

ユーザーに嫌がられる広告から、求められる広告へ 毛髪クリニックリーブ21®が「パーソナルな悩み」に応える、 顧客視点のデジタル広告の展開を実現 ～事例のご紹介 毛髪クリニックリーブ 21®～

パフォーマンス広告テクノロジー企業の AdRoll株式会社(本社: 米国カリフォルニア州サンフランシスコ、日本法人代表: 香村竜一郎、以下 AdRoll)は本日、総合毛髪関連企業・株式会社 毛髪クリニックリーブ 21®(本社: 大阪市中央区、代表取締役社長 岡村勝正、以下リーブ 21)のディスプレイ広告施策の一つとして AdRollが採用されていることを発表いたします。

社長自らが出演するCMで人気のリーブ21は、これまで長期に渡り大規模なテレビCM展開を含む幅広い広告施策を実施しており、現在では従来型のマス広告とデジタル施策とのそれぞれにおいて最大成果を発揮できるメディアミックスを追求しています。現在同社はデジタル施策の一つとしてトランスコスモス株式会社(本社: 東京都渋谷区、代表取締役社長兼COO 奥田昌孝)を通して、AdRollリターゲティング広告ならびに AdRollプロスペクティングを採用し、顧客視点でのデジタルマーケティング施策を実施しています。



マーケティング課題は、長期検討型商材の購入サイクルに合わせた「しつこくない」デジタル施策

「デジタルマーケティングによって、テレビや印刷物では、弊社の良さを伝えられない方々にもアプローチを広げることが期待しています。リーブ21と出会うことで、お客様のパーソナルな悩みを解決し、悩みを喜びへと変える。この取り組みはインターネットの世界でも行っていく必要があると考えました。」(リーブ21代表取締役社長 岡村勝正氏)

「一方で、短期間で何度もアプローチするような広告だと、ユーザーにストレスを感じさせてしまう危険性もあります。これまで、購入を検討している段階のユーザーへはアプローチできていましたが、まだサービスを理解していないユーザーにも理解を深めてもらいサービス利用のきっかけへ繋げたいという課題がありました。今回、AdRollがこうした課題に応えるサービスであるということで、トランスコスモス社から紹介を受けて導入を決めました。」(同 岡村氏)

「広告主、代理店、メディア」の信頼関係が施策の実施スピードを後押し

リーブ21社のデジタルマーケティング施策の一部を担うトランスコスモス社は、こうしたリーブ21社の課題を受け、以下のポイントでAdRollが最適であると考え、部分採用ではなく包括したデジタル施策としての導入提案を行いました。

- ・長期検討型商材の購買行動に合わせた広告配信の実施
- ・適切頻度での広告配信(しつこくない配信)
- ・既存顧客外へのアプローチ

「これまでリターゲティング広告は、自社サイトに訪れた消費者に対し、訪れた後すぐにリターゲティングを開始し、短期間に集中して広告を配信し穫り取りまで繋げるのが一般的でした。しかし価格帯も比較的高い商品は、ユーザーの検討期間も長く、購入サイクルは長くなることが多くあります。特にパーソナルな悩みに応える商品は、ユーザーの検討段階や購入意欲に適したアプローチが肝要です。私どもトランスコスモスはこうした課題に応える広告ソリューションとして AdRollが最適であると考えました。」(トランスコスモス、アカウントエグゼクティブ 日下部圭祐氏)

「今回の施策は、リターゲティングを部分的に導入するだけでなく、包括的に行うことでオフラインや販売戦略にも将来的に貢献できることを見据えたものです。ですから検討も長期になることをある程度覚悟していました。しかし、岡村社長の指揮のもと実施されたプロジェクトは大変スムーズに進んでいます。広告主、代理店、そしてわれわれベンダーの三位一体の施策として大きな成果を期待しています。」(AdRoll、代表取締役社長 香村竜一郎)

「AdRollのリターゲティングを使い、サイト訪問者の行動パターンに合わせて、適切な頻度の広告配信を行うことで、悩みに寄り添うデジタル戦略を実施できました。AdRollを活用した包括的なデジタル施策により、ブランド力向上にもつながる大きなうねりを作り出せたと思います。」(同日下部氏)

価格帯の高い「オウサムクラス EX」購入の後押し

AdRollによる包括的なデジタル施策実施の足がかりとして行った施策はリープ 21社としては比較的手軽な価格帯の商品群に焦点をあてたものでした。ところが、施策から購入に結びついたものの中には高額帯である「オウサムクラス EX」に繋がったものが多くあることがわかりました。

「今回、ユーザーの悩みに寄り添うようなアプローチを行ったことで、より幅広い層へも響いたことがわかりました。更には、そうした施策の先に繋がるユーザーに適したアプローチができたのは、そうしたユーザーに適した広告配信を実施できたからと考えています。」(リープ 21 岡村勝正氏)

「今後AdRoll Prospectingなどを活用した施策へ進展させ、顧客視点の広告をさらに発展させ純増から見た結果へと結びつけたいと考えています。」(トランスコスモス 日下部氏)

■ 株式会社毛髪クリニックリープ 21について

リープ 21 のサービスは、一時的な養毛、育毛効果を求めたものではなく、あくまでも脱毛原因をしっかりと解消し、生涯に渡って生え続け、伸び続ける髪にすることを目的としています。また発毛促進とともに体質の改善、健康増進にもつながるような考え方に基づいています。

代表取締役: 岡村勝正

本社所在地: 大阪府大阪市中央区城見 2-1-61ツイン21 MIDタワー22F

設立: 1993年11月

資本金: 40,000,000円

従業員: 約650名

主要サービス: 頭髪の発毛施術サービスおよび関連商品の販売

URL: <http://www.reve21.co.jp>

■ AdRollについて

AdRollは パフォーマンス広告プラットフォームを提供し、全世界で 3万5千社を超える広告主に採用されています。2015年6月には新規顧客へのリーチを拡大する AdRoll プロスペクティングを開始しました。PC、モバイル、タブレットなどデバイスを横断しオーディエンスへのリーチが可能で、フレキシブルなプラットフォームにより、AdRollが有する12億超の世界最大規模のデータセット、AdRoll IntentMap™を活用し、独自のアルゴリズムで適切な広告スペースを適切な価格で入札することで、新しいオーディエンスへアプローチが可能のため、見込み客を顧客に転換させ、育成させるという購買ファネル全てを網羅したフルファネルマーケティング施策の更なる効果が期待できます。また、Google、Yahoo!、Facebook など幅広い広告インベントリーソースにわたって 透過性とリーチ及び広告施策の目的に応じてのより細やかな配信運用が可能です。

サンフランシスコに本社を構え、ニューヨーク、シカゴ、ダブリン、ロンドン、シドニーにオフィスを開設しています。また、Foundation Capital、Institutional Venture Partners、AccelPartners、Merus Capital、Peter Thielなどの主要投資機関の支援を受けています。

詳細については、www.adroll.com、AdRoll株式会社についてはこちら www.adroll.jp をご覧ください。

AdRollの情報ソース(日本語): <http://www.adroll.jp>

ブログ: <http://blog.adroll.com/ja-jp/>

情報/レポート: <https://www.adroll.com/ja-JP/resources>

Twitter: <https://twitter.com/AdRollTokyo>

Facebook: <https://www.facebook.com/adrollTokyo>

■ 本件に関する報道関係者からの問い合わせ先

AdRoll マーケティングチーム japanmktg@adroll.com