

○特徴を見極めての選択が重要

- 1, BtoB BtoC どちらの事業を行っているか
- 2, 総顧客数がどの程度になるのか
- 3, 現在の顧客管理体制がどのような状態なのか
- 4, 顧客区分・リード管理STEPがどの程度必要か
- 5, クライアントでリード管理ができるのか



クライアントの費用感を鑑みて
提案することが重要！

○MA運営における必要条件

- 1, 対象サイトへのタグ設定ができること
- 2, STEPごとに対応ルールを決めておくこと
- 3, **CV対策に費用が投じられること**
- 4, どこまでが自動でどこから手動か相互理解をしておくこと
- 5, MAツールごとのフォーム特性を事前説明すること



役割を明確にし費用の
提示をしておくことが重要！

MAツールの活用で最も成果の出るポイントは
Right Time = 適時背中を押してあげること

FACE2 マーケティングオートメーションツール提案書例

広発様 緑井クラスターサイト MA導入

◎ペルソナ設定

Persona・

40代/男性/既婚/6歳の子供がいる/年収1,000万円以上/広島在住
子供が小学校に上がるので家を買って定住したい
休日は子供と遊んだりDIYやスポーツ、ドライブ(高級車を所持)をする
仕事は大手企業の役員で広島から転勤は無い(出張ベース)
結婚が遅くお金はあるので、子供にいい環境で育てほしい(転校はさせたくない)

◎CV前コンテンツ

ContentA 緑井クラスター周辺マップ(ロケーションページ)

ContentB デザイン(412、ファンファーレ、フィアスホーム)

ContentC 2世帯住宅のススメ: 子供と折半で払う(税金対策)

ContentD 地域情報コラム(ブログ)

