



リスティング/ディスプレイ広告の 広告効果を改善されたお客様事例集





クリック数約3倍、
インプレッション数約25倍の改善も！

写真：大里様(右)・大久保様(左)



小田急電鉄株式会社

小田急電鉄が提供するサービス付き高齢者向け住宅「reoda(レオーダ)」(以下、レオーダ)におけるリスティング広告の事例です。以前は駅構内や車内の交通広告を運用しアナログ中心だった同事業で、Shirofune導入へ至った背景やどのような改善が見られたのかお伺いしました。

サービス付き高齢者向け住宅 「reoda(レオーダ)」



(公式HPより: <http://www.odakyu-reoda.jp/>)

顧客ターゲット層: 入居の決定権を強く持っている入居者本人の息子さん、娘さん夫婦の世代にあたる40~50代。情報収集にパソコン・スマートフォンを使う世代

導入経緯

- レップに依頼も、想定よりもインプレッション数やクリック数がなかなか取れていなかった
- 指名ワード(物件名称やブランドなど)のキーワード比率が多く、一般ワードで獲得できていなかった

導入効果

- クリック数は約3倍、インプレッション数で約25倍の改善(前年同月比)
- 獲得の約9割がブランド名以外の検索流入
- 全体の最適化が進み、アロケーションが改善
- レポート作成業務の効率化により、他施策へのリソース配分が可能に

クリック数は約3倍、
インプレッション数で約25倍の改善。
一般ワードでも獲得

Shirofune導入に至った経緯

大里:最初はレップの会社に運用をお任せしていましたが、物件やブランド名を知らない潜在層のターゲットへリーチできておらず、想定よりもインプレッション数やクリック数が取れていないことが大きな課題となっていました。そういった課題感からリスティング広告の運用でShirofuneを導入することにしました。

Shirofune導入からの変化

大久保:以前と同じ予算を使いながら、導入前と導入後(前年同月比)でインプレッション数は25倍ほど増えています。クリック数はおよそ3倍で非常に効率的な運用ができています。

大里:導入前は指名ワードと一般ワードの割合がおよそ7:3でした。Shirofune導入後の現在はその割合が逆転し、獲得の約9割がブランド名以外の検索流入によるものです。「サ高住」や「サービス付き高齢者向け住宅」のような大きいキーワードでも獲得できています。

大久保:リスティング広告全体の最適化が進んだ結果、アロケーション(予算配分)の改善もできました。ブランド名以外の一般ワードにも、ちゃんと予算が割り振られるようになり、獲得への最適なインプレッションがなされるようになりました。

大里:正直、ツールを導入するだけでここまで改善されると思っていませんでした。基本的に入稿だけして、後はShirofuneにお任せしています。



大里:Shirofune導入から数値が安定するまで2週間ほど、1ヶ月後には実感するレベルで効果ができました。それ以降、毎月徐々に数字は伸びています。

Shirofuneで空いたリソースを、 次の施策へ

現場での評判や改善された業務

レップ経由でキーワードを選定したり、予算を決めたりというコミュニケーションコストが格段に減りました。自動的にアルゴリズムが調整してくれるので、圧倒的に楽になりました。

大久保:現場は内覧案内や契約手続きといった日々の業務の中、時間を割いての対応だったので、広告運用の手間が省けた分、他の重要な施策を実施する余裕が生まれました。

大里:1.5から2ヶ月ほど掛かっていたレポートの作成が1,2週間ほどになり格段に短くなりました。9月のレポートであれば、10月の初旬にはレポートが上がってくるのですぐにフィードバックし、次の施策に反映できます。

大久保:部内や社内の打ち合わせの資料にもすぐに展開でき、社員からも高評価です。特別ITの知識が強い訳ではないですが、こうしたらいいのではないかと簡単に判断することができるようになりました。

導入後の課題感や今後の展開

大里:Shirofuneでリスティング広告は最適化でき、サイトへの誘導はできたけれども問い合わせが増えないといった課題に対して、LP(ランディングページ)の改善に着手しています。空いたリソースで、SEO対策やサイト内コンテンツの構築、資料請求ページのリニューアルまで進めていきたいですね。

