

Havas Digital社、キャンペーン効果の向上を狙い DoubleClick dataを有効活用



「DoubleClick社との長期に渡るパートナーシップにより、我々はマーケットに対して、他社とは全く異なるデータ中心のサポートサービスを提供する事に成功しています。DoubleClick社からもたらされる非常にきめ細かいデータと独自システムのArtemisによる強力な分析により、我々は確かな成果をクライアントのデジタルキャンペーンに届ける事ができています。」

-Havas Digital社Global CEOのAnthony Rhind氏は語る

Havas Digital社は、何百ものオンラインキャンペーン広告を成功に導く為、10年以上に渡ってDoubleClickのサービスを活用してきました。

世界各地にあるHavas Digital傘下の代理店は、DFAならびにDTなどのDoubleClickサービスを活用し、Artemis(アルテミス)と呼ばれるHavas社の強力なデジタルマーケティング最適化システムを運用しています。このArtemisはキャンペーンデータを収集、評価し、広告効果に関するより高い知見を獲得する事ができるようになっているのです。

そのため、Artemisを使うことにより、バナーやビデオ広告の露出、検索クリック、サイト訪問と言ったユーザーの行動に関する観察を通じてマーケティング担当者がオンラインキャンペーンを最適化することができるようになっており、サイトのセールスデータや顧客の生涯価値データと広告の配信データを照合することも可能です。

Havas Digital社は、キャンペーンを最適化する戦略的な考察をクライアントへ提供する事で世界的な成功をおさめており、Artemisは、長年に渡る実績値が元になったアルゴリズムと、統計分析データの素早い処理能力の結晶です。

DoubleClick data transfer は、CTRやCVRといった普通の効果指標にとって変わる新しい考察をマーケティング担当者へ提供する事ができ、Artemisが最も進んだソリューションシステムである事に貢献しています。

利用可能な最良のデータ

DTでは、アドサーバーより抽出されたデータを毎朝ダウンロードして入手でき、これらのデータファイルには、広告の配信、クリック、あるいはコンバージョン（Spotlight event）などを含んだユーザーの行動分析に役立つ最良のデータが含まれています。このデータファイルがArtemisへ入力された後、Havas社の経験豊かな分析担当者が、Artemisから自動作成された高度なレポートを用い、媒体社が配信する数百もの有名ブランドのキャンペーンを最適化する作業に着手していきます。

この最適化作業は、1,最適なリーチや配信頻度の検証、2,コンバージョンプロセスの合理化、3,ディスプレイに対するサーチ広告の要因計測、4,オンライン広告とオフライン広告のクロスマーケティングから構成されています。

オンライン広告における最適なリーチと配信頻度の設定により、広告の効果を改善する事

5カ国で小売業を展開するあるクライアントは、コンバージョンの最適化に非常に関心があり、Artemisはこのクライアントへ配信頻度を最適化するレポートを作成し、2-5の配信頻度をもっともコンバージョンレートが高かった事を証明しました。綿密な配信頻度のコントロールを実施する事でコンバージョンを27%アップさせ、同時にコストを13%ダウンさせることを実現したのです。

DoubleClick for Advertisers (DFA) について

DoubleClick for Advertisers (DFA) は、デジタル広告プログラム全体の管理に役立つ、広告主や代理店向けの広告管理および広告配信ソリューションです。DFA では、メディアプランの作成、トラフィック管理、ターゲット設定、配信、最適化、レポート作成など、広告運用の一連の作業を一貫して行えます。DFA を使用すると広告運用に伴う煩雑な作業を合理化できるだけでなく、DFA での一元管理によってデジタルキャンペーン間の比較も容易にできます。また、高機能なレポートや分析ツールを使って、キャンペーンの効果を正確に把握することができます。

詳細は、次の URL をご覧ください。

www.google.co.jp/doubleclick

Havas Digital社は、この広告主のすべてのキャンペーンに、配信頻度設定を実施するというガイドラインを作成しました。

コンバージョンプロセスの合理化は、オンライン販売業者にとって、売上低下につながるオンライン上の障害を取り除く事につながります。

2月1日、あるアメリカの旅行業者が、キャンペーン効果の重大な低下に気付きました。

Havas Digital社の担当チームが、すぐさまクライアントサイト上の「確認ページ後のコンバージョン率」について調査を開始し、彼らは、サイトのリニューアル時に不親切で使いづらいステップが追加されてしまい、それが閲覧者の購入プロセスにおいてページの離脱を招いているという結論に至ったのです。問題のステップを取り除くと、翌週には通常のコンバージョンレートを回復することができました。

検索広告とディスプレイ広告の要因計測分析は、コンバージョンにおける直前の露出がどちらからだったのかという割合から分析できます。正確な分析が出来るならば、この要因計測はオンラインビジネスにとって非常に重要なものとなります。

ヨーロッパのある著名な通信会社は、商品特徴が似たような2つの製品を持っており、Havas Digital社は、一方の製品は検索広告のみ、もう一方の製品には、検索広告とディスプレイ広告の組み合わせでキャンペーンを実施しました。さらに、この2つの製品は共通の検索ワードも持っていたのです。

Artemisによる要因計測により、これらの2つの製品キャンペーンにおいて、重大な事実が明るみになりました。それは、検索広告のみのキャンペーンよりも、ディスプレイ広告と検索広告との組み合わせでキャンペーンを実施した方が、32%も見込み客を多く獲得できるということでした。2ヶ月間このキャンペーンの最適化を行った結果、Havas Digital社は、CPAを18%下げる事に成功し、見込み客を獲得し続けています。

オンライン広告とオフライン広告のクロスマーケティングは、該当キャンペーンの効果を最大化することができます。例えば、ヨーロッパのある保険会社はオフライン広告の効果に興味を持っていました。なぜならば、早朝にラジオ広告を打つとその2時間以内に検索広告にクリックが発生していたからです。Artemisを使う事で、この2つの出来事が明らかな関連性を持っている事が分かり、このクライアントは、ラジオ広告と同期した検索広告を出稿することを結果として36%もROIを改善する事ができました。

検索広告、ディスプレイ広告、モバイル、CGM、E-Mail、オフライン広告、DRTVなど、複数のチャネルから得られる統合された分単位のデータを含むArtemisを使う事で、マーケティング担当者はキャンペーンの効果を最大限に高める事ができるのです。

世界規模のサービスとサポート

Havas Digital社は、世界54都市でビジネスを展開し、顧客が望めばどこでもサービスを提供する。そして、それはDoubleClick社も同じである。Havas Digital社が望む正確で最新のデータが確実に提供できるよう、DoubleClick社は常に最善を尽くしている。

DoubleClick社はアジア・パシフィック地域で、Havas Digital社専用のネットワークを運用しており、またいくつかのクライアントへ専用のネットワークを運用している。

「DoubleClick社との長期に渡るパートナーシップにより、我々はマーケットに対して、他社とは全く異なったデータ中心のサポートサービスを提供する事に成功しています」とHavas Digital社Global CEOのAnthony Rhind氏は語る。「DoubleClick社からもたらされる非常にきめ細かいデータとArtemisによる強力な分析により、我々は確かな成果をクライアントのデジタルキャンペーンに届けることができます」

DoubleClick社のハイオク燃料を、Havas Digital社の強力なエンジンであるArtemisへ注ぎ込む事で、両社のパートナーシップが戦略的な洞察を生み、世界中の広告主へ非常に素晴らしい効果を届けています。

