Country
USA

Clarks Americas、機能強化されたCriteoエンジンを活用しコンバージョン率が130%向上

導入効果

130%
コンバージョン率の向上

44%
売上の増加

「当社がCriteoを高く評価しているポイントは、配信量、サービス、そしてパフォーマンスです。広告経由での受注額も、広告の費用対効果（ROAS）の面でも、期待以上の成果が上がっています。」

Eコマース担当マーケティングマネージャー
Kylie Beals氏

Clarksについて

約200年前にイギリス南西部の「ストリート」という町で設立されたClarksは、イギリスを代表する靴・シューズブランドです。現在、世界35カ国以上で「Clarks」「Bostonian」「Originals」などのブランドラインを展開しています。

課題：

Clarks Americasは、幅広い顧客層に向けて多様な商品を展開しているため、顧客ごとの好みにあった靴を適切なタイミングで提案することに課題を抱えていました。また、数々のネットショップで販売されているため、ブランドと消費者の接点を保ち続け、購入直前のタイミングで選択肢として想起されることが重要です。そのため、同社のマーケティング施策として、ダイナミックパフォーマンスディスプレイ広告は適していました。

Eコマースマーケティング部門は、従来より、パフォーマンスディスプレイ広告を実施していましたが、検索連動型広告やアフィリエイトなどダイレクトレスポンス施策に重点を置いていました。しかし、2013年にマーケティング戦略を見直し、パフォーマンスディスプレイ広告を大規模かつ効率的に実施するためにCriteoを導入しました。

ソリューション:

Criteoを採用したことで、別のチャネルで開拓した顧客需要をより多く取り込めるようになり、期待通りの売上げと広告費用対効果を達成しています。

Criteoの機械学習システムが、ユーザー一人ひとりの閲覧履歴や購買傾向などを分析して、一人ひとりにパーソナライズした広告を配信。購入の可能性が高いタイミングで、顧客のニーズに合った靴をリコメンド表示します。リコメンドには、ClarksのWebサイトでユーザーが閲覧した靴だけでなく、趣味好みに合う可能性の高い靴も含まれます。

また、Criteoのアカウントストラテジストが、Clarksチームが設定したKPIに向けて、最適なキャンペーンの運用と、分析・最適化をサポート。パフォーマンスを着実に向上させています。

キャンペーンが好調なことから、同社は、Criteoの新機能のテストを積極的に実施しています。2014年4月には、入札インテリジェンスを強化した新しいCriteoエンジンの運用を開始。広告へ反応(クリック)する可能性だけでなく、購買確率に基づいて、特定のユーザーをターゲットするキャンペーンを実施し、高い効果をあげています。

導入効果:

Criteoでキャンペーンを展開することで、効果の低い広告枠やフォーマットを避ける一方で、Criteoの強化されたエンジンを活用して、単に広告をクリックするだけでなくコンバージョンしやすい有望なユーザーにターゲットを絞って広告を配信できるようになりました。結果として、キャンペーンの効果とパフォーマンスを最大限に高めることに成功。

Criteoの強化されたエンジンを導入後、Clarksの**コンバージョン率は130%、売上は44%増加しました。**

お問い合わせ

パフォーマンス広告に関する詳細・導入事例に関しては、**Criteo.com/jp**をご覧ください。

CRITEO株式会社
東京都渋谷区恵比寿4-20-3
恵比寿ガーデンプレイスタワー 26F
TEL: 03-6450-3350

criteo