大久保:Shirofuneは常に自動で最適化をしてくれているので、施策にリソースを割くことができたことがShirofune導入の大きな成果です。もし同じような課題感を抱えている企業があれば、ぜひShirofuneをおすすめしたいですね。



写真：藤田様

マーケティングチームの立ち上げから インハウスでの広告運用へ。

MS&C

株式会社MS&Consulting

実績数・店舗数も業界1位である覆面調査サービス「ミステリーショッピングリサーチ」、そして「サービスチーム力診断(従業員満足度調査)」。これらのサービスにおけるマーケティング戦略のなかで、Shirofune導入へ至った背景やどのような改善が見られたのかお話を伺いました。

提供サービス

従業員満足(ES)と顧客満足(CS)を定量的に調査し、評価する「SPCソリューション」

覆面調査員が店舗へ行き、接客や清潔感、商品の提供スピードなどを調査する「ミステリーショッピングリサーチ」、従業員満足度調査「サービスチーム力診断」、調査データを基に顧客の課題を特定し、具体的なソリューション提案まで行うコンサルティング事業も手掛ける。

導入経緯

- 広告運用の予算が限られている
- 広告代理店の場合、求めているスピード感に合わなかった
- ウェブ広告運用のノウハウを社内に蓄積したい

導入効果

- 少額の予算で広告運用ができるように
- 自分自身の判断で素早く改善することが可能に
- ウェブ広告未経験でも翌日から自分で運用が可能に

マーケティングチームの立ち上げから、 代理店を経てインハウスへ

Shirofune導入に至った経緯

藤田: 競合もほとんどいないサービスということもあり、既存顧客からのご紹介が8,9割を占めていました。一方で、新規獲得の間口がとて狭く、事業を拡大できなかったことが課題でした。もっとニーズがある企業は世の中にあるはずだということで本格的にマーケティングの取り組みをはじめました。

最初は予算が割けなかったで、知り合いのフリーランスに広告の運用を依頼していましたがニッチなサービスとなると運用のハードルが高かったようで、あまりいい成果が残せませんでした。その後2,3社の広告代理店さんに依頼し、LPの導線改善、SNSからの流入設計など様々な施策を行いました。運用を全部お任せしていたのでレポートが送られてきても結局どう改善すればよいか判断できませんでした。社内にノウハウが全く残らない状態から脱却するため、ツールを活用して自分たちの手でリスティング広告を運用したいと考え始めました。

自身の判断で即座に広告を差し替え。 レポートの必要もなくなる

Shirofune導入からの変化

藤田: 広告代理店さんをお願いしていた頃ですと、キーワード1つ変えるために半日や1営業日もかかっていたのが、今は自分の判断で即座に変更できるようになっています。TD(タイトルディスプレイ)のバランスや実際に配信される広告のイメージをShirofuneですぐに確認できるので、それを見て自分自身の判断で自由に変更しています。反応がよくないキーワードがあれば、即時にShirofuneから改善提案が出てくるので、それを見ながら自分自身でチューニングしています。

レポートはわざわざ作成せずとも、Shirofuneの管理画面で今の配信状況をチェックすればいいのでレポートの必要がなくなりましたね。

社内に広告運用のノウハウを蓄積するために、まだ抜けていたりする基礎的な知識があるので、Shirofuneのユーザー勉強会みたいなイベントが今後あれば、ぜひ参加してみたいです。

ウェブ広告未経験でも、 翌日から自社運用が可能に

改善された業務

藤田: 今後も広告運用は内製していく予定で、引き続きShirofuneは使い続けていく予定です。完全に内製しようとしても、GoogleやYahoo!それぞれ全然違うインターフェースなので現実的ではありませんがShirofuneであれば1つの管理画面で運用できます。

出張で予定を空ける時には、Shirofuneに設定だけしておけば出張中にちゃんと変更が反映され、イメージ通りに広告が運用されています。1人でマーケティング全般を見なければならぬので、Shirofuneで広告運用の時間的リソースが減ったのは非常に助かっています。