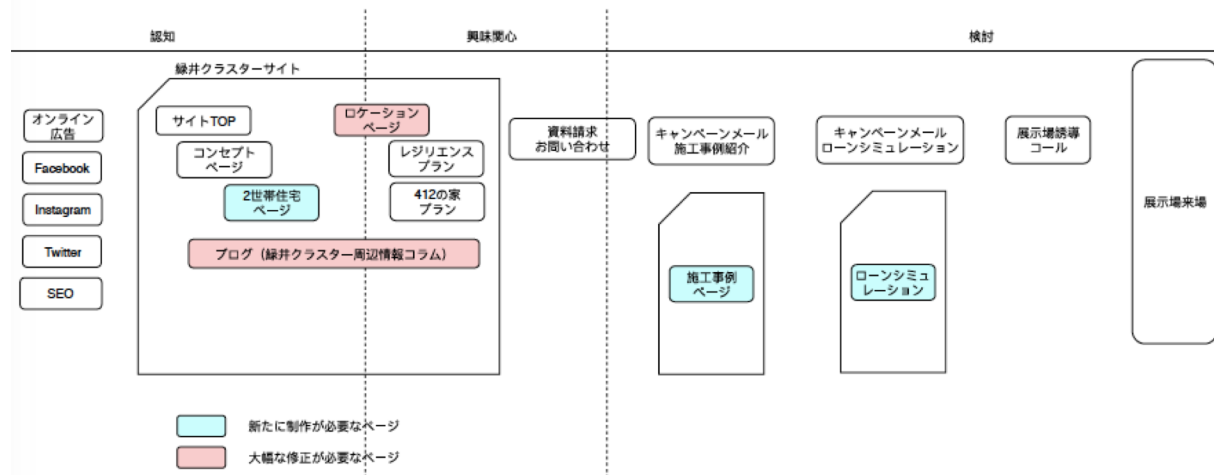
◎CV後コンテンツ

ContentA 施工事例集

ContentB ローンシミュレーション

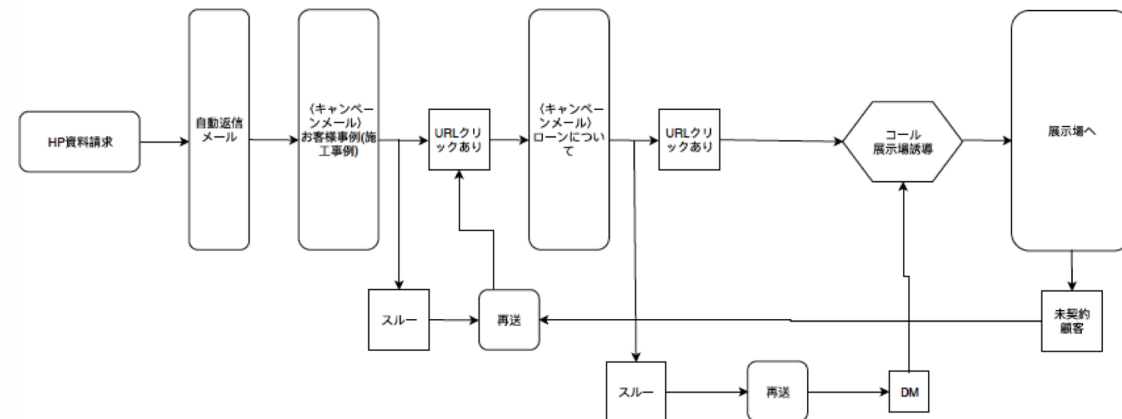
広発様 緑井クラスターサイト MA導入

◎フェーズ別コンテンツ分類



広発様 緑井クラスターサイト MA導入

◎リード設計



広発様 緑井クラスターサイト MA導入

◎追加ページ制作

- 2世帯住宅のススメページ
 - 過去の施工事例
 - CV用資料作成
- 施工事例集ページ
 - 春日野モデルハウス
 - フィアスホームサイトTOPの物件
 - 現在施工中の物件
- ロケーションページ(大幅な修正が必要)
 - 該当施設の写真
- ローンシミュレーションページ
 - 営業マンヒアリングシート
- 地域情報コラム(大幅な修正が必要)
 - 緑井クラスター周辺の情報発信



<https://www.sekisuheim.com/sp/content/nisetai/>

◎2世帯住宅のメリット

- ①安心感
- ②経済的補助
- ③2015年の税制改正「小規模宅地等の特例」

https://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform_00613/



<https://suumo.jp/sp/apps/simulator/affordability/index.html>

地域情報コラム(記事例)

- ・周辺のおすすめスポット
- ・近隣小学校までの道順
- ・緑井クラスター域内の道路の広さ
- ・騒音問題はあるか

お問い合わせに繋げる

①社名認知客



②土地重視客



③特定エリア重視客



④機能重視客



誰も教えてくれない住宅本当の話レポート集
広島で家を購入した人の失敗談レポート集
無料ダウンロードはこちらから



マーケティングに役立つ心理学入門

本ガイドでお伝えする心理学に関する知識を覚えていただければ、どのようなマーケティング施策が効果的なのかをある程度に必ずしも必ずです。こちらの本ガイドをダウンロードいたします。読者様へのご紹介を希望する方へは、ぜひ多くのお読みをお勧めいたします。

無料ダウンロードはこちら >>>



入門編：効果的なランディングページの作成方法

ウェブサイトの訪問者を惹きつけ、見込み客を効果的に付ランディングページマーケティングで、ランディングページの作成は必ずしも必ずです。こちらの本ガイドをダウンロードいたします。読者様へのご紹介を希望する方へは、ぜひ多くのお読みをお勧めいたします。

無料ダウンロードはこちら >>>



インバウンド PR戦略

本ガイドでは、インバウンドPR戦略の考え方を詳しく解説し、どのようなPRを打ち出すべきかを具体的に説明し、ブランド認知度を高める方法についても解説しています。また、それだけでなく市場での自社ブランドの認知度を、読者との継続的な関係構築の方法、などについても詳しく解説しています。

無料ダウンロードはこちら >>>

無料ダウンロード（自主調査レポート・ホワイトペーパー）

※ダウンロードにはメールアドレスの登録が必要です。登録後、自動的にダウンロードリンクがメールで送られます。

新着レポート
☐ 調査レポート 広島市ブランド認知度調査レポート（2019年12月発表）
☐ 調査レポート 広島市ブランド認知度調査レポート（2019年12月発表）
☐ 調査レポート 広島市ブランド認知度調査レポート（2019年12月発表）
☐ 調査レポート 10-20代の学生層のブランド認知度調査（2019年12月発表）
☐ 調査レポート キヤンパインスと読者への関係性に関する調査（2019年12月発表）

1 テーマ1000文字4～6ページ 3万円X3=9万円 アンケート500円X100名=5万円

⑤返済重視客



家を購入するとき絶対に損をしたくない人が読むレポート

⑥ローコスト系客



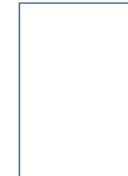
予算内でお気に入りの家を建てる裏技テクニック

⑦慎重派の客



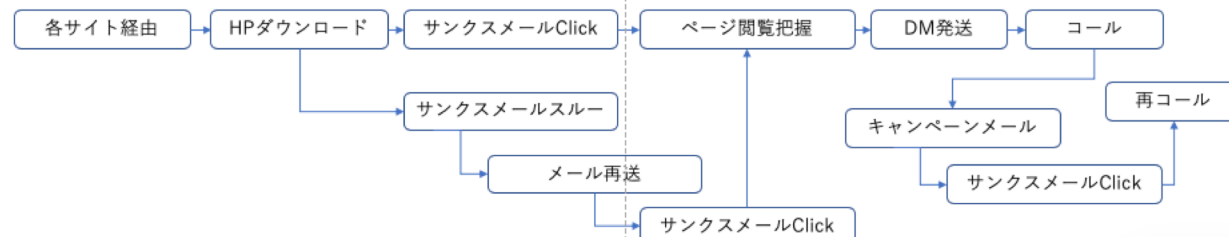
住宅会社展示場では教えてくれない家づくりの本音

⑧同調型の客



広島で家を買った人の生のアンケート調査レポート

★リード管理アウトライン



マーケティングオートメーション化における
最初の課題はデジタル会員の取得です。

<https://www.kenko-anzen-jyutaku.com/>

<https://interlogic.jp/seminar20190709/>