保ち、満足度を 維持してクレームを減らす。 <ul style="list-style-type: none"> アップセル情報 スタッフメッセージ
ユーザー行動	たまたま発見 なんとなく検索	ネット上で同一商品を幅広く 情報収集し比較検討をする	口コミも参考に来店して確認し 最終決定を行う	自分の満足度をシェアする 定期的にチェックに訪れる

トリプルメディアマーケティング成長曲線



3

成功事例



ご支援事例 K建設（静岡県浜松市）

		Before	After(弊社ご支援後)
施策	ウリ	<p>明確なコンセプトがなかった (ブランディングができていなかった)</p> <p>自社が提案したい家とは全く志向の違うお客様が来ていた</p>	<p>自社ブランドを立ち上げ、ブランドメッセージを発信。</p> <p>環境にアンテナの高い方、ナチュラル志向の方が顧客になり、理想の家づくりを提案できるようになった。</p>
	販促	<p>独自のニュースレターのみで見学会を告知 (集客数が足りなかった)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページをリニューアル ・ブランドコンセプトに沿ったモデルハウスをオープンし、ブランドメッセージを体感できるイベントを開催 ・ソーシャルメディア（フェイスブック、ブログ、インスタグラム）の開設、運用 ・パンフレットの刷新 ・完成見学会集客に向け、フェイスブック広告、インスタグラム広告を実施
成果	問合せ件数	<p>ホームページ経由の問合せ ほぼ無し</p>	<p>1ヶ月に2～3件 この他にもモデルハウスへの直接来場が数件あり ホームページアクセス数500から1,500に増加</p>
	受注棟数	<p>受注数は年間2～3棟</p>	<p>年間6棟を維持</p>

ホームページアクセス数は**3倍に**、受注棟数**増加!**

リフォーム事例 < K社（兵庫） > 2017年7月～運用

会社情報

- 兵庫県宝塚市
- 年商3億（現在は4億円）
- 小口リフォームから大型まで、設計施工アフターをワンストップで実施。（職人の教育に力を入れている）
- 仕入れ価格を公開した見積もりのクリア化が特徴

WEB上での数値の変化

運用前

- 折り込みチラシをメインに新規の集客を行っていた。（約60万円/月）
- スマホ対応なしのHP。
- 毎月の問い合わせは、3件/月
- HPセッション数：700セッション/月



運用開始後

※2020年7月にチラシ販促廃止

- HP問い合わせ数 30件/月
- HPセッション数：5,000セッション
- 顧客単価の向上
- 広告販促費用60万円→20万円へ削減

施策と結果

HPリニューアル	HPをスマホ対応にリニューアル。 小型と大型リフォームとで、ユーザーが触りやすいHPを作成。 コンテンツでは、初期～最終検討までの顧客フェーズをより意識したページを作成しました。
広告の効率化	SNSを始めとしたWEB広告の運用を開始しました。 広告出稿方法をABテストを行いつつ、ベストな配信方法を模索。 最終的にチラシ(60万円/月)を廃止し、WEB広告(20万円/月)へのシフトが成功しました。
企業ブランディング	顧客接点における、フロー中の他社との差別化を明確化。 より、ユーザーに企業ブランディングをイメージ付けするために、企業キャラクターを作成提案。 また、文字では表し難い、人柄の魅力を発信するために、HPやSNSの画像を笑っている人の画像に統一。 スタッフ始めお施主様画像においても笑顔を選定し、使用してまいりました。
Youtubeの活用	全スタッフが、会社のことを想っている会社なため、企業雰囲気をもっとユーザーへ訴求できるよう、Youtubeを活用してまいりました。 Youtubeコンテンツの企画をご提案させていただき、配信チャネルを強化。 現在運用開始1年でチャンネル登録者数3,700人となり。OBさん始めユーザーからのコメントや問い合わせいただくようになりました。

4

失敗事例



失敗実例①「SNS広告」

岡山県 工務店B社様



リフォームのご依頼 受付中
Reform Project A Ltd
ACRA

15万円以上広告費をかけて、1件も問い合わせが取れず…
残念ながら、解約となってしまいました。

失敗ポイント

顧客理解・SNS広告の特性の理解不足

左の広告クリエイティブは、約3年前に岡山県に本社を持つ注文住宅会社で配信した広告クリエイティブです。工務店B社の社長様がお笑い芸人の『千鳥・大吾』さんが大好きとのことで岡山弁を使用したクリエイティブを作成しました。

「おえま」は「おまえ（あなた）」という意味です。

クリエイティブの文言やそのボリュームは、**広告のパフォーマンスに大きな影響を与えています。**

Facebook (Instagram) 広告をかける時は、標準語を用いた顧客理解に沿った文言を使うようにしましょう。

成功へのポイント

やりたい施策

≠

やらなければいけない施策

失敗実例②「インスタライブ配信」

大阪府 工務店L社様



小川近くの分譲地でのライブ配信だったため蚊が大量発生、結局外からの配信は断念し、家の中からライブをスタートしました。視聴者は、工務店の社長様と新大陸の社長、近所の知り合い2人という結果に…。