ウェブ広告がほとんど分からなかった私でも、翌日には広告の運用ができていましたので、誰でも自社運用できるようになるという点がおすすです。

あと、広告予算が少額な会社ですと、なかなか広告代理店さんに依頼できないという問題があるのですが、Shirofuneであれば格安で広告運用が可能になるので、今後自社運用していくことも検討されている会社さんや、急遽「ちょっと広告の運用やって」と丸投げされてしまったマーケティング担当者さんには本当におすすめしたいですね。自分も引き続き活用していきます。



写真: 阿部様



株式会社インターワークス

製造業界で求人掲載数No.1の「工場WORKS」や「ぼけじょぶ」など人材ビジネス業界向けに各種サービスを提供するインターワークス様。Shirofune導入へ至った背景や、導入後にどのような改善が見られたのかお話を伺いました。

これまでの広告運用

以前からWEB広告は積極的に活用しており、アフィリエイトやリターゲティング広告なども活用。リスティング広告もWEBマーケティングの一つの手段として運用していたが、ブランド名以外のクリック単価が高騰したことで獲得コストが上昇。ブランド名だけの出稿に絞り込むことになり、そのタイミングに広告代理店での運用からインハウスに切り替える。リスティングに関しては、担当が一人で「リスティング広告の知識はあるけれど実務経験はない」という状態だった。

導入経緯

- 獲得コストが高騰したことで、キーワードをブランド名だけに縮小した経緯から、工数をかけずに最適化されたキーワードでの出稿を行いながら、獲得コストを適正に保つ必要があった。

導入効果

- リスティング広告を効率的に運用継続
- ブランド名以外のキーワードを拡大し、リスティング広告の効果を最大化
- 大幅にクリック単価を抑制し、広告代理店運用時より獲得コストを縮小
- 詳細レポートにより、エリア別の効果分析から新たなエリア広告施策を推進

獲得コストの高騰。リスティング広告はもう厳しいと思っていた

Shirofune導入に至った経緯

阿部:以前からWEB広告は積極的に活用しており、リスティング広告も運用していたのですが、ブランド名以外のクリック単価が高騰したことで獲得コストが上昇。その結果、「リスティング広告はもう厳しいのではないか」という声が出てくるようになり、ブランド名だけの出稿に絞り込むことになりました。弊社は多くのことをインハウスで行っており、リスティングも自動化ツールを活用しようと、いくつかのツールを比較検討し、一番使いやすいそうだったShirofuneに決めました。

キーワードの幅を広げながらクリック単価を調整してくれるので安心

Shirofune導入からの変化

阿部:3つ程度のキーワードを設定すれば、キーワードプランナーやこれまでの実績から推測して一日程度で設計してくれるので驚くほど工数はかかりませんでした。最も重要で、工数のかかる初期のアカウント設計を自動で対応して貰えたことは非常に助かりました。また、日々のキーワードの精査は、管理画面上の「改善カード」で定期的に必要な提案してくれるのでかなり工数が省けます。高騰している広告グループがあれば、クリック単価を下げて運用してくれますし、順調な広告グループであればクリック単価を調整しさらに最適化してくれます。導入から半年が経ちますが、開始当初より獲得コストを大幅に抑制出来ています。

Shirofune導入からの獲得コスト

阿部:ブランド名を含めたすべてのキーワードの獲得コストの平均値は広告代理店を活用していたときより抑制出来ています。広告代理店のマージンの高さも懸念点の一つでしたので、その点でも満足度は高いです。以前は、製造系工場求人、正社員などのキーワードは、コンバージョンが高いも

のクリック単価も高かったので「費用対効果が見合わない」という印象がありました。現在はクリック単価も抑えられていますし、成果も出ており、新しい領域のユーザーの困り込みにも繋がっています。UIについても非常に使いやすく、GoogleとYahoo!と一緒にモニタリングすることが可能なので、工数も削減出来ますし、昨日までのデータをグラフ付き詳細レポートでいつでもモニタリング出来る点も非常に助かっています。また、運用する中で「こういった機能をリリースして欲しい、改善して欲しい」と願うこともあったのですが、実際に希望通りにリリースしていただくことが多々あり非常に感謝しています。常に機能的にツール改善がされ、日に日に使いやすくなっている点から今後のリリースにも期待しております。

