criteo

Japan

ひかりTV ショッピング

運用の手間を掛けずに効率よく広告展開したい！さらなる売上アップを目指すNTTぷららが選んだ課題解決策とは？

THE RESULTS

2倍

他社サービスと比較した
広告費用対効果

15分/週

運用にかかる時間

クリテオ導入後は、一度離脱した見込み客や、購入経験のある既存顧客を効率的にターゲティングすることが可能になった。リピートユーザーも増加し続けており、効率的な売上拡大という当初の狙いが達成されたため、新規顧客を獲得するための広告戦略とバランスよく運用できるようになった。
現在では週に15分程度、効果の確認と予算の調整だけで運用ができ、十分な効果が継続的に生まれている。当初は細かくコストを設定していたが、やみくもに運用で予算を調整しても売上効果に繋がらないという過去の経験から、現在ではカテゴリーごとの予算比重設定や、特売時の予算アップ程度の調整に留めている。

“広告費用対効果は、他のリターゲティング広告と比べて2倍程度優れており、売上規模も継続的に拡大している。広告インプレッションも圧倒的に多く、それが購買機会の拡大につながっているのではないか。”

- NTTぷらら サービス本部ビジネス戦略部
  コマース担当部長 芳賀 大輝氏

Background

「ひかりＴＶショッピング」は、約16万点（2016年4月時点）の商品を取り扱うECサイトで、インターネット接続サービス「ぷらら」と映像配信サービス「ひかりＴＶ」を展開するNTTぷららが、EC事業を今後の成長の柱のひとつとすべく、2010年9月に立ち上げた。自社サービスの利用者が必要とするネットワーク機器や録画用ハードディスク、大型テレビ、セットトップボックスなどのデジタル家電やAV機器に加え、日用品、生活雑貨、寝具などファミリー向けの商品まで幅広く取り扱っている。

「ひかりＴＶショッピング」は、ゼロから立ち上がったサービスのため、売上目標を達成するために、様々な広告手法を幅広く試し、効果を検証しながら取捨選択をしていくというプロセスを繰り返した。「我々としては新規顧客の獲得と同時に、一度購入した顧客からのリピート購入を獲得することで売上アップを効率よく達成したいという意向もあったため、クリテオの商品単位でレコメンドするダイナミックな広告配信とリターゲティング技術に関心を持った」（芳賀氏）

Solution

クリテオの導入にあたっては、個別商品をレコメンドする他の広告サービスへの出稿準備と平行して準備を進めたが、商品データをまとめたデータフィードの作成においてクリテオは他のサービスに比べて圧倒的に手間が少なかった。

「他社のデータフィードでは、指定された商品カテゴリーの設定や広告テキスト、クリエイティブの調整を手動で行う必要があり、開始時だけでなく運用開始後も毎月5000点から1万点分の新商品に併せて差分データを手動で調整しなければならない。しかし、クリテオはカテゴリーの関連付けも不要で商品テキストもほとんど変更する必要がない（芳賀氏）」

データフィードはシステムが排出するため、メンテナンスの手間とコストはほぼゼロ。画像も商品写真をそのまま配信しており、特売やポイントアップのときにはフィード上にフラグをたてておけば、クリテオ側で広告クリエイティブに自動的にアイコンを表示してくれる。

現在では週に15分程度、効果の確認と予算の調整だけで運用できているという。「最初は、ここまで簡単にできるとは思わなかった」と芳賀氏は語っている。

THE RESULTS

クリテオ導入後は、一度離脱した見込み客や、購入経験のある既存顧客を効率的にターゲティングすることが可能になった。

「広告費用対効果は、他のリターゲティング広告と比べて2倍程度優れており、売上規模も継続的に拡大している。広告インプレッションも圧倒的に多く、それが購買機会の拡大につながっているのではないか」（芳賀氏）

今後は、クリテオをはじめとする運用中の広告手法を効率よく活用しながら売上をさらに拡大していくほか、クリテオについてはPCだけでなく、スマートフォンやタブレットなどデバイスを横断してユーザーを認識し、パーソナライズした広告を配信することができるユニバーサルマッチ機能の採用を検討していくとしている。

お問い合わせ

〒150-6026 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26階

03-6450-3350　salesjp@criteo.com

詳細については、criteo.com/jp をご覧ください。