

マーケティングリサーチ・オートメーション化実現への取組

R6追加事例

事業者名：有限会社山崎設備（宮崎市）

業種：建設業 従業員数：7人



目標 マーケティングリサーチ・オートメーション化実現への取組の実現へ

取組の概要

- 部門：事務部門
- 業務：顧客対応及び広告宣伝
- 技術・手法：ホームページ及びLINEBusinessの開設、LINEBusinessにおけるオーディエンス機能を利用したマーケティングリサーチに基づく広告の頒布等
- 期間：R6.7.1～R7.1.31
- 費用：825千円

山崎設備Webサイト



紙媒体に記載したQRコード



LINEでお友達登録

LINEと連携したMA（マーケティングオートメーション）ツール



チャンネル登録

視覚的なコンテンツを発信することで、サービスの認知度を大きく高めることができ、自社のターゲットに向けた広告やコンテンツを提供し、効率よくアプローチ。

取組の背景

- 抱えていた問題点
会社のホームページがないため窓口が電話や対面等しかない現状であり、仕事も然ることながら求人の面においても、自社の強みを発信できていない状況にある。
- 解決に向けた課題設定等
会社ホームページを立ち上げ、インターネット上に詳細な会社情報を公開し、仕事や求人の需要増加をはかる。さらには入り口をオートメーション化させることで、人手不足を緩和させる。

取組の成果及び今後の展望

- 取組の成果について
LINEを開設し、リッチメニュー等のSNSインフラを整備することで。事務の窓口対応の負担が軽減され、収集した顧客データを活用し、今後年齢別に最適化した広告等のマーケティングリサーチが可能となった
- 今後、どのようにDXに向けて取り組んでいくか等を記載
ホームページをベースにインターネット需要増加に伴うアプリ開発やEC展開等、昨今の建設業界における人不足の解消をおこない事業拡大に努めていく。