レポートが詳細で、エリアによって広告成果が違うことが分かった

Shirofune導入後の発見

阿部:レポートは非常にわかりやすく、詳細です。たとえば、以前はエリアによる成果の差を正確に把握出来ていなかったのですが、Shirofuneを導入したことによりエリアごとの効果を簡単にモニタリング、比較することが出来るようになりました。その結果、Yahoo!では関東圏以外で成果が高いことが分かり、今後はエリア別に効果的な広告展開をしていきたいと考えています。これは想定外の発見、成果でした。

今後の目標

阿部:獲得コストに関してですが、Yahoo!は目標に達しています。Googleはブランド名を含めた数値としては満足していますが、ブランド名以外の部分の精度を上げて、さらに効率よく獲得していきたいですね。あとは、さらにコンバージョン数を拡大していくには、どうすればいいのかを模索しています。広告費を拡大しても応募単価が上がってしまっただけでは意味がありませんし。今後もShirofuneを有効に活用しながら結果を追い求めていきたいです。



野原ホールディングス株式会社

プロ向け建材通販サイト「アウンワークス」の運営と、『建築業界のコンシェルジュ』として、建材発注に関わるお困りごとを解決するサービスを提供されています。Shirofuneのテスト導入を行っていただきました背景やどのような改善が見られたのかお話を伺いました。

これまでの広告運用

当初は広告代理店に依頼していたものの、扱う商材数が多いこともありスムーズな連携ができず、広告効果が出にくい状況に。そのため広告の運用体制をインハウスに移行。

インハウス化後、広告効果は改善。ただ徐々に展開する商材数が増えていくなかで、管理が煩雑化し、オペレーション業務で手が回らない状態になっていた。

導入経緯

商品数が13万以上・カテゴリ数が900以上あるECサイトのリスティング運用で、キーワードの管理と入札などのチューニングで業務のほとんどの時間を消費してしまっていた。

導入効果

オペレーションの細部をShirofuneに任せられるようになり、今まで取り組むことができていなかった各商材毎に併せたクリエイティブ開発やCRM領域まで着手することができるようになった。

毎日のキーワード・入札の管理・オペレーション業務で業務時間のほとんどを消費

Shirofune導入に至った経緯

鈴木: インハウスに切り替えてから、広告効果は改善してきていましたが、商材数が多く、工数が膨れ上がってしまい、新しい施策にチャレンジができなくなってきたことに課題を感じておりました。

澤中: 毎日のキーワード・広告文などの出稿管理や入札の調整などオペレーション業務で業務時間のほとんどを使ってしまい、これ以上出稿する商材を増やしたり、商材毎のクリエイティビティを開発したりすることまで手が回らなくなっていました。またキーワードが増えていくにつれ、Yahoo・Googleの媒体毎の設定も異なってしまい、管理が煩雑に。社内で共有するための管理シートを作成するのにも苦労でした。

積極的に売上拡大につながる追加施策に時間を使えるようになった

Shirofune導入からの変化

澤中: Shirofuneだとキーワードや広告内容が整理されてまとまっているので、全体を俯瞰してみることができるようになりました。キーワードの選定や広告文の設定など、一連をつなげた状態でプランニングから実際の入稿まで完結したアクションを行うことができています。

鈴木: 社内で打ち合わせをするときも、Shirofuneの管理画面の内容をベースに議論することができ、スムーズに意思決定ができています。レポートも見やすいポイントが整理されており、状況把握から次のアクションの決定がスムーズにできるようになりました。媒体の管理画面でも直接確認することができますが、項目が細かく、議論が細部に陥りがちになってしまうので、こうして見るべきポイントが整理されているのはいいですね。

澤中: 「Shirofuneでできること」をベースに運用を組み立てていくことで、より大きな戦略や方針に時間をさくことができるようになった気がします。今までは「今日はなにをすべきか」を考える必要があったのですが、運用ナビや改善カードが提示されているので、まずそれをチェックし、そこからアクションを行うようになりました。