＼ 失敗ポイント ＼

配信前の準備不足（フォロワー理解不足）

新大陸では、コロナ禍で数えきれないほどのインスタライブを行ってきました。実際に「インスタライブがきっかけで家が売れた！」というクライアントも多いです。

我々は今でこそインスタライブ統括ディレクターを名乗っていますが、2019年の秋口に行った初めてのインスタライブでは、600人前後のフォロワーを擁する工務店様のアカウントでのライブ配信で、総視聴者数はたったの4人という目も当てられない結果で終わったという経験があります。

明らかに失敗で終わってしまった初めてのインスタライブですが、ライブ配信をしてみて分かったこともありました。

それは、アカウント分析（ライブ配信を見てくれるフォロワーがいるかどうか）の重要性や、わざわざリアルタイムでライブ配信を視聴してくれる視聴者心理の理解など、多くのことが学べました。

＼ 成功へのポイント ＼

やってみないと見えてこないこともある！！

Webを駆使したマーケティングは重要ですが

**顧客を理解した上で
戦略的に目的を持って**

に運用していきましょう。

5

新大陸詳細



株式会社新大陸 会社概要

企業理念

マーケティングで世界をポジティブに。

新大陸は革新的なマーケティングを世界中の挑戦者に提供し、前向きな世の中になることに努めます。

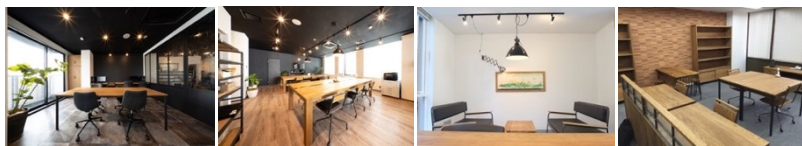


株式会社 新大陸

- 代表取締役CEO 鈴木 宏佳
- 従業員数 65名
- 売上高 9億円 (2021年度実績)

Network

- 浜松本社 静岡県浜松市中区萩丘 4-20-24
- 東京オフィス 東京都台東区上野 6-1-11-9F
- 大阪オフィス 大阪府大阪市西区靱本町1-4-17ACN信濃橋ビル3F
- 福岡オフィス 福岡県福岡市博多区駅前 4-23-26-2F



