

媒体特性を活かし、ピンポイントで ターゲットに訴求。掲載直後に来場、仮契約

神戸市が展開しているJR新長田駅徒歩3分の分譲マンション「アスタピア新長田ステーションフラッツ」(販売代理/アーバンライフ住宅販売)。高齢者の都心への住み替えニーズを見越し、高額所得層が多く、比較的読者年齢層も高いリビングプルミエに出稿。掲載してからすぐに6組が来場、うち1組が仮契約。クライアントからの評価も「期待通りのレスポンス」と上々で、同社の他の物件にもリビングの紹介をしていただけるなど、今後に繋がる結果となった。

●データファイル

- ・クライアント／ 神戸市(販売代理/アーバンライフ住宅販売)
- ・掲載号／ 2006年2月4日号(リビング・プルミエ)
- ・スペース／ 全8段 ディスプレイ広告
- ・掲載エリア／ リビングプルミエ 神戸版