安定した成果を出しており、アカウント構成をすべてShirofuneに

Shirofune導入の決め手

鈴木: まず入札から試させていただきましたが、安定した挙動をしており、しっかりした成果が出ていました。その後のアカウント構成の切り替えも、Shirofuneがテストリリースされたタイミングで一旦全ていれちゃおうと(笑)と踏み切りました。

澤中: 予算管理機能を試したのですが、挙動がしっかりしていたので、安心してアカウント構成の機能を試すことができました。また開発者の方にサポートも行っていただけているので、非常に相談しやすいです。

鈴木: この手のサービスではツールのサポートは対応してくれるのですが、なかなかそれ以上のことに対してはサポートを行っていただけないと感じておりました。ただShirofuneさんは、もうちょっと広い考え方なども相談することができ、その点でも安心して使うことができています。



クラウド広告運用ツール「Shirofune(シロフネ)」は
誰でも簡単に受け身で高い広告効果を実現できる
リスティング広告の運用自動化ツールです。

2ヶ月無料
トライアル
をご利用頂けます

広告運用にお悩みの方

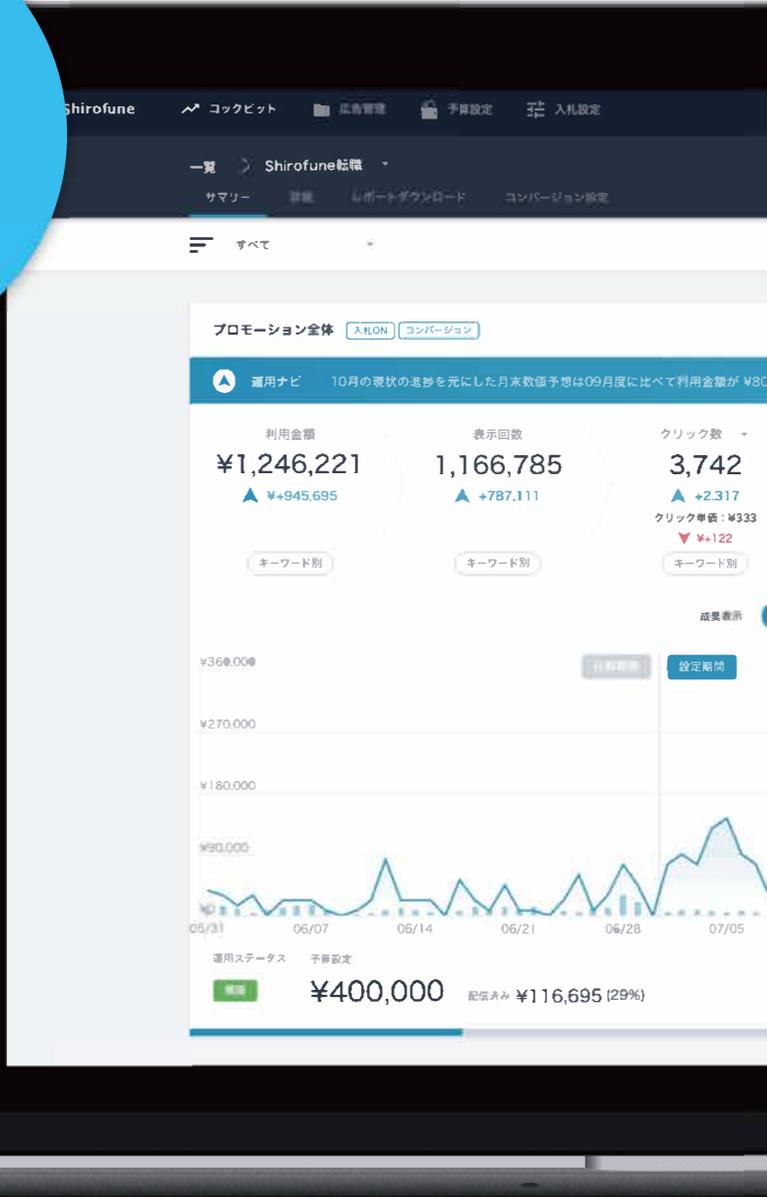
さらに効果を高めたい方

ぜひShirofuneをお試しく下さい

シロフネ

検索

<https://shirofune.com/>



2ヶ月無料トライアルはこちら ▶