

セキスイファミエス東海様【住宅・建設】



設立：1999年4月
 事業概要：セキスイハイム・ツーユーホーム向けのリフォーム
 URL：<http://www.hfc816t.jp/>
 支援内容：[Webサイト診断](#) | [サイト戦略策定](#) | [デザイン](#) | [更新システム導入](#) | [定期コンサルティング](#)

悩み背景

既存顧客向けの情報発信とサービス向上によって、より良い関係を構築したい

セキスイファミエス東海は、セキスイハイム東海グループ企業としてオーナー様の住宅メンテナンス・リフォームを担当している会社です。

営業活動の主役は営業スタッフですが、お客様の意思決定を促す手段として、Webサイトをより活用できないかと考えていました。しかし、今まであった売り込みは汎用的な新規開拓の手法ばかりで、「既存顧客中心という特殊なマーケットである当社の事業に合うのか？」と悩んでいました。

選定理由

一般論ではなく、事業体の合わせたWeb活用のあるべき姿を提示

「SEOやWeb広告といった手法は適さない」「お客様との関係をより良くするためのストーリー」「そのためには営業サイトではなくサポートサイトが必要」など、一般的な方法論ではなく、当社のお客様との関係構築に適した情報発信のあるべき姿を提示してもらい、可能性を感じてお願いすることにしました。

効果評価

メディアミックスも実施してアクセス増。会員申し込みも増加（昨年比）

各部門のサービス内容を掲載することは基本ですが、「お客様相談室からのお知らせ」を設けてお役立ち情報を定期配信することでファン化を促しました。チラシや定期発行誌といった他媒体と連動してイベントやキャンペーン情報を告知することで、参加率の向上を狙いました。その結果、Webサイトで情報を閲覧してくださるオーナー様も大幅に増え、営業活動がやりやすくなりました。



ホームページ

無料会員サービスで
お客様満足度向上を強化

毎月のお役立ち情報発信で
継続的アクセスを促進