



Google 広告活用事例



広告主：

美都住販

相模原市と町田市を中心に、心を込めた住まいを手掛ける会社。「安心」「安全」を守る高い品質と性能、きめ細かく迅速なアフター サービスで、幸せな暮らしを届けています。

美都住販

(広告主)

伝わりにくい商品の魅力を、動画広告で深く訴求。

相模原市で 28 年続く、地域に根ざした住宅メーカーである美都住販。質の高い注文・分譲住宅と丁寧なアフター サービスで、相模原市と町田市を中心に数多くの実績があります。さらなる顧客獲得に向けウェブでの広告を実施していましたが、文章や写真だけでは住宅が持つ深い魅力を伝えることが難しいという課題がありました。そこで「YouTube TrueView 広告」の動画広告を実施。4 パターンの動画をイベントと連動させて配信することで、高い視聴者数やホームページへの流入数を獲得。商品や会社が持つ、深い魅力の訴求に成功しました。

課題・背景

住宅の魅力を、より深く届けたい。

美都住販の特徴は、それぞれのお客様の要望を叶える注文住宅と、価格を抑えながらも個性的で質の高い分譲住宅です。これまで住宅ポータルサイトへの掲載やリスティング広告を行ってきましたが、価格や広さといったスペック情報は伝えられても、住み心地や空間の使い方など、住宅が持つ深い魅力までは伝えきれないという課題がありました。そのため、より効果的な手法で多くの人に商品力を知ってもらい、モデルハウスへの来場者数を増やしたいと考えていました。

きっかけ

文章や写真だけでは、伝え切れなかった。

動画広告に興味を持ったきっかけは、以前から美都住販のウェブマーケティングを手掛けているパートナー企業からの提案でした。特に興味を引かれた点は、文章や写真では伝えきれない、空間のイメージや動きまでを伝えられること。なかでも「YouTube TrueView 広告」は掲載エリアをセグメントできるので、地域に根づいた企業である美都住販にマッチしており、年齢層を絞れることや低予算で始められることも魅力でした。

解決策

4 つの動画を、効果的なタイミングで配信。

それぞれに異なる役割を持つ 4 パターンの動画を制作。集客効果をより高めるため、スタンプラリー イベントと連動させたキャンペーンを展開しました。

成功要素① 動画広告とイベントの連動

動画広告の配信と同じタイミングでモデルハウスでのスタンプラリー イベントを実施。キャンペーンとして展開することで集客効果を高めました。



本施策の成果

視聴者数：

3か月間で、
約**16**万件。

ホームページ流入率：

1リーチあたり
約**7**%

コスト：

視聴単価**3**円

表示単価**1**円未満

本施策で活用したソリューション

4パターンの動画を作成し、適切なエリアとタイミングで配信。

住宅の魅力をより深く伝え、集客数を増やすために、スタンプラリー イベントと連動させた動画広告を実施。役割の異なる4本の動画を作成し、適切なエリアとタイミングで配信。低予算で、高い視聴率とホームページ流入率を実現した。

成功要素② 4パターンの動画を作成

イベント告知、商品力訴求、ブランディングと、それぞれに異なる役割を持つ4パターンの動画を制作しました。

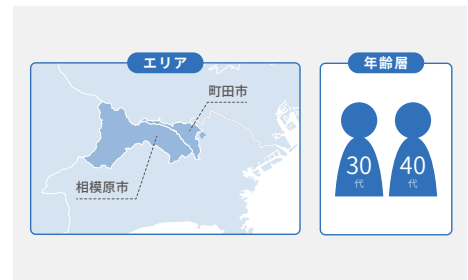
動画 1: 集客力 UP に繋がるスタンプラリー イベントの告知動画

動画 2・3: 商品力を訴求する、住宅の魅力伝える動画

動画 4: ファンづくりのために会社を紹介する動画

成功要素③ エリアと出稿タイミングのセグメント

エリアは町田市と相模原市に限定。4パターンの動画毎に配信のタイミングやターゲットを調整しました。

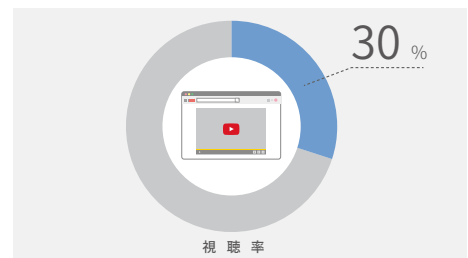
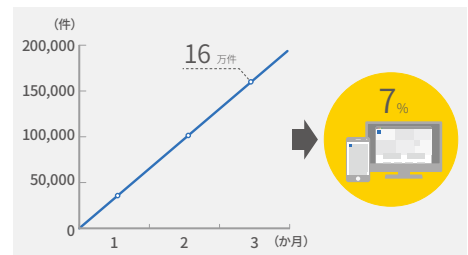


結果

高い視聴率と、ホームページへの流入率を実現。

配信開始から最初の3か月で、約16万件的視聴件数があり、そこから約7%がホームページへ流入しました。動画を最後まで視聴した人の割合である完全視聴率は30%。視聴単価3円、表示単価1円未満と、低予算で高い視聴率を実現しています。

「結果が数字で見えるので、多くの人に情報が届いていることが明確に分かりました。また動画は文章や写真だけよりもワクワク感がありますね。イメージを深く届けるので、住宅という商品に合っていると思います。今後も活用していきたいと考えています。」美都住販・新井氏



美都住販・新井氏

