

住宅&住宅設備トレンドウォッチ

ウェブ販促事例

住宅&住宅設備トレンドウォッチ

集客激減の今、 住宅会社がWEBでできること



INDEX

2020.5.22

- ① 3月来場は3割減、早期回復は極めて困難
- ② お客様は動いている、WEBでの集客活動に全力を

新型コロナウイルスの影響は国内外のすべての産業に及んでおり、当然、住宅業界も例外ではありません。特に集客数の減少は顕著であり、現状だけでなくコロナ収束後の営業活動にも影響を及ぼしかねない危機的状況です。

一方、このような状況下ではあるものの、住宅計画を進行中のお客様は一定数存在すると考えられます。そして、これらのお客様と接点を持つ手段は、ほぼ「WEB」に限られると言っても良いでしょう。

今回は、厳しい現状の中で、住宅会社がいま行うべき集客施策について考えます。

1 3月来場は3割減、早期回復は極めて困難

4月に全国で緊急事態宣言が発出され、ほとんどの都道府県では住宅展示場が休業要請の対象となっています。住宅展示場そのものの閉鎖はほぼ見られませんが、各社モデルハウスは軒並み休業または完全予約制となっており、開店休業状態が続いています。住宅展示場協議会などが毎月発表している住宅展示場来場組数は、緊急事態宣言前の3月時点で前年比▲28.38%と大幅に落ち込んでいます。このメールマガジンが配信される頃には公表されているであろう4月の来場組数は、減少幅がさらに拡大していることは間違いありません。住宅展示場に出展していないビルダー・工務店においても、同様の減少が発生しているでしょう。

事態の収束がいつになるのかは見えていませんが、現状を見る限り、短期間で状況が好転することは考えられないでしょう。仮に緊急事態宣言が比較的早期に解除されたとしても、それが来場回復に直結することにはなりません。少なくとも今後数ヶ月間、長ければ1年程度は来場減が続くと想定しておくのが賢明と言えるでしょう。



2 お客様は動いている、WEBでの集客活動に全力を

一方、お客様が途絶えてしまったかという点、決してそのようなことはありません。このような状況下でも、新築を検討中のお客様は一定数は必ずいらっしゃいます。お子様の進学など期限を定めている方もいらっしゃれば、自宅での時間が長くなったことで、それまで後回しにしていた住宅計画を再スタートする方や、築年数の経った自宅の建て替えを漠然と考えはじめる方もいらっしゃるでしょう。

お客様は動いています。ただし、モデルハウスに足を運ぶことができないため、主にWEBで情報収集を行っていると考えられます。事実、WEB集客に注力している住宅会社の中には、ホームページのアクセス数や資料請求などの反響数がさほど落ち込んでいない会社も見られます。

このようなお客様に対して、WEBで自社の良さをPRし、検討先候補に選んでいただくことが、足元の集客だけでなく、コロナ収束後の受注回復にも直結することになるでしょう。これまでこのメールマガジンでは、WEB集客の重要性を繰り返し訴えてきましたが、これまでWEBに消極的だった方も、この状況を乗り切るためには、WEB強化は避けて通れない課題と考えなければなりません。



お客様に選んでいただくためには、まずは自社ホームページが「選ばれるホームページ」であることが必要です。自社の強みをお客様へ的確に伝えられているか、早急に見直さなければなりません。

比較的早期に改善できるポイントは、例えば下記のような点があります。

- ・トップページや会社紹介の内容を、お客様目線で見直す
お客様のニーズに合わない情報や、お客様に伝わらない専門用語は修正する
- ・施工事例やお客様の声などで、ホームページに未掲載のものがあれば掲載する
- ・スマートフォンでホームページを見直し、見づらい・使いづらい点は修正する

ホームページを改善した後は、お客様に「動いていただく」ための仕掛けも必要です。ここ数年は「モデルハウス来場予約」「見学会予約」などの“会える予約”が好調でしたが、今はこれに替わる仕掛けが必要です。

ここ1～2ヶ月の各社の主な取り組みは、下記が挙げられます。

- ・ビデオ通話（テレビ会議）を利用した、オンラインでの相談受付
- ・セミナー・見学会など、各種イベントのライブ配信
- ・メール・LINE・電話によるお問い合わせ窓口の告知強化

どの施策も、一見敷居が高そうに見えますが、実際にはさほど難しくありません。このような状況ですから、多少の失敗も許容しながら、積極的に取り組まなければなりません。

また、これらの仕掛けで意外と忘れがちなのが「ホームページでの分かりやすい告知」です。トップページの目立つ位置に掲載し、イベントなどの中身をお客様に分かりやすく説明することで、自社を選んでいただいたお客様に「動いていただく」工夫を怠らないようにしましょう。

繰り返しになりますが、お客様は動いています。そして、おそらくお客様も「外出できない、でも計画は進めたい、どうすれば良いのか分からない」という悩みを抱えています。これらのお客様に対して、住宅のプロである皆さんがWEBを通じて適切に手を差し伸べ、お客様の不安を解消することが求められているのです。

(テキスト／株式会社住宅産業研究所 高田 宏幸さん)