Group company

株式会社 うちマッチ



Our Service

Web集客に欠かせないマーケティング戦略のご提案

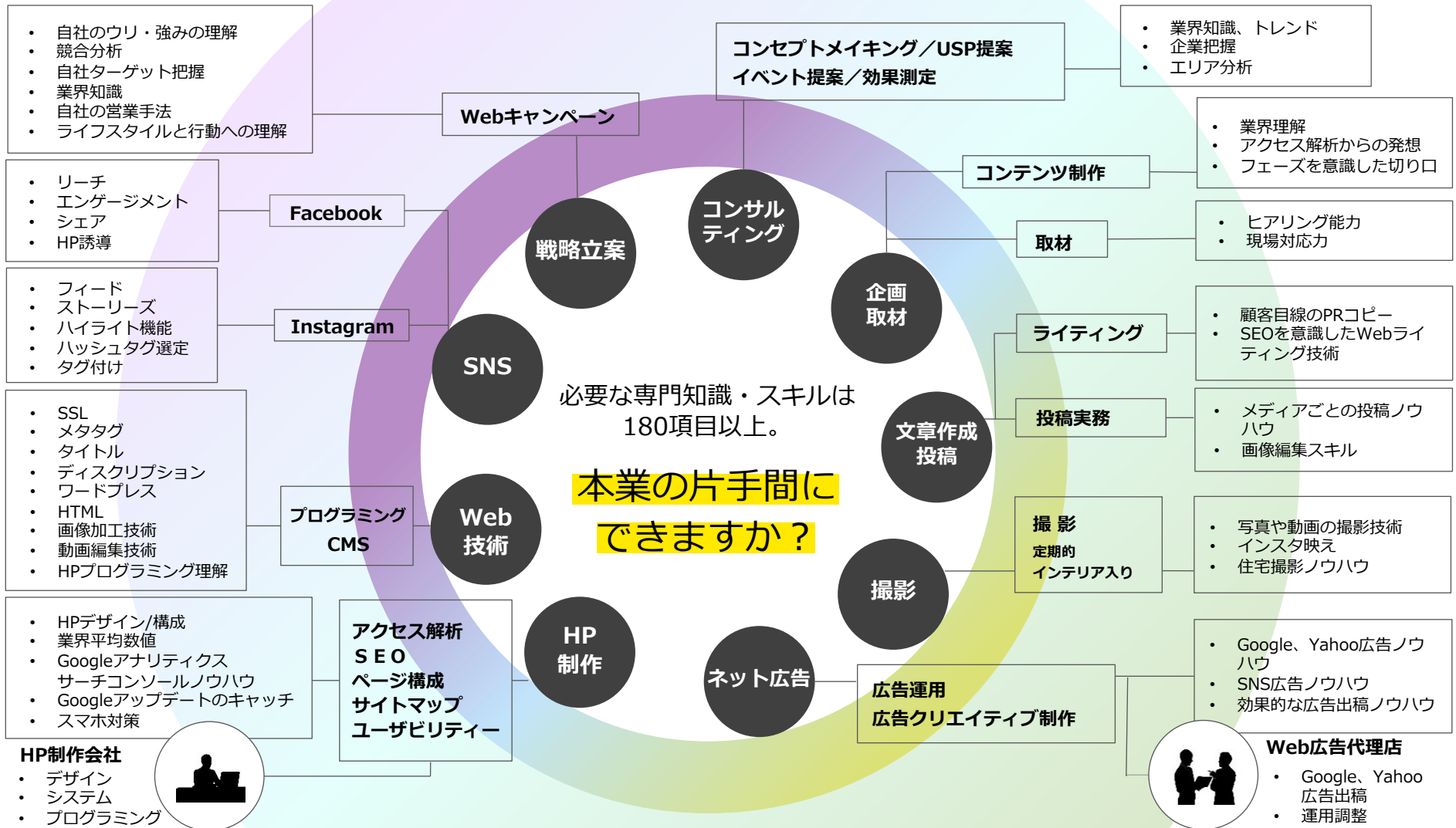
Webマーケティング部運営サービス

- **SNS**
 - ・ Webコンサルティング
 - ・ Instagram、Facebook、ブログの運用
 - ・ コンテンツ取材・投稿実務
 - ・ コンセプトメイキング、イベント立案
- **ホームページ**
 - ・ 建築業界に特化した、集客できるホームページのノウハウ提供
- **Web広告**
 - ・ SNS広告(Facebook広告・Instagram広告)
 - ・ Google広告、Yahoo広告の戦略的運用

クライアント実績

アイフルホーム | アクユラホーム | アールプランナー | 勝美住宅
クラシスホーム | クレバリーホーム | 桑原建設 | 山豊工建 | 昭和住宅
鈴三材木店 | セクスイハイム東海 | 細田工務店 | 玉善 | 東宝ホーム
福遼建設 | 富士木材 | 吉村一建設 | ロジック 他(敬称略・五十音順)

働き方改革で得意業務以外はアウトソーシングの時代へ



慣れないWebマーケティングの業務に時間を使い、専門知識の習得や専任スタッフの採用にコストをかけては、働き方改革は実現できません。

Webマーケティング部運営サービス

チーム体制

プロデューサー

Webだけでなく、経営・営業戦略を熟知した上で全体像を描く役割です。自社・顧客・市場を包括して捉える客観的な視点が欠かせません。マーケティング部長として舵を取ります。

ディレクター

企画を考え、運営計画を立て、実際の運用を行う実務の責任者。ホームページやSEO対策、Web広告などマーケティング全般の知見が求められます。毎月貴社を訪問します。



社員1名分の人件費でエキスパート4名のチームを編成。

専任チームが貴社の集客から売上げ向上まで、確かな成果を導き出します。

ライター

コンテンツ作成を担うライター。購買意欲を醸成するために、貴社を取材して会社の想いやこだわり、商品の特長などのネタを集め、独自の切り口で読者へ届ける技量をもつライターです。

制作

WebサイトのコーディングやSEO、Web広告の運用技術、撮影・画像加工など、コンテンツの精緻化に必要なオペレーション技術を要する職種です。ソーシャルメディア運用の核。



貴社にベストの提案を — 最新知識の修得に努めています。



月1回

社内勉強会

変化のスピードが早く、進化し続けるWeb業界。業界内外の講師を招いて、つねに最新情報をキャッチアップし、クライアントへのご提案に生かしています。



年4回

新大陸センター試験

Webマーケティングサービスの品質を担保するため、新大陸独自の試験を設けて知識の定着・底上げを図っています。



年1回

SPM(Shintairiku Professional Marketer) 新大陸プロフェッショナルマーケター認定制度

各種研修や新大陸センター試験を通じて自己研鑽を欠かさないスタッフをSPMとして認定する資格制度。



月1回

契約企業さま限定勉強会

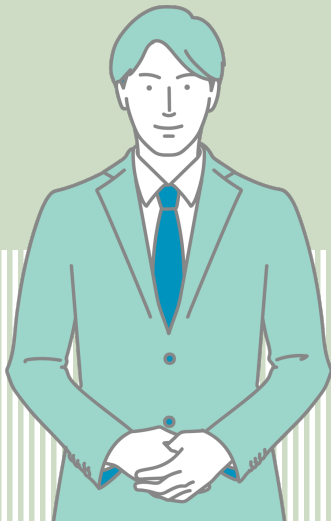
新大陸ディレクターが日々アップデートし続けているWebマーケティングの知識とノウハウを、契約企業さまだけにオンライン勉強会で公開しています。

ご清聴いただきありがとうございました。

新大陸では、Instagramをはじめ、HPやSNS運用、Web広告等のご相談を受け付けております。

本日セミナーにご参加いただいた方には無料トリプルメディア診断を実施いたします。

ご興味のある方はQRコードからご回答ください。



▽ 新大陸のサービスについて ▽

- サービスについて詳しい話を聞きたい
- 無料トリプルメディア診断を希望
- サービスについての資料送付を希望