

reoda（小田急電鉄株式会社様）

広告主

その他業種

東京

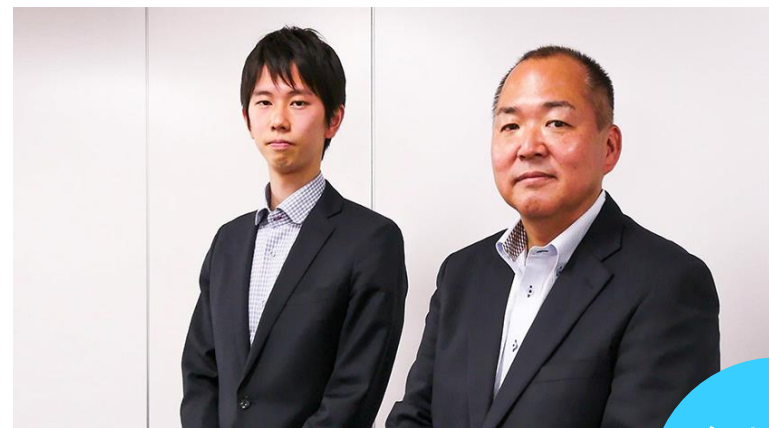
広告運用内製化

広告効果改善

アナログ広告中心からデジタル強化
広告運用の業務が効率化され、他の施策にリソースを割けるようになった

インプレッション25倍、クリック数3倍！
Shirofuneが小田急電鉄のデジタル転換戦略に
貢献

<https://shirofune.com/cases/feedback-detail05/>



クリック数
3倍
インプレッション
25倍

導入前の課題

- インプレッション数やクリック数が想定よりも取れていなかった
- 物件の名称やブランドなどのキーワード比率が高く、ほかのキーワードでは獲得できていなかった
- アナログ広告中心で、デジタル広告の施策が不足していた

導入後の効果

- 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
- ブランド名以外の検索流入で約9割の獲得が可能になった
- 広告運用の業務が効率化し、他の重要な施策を実施する余裕が生まれた