

株式会社日動建設

トータルブランディング

建設会社における総合デザイン戦略

導入サービス

- ・サービスネーミング・ロゴ開発
- ・CMS導入支援
- ・コーポレートツール制作

新サービス立ち上げを機に 企業のトータルブランディングを実現したい。

経年による自社ブランドの魅力低下、様々なサービス開発によるアイデンティティの混在など、タイミングを見て自社ブランドを再構築したいという企業は多いのではないのでしょうか。山梨県に位置する地域密着型の建設会社、日動建設ひまわりハウス事業部では、新サービスの立ち上げを機に、自社ブランドの再構築によるデザイン戦略を検討されていました。Web構築を皮切りに、コーポレートツールの開発や広告展開など、多岐に広がる総合的なデザインマネジメント戦略を実現した事例をご紹介します。

背景とプロジェクト課題

コーポレートサイトのリニューアルからプロジェクトは始動しました。リニューアル前のコーポレートサイトは、地域密着型の親しみやすさはあるものの、先進的な木造住宅に対する深い造詣や実績などユーザに理解を促すコンテンツや、集客のための戦略的な要素は抜け落ちていました。他社との差別化に重点を置きながら、アイデンティティの核となるブランド感性価値の視覚化、それによるデザイン刷新が最初の大きな課題でした。完成見学会などのイベントには、新聞の折り込みチラシを見て来場されるお客様も多く、Webサイトでは問い合わせ件数を向上させるためのSEO対策を実施し、新聞広告、チラシ、パンフレットなど紙媒体と連携した総合的なブランニングを行う必要がありました。

digに求められた役割

企業のアイデンティティを深く理解し、その理念を企画の骨子に反映させることが求められました。このためには経営層とのヒアリングの時間を長く持ち、原稿や構成段階で方向性を共有しながら最終的にデザインへと落とし込む制作手法を取る必要がありました。アイデンティティをどのような形で視覚化し、訴求力のあるコンテンツとして成立させるかに注力しました。この解答として独立したナビゲーション構造を持つスペシャルコンテンツサイトを制作。ターゲットユーザの志向性を考慮し、木材の温かみを想起させるナチュラルで親しみやすいテイストと、信頼感や品質の訴求を兼ね備えたデザインに仕上げ、多くの情報をストレスなく読めるように工夫しています。

digのソリューションと成果

サイトは内部施策のみでアクセス数の向上を目指し、検索時の複合キーワード調査を実施。調査結果を元に、各ページのメタタグ設計、ワード設計を実施しました。加えて「ニュース」「実績」「見学会」など更新性の高いコンテンツにはCMSを導入。更新頻度を上げることで、リピーターの確保～定着を狙いました。これらの施策により、Webサイトからの問い合わせ数が以前より増加するという結果につながりました。

新聞やチラシ広告を含む紙媒体では、サイトとのイメージ統一を基本戦略としながら、掲載時期に合わせた季節感の演出なども挿入しつつクロスメディアとして総合的な集客施策を行いました。モニターハウスや完成見学会などのイベントにチラシを持参して来場するお客様も増え、これまでになく来場者数になったと伺っています。以降、サービスに加え、複数のブランド開発を行うなど、長期的なパートナーとしてコーポレートブランディング開発に携わっています。



digが行ったタスク

- ・サービスロゴ開発
- ・コーポレートスローガン開発
- ・コンテンツ構成
- ・情報構造設計・画面設計
- ・キーワード調査、設計
- ・取材、コピーライティング
- ・デザイン、コーディングおよびFlash開発
- ・CMS導入
- ・コーポレートツール制作・
- ・新聞広告・チラシ制作
- ・サービスパンフレット制作

©dig,inc