

ウェブサイトに眠る Eメールを掘り起こし、 「戻ってこられない」ユーザーにアプローチ

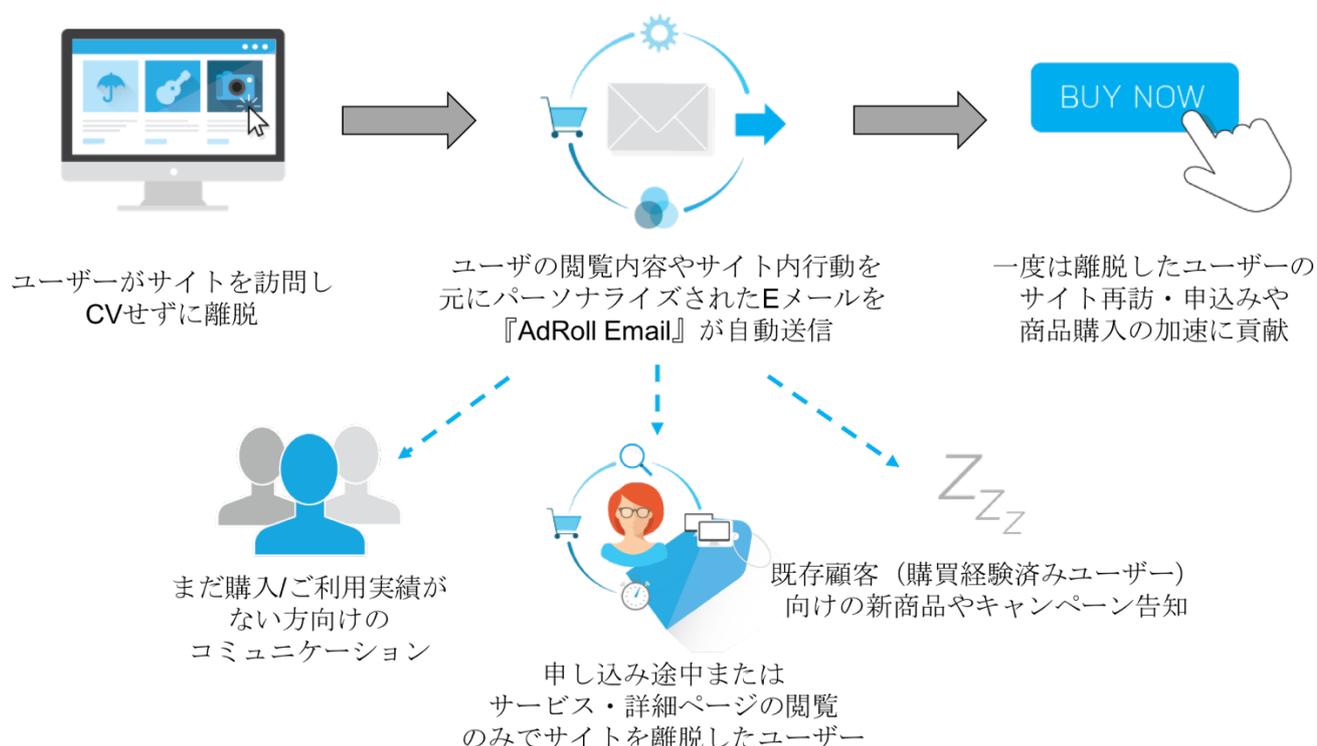
～「AdRoll Email」日本でも提供開始～

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）は昨年、リターゲティングメールを利用できる新製品「AdRoll Email」を米国にてリリースし、本日より日本でも本格的に提供を開始したことを発表いたします。

「AdRoll Email」は、米国 userfox の買収によって生まれた製品で、サイト訪問者の閲覧行動に応じ、商品レコメンドをメールで自動的に送信するという方法で、サイト訪問者を確実にリターゲティングすることを可能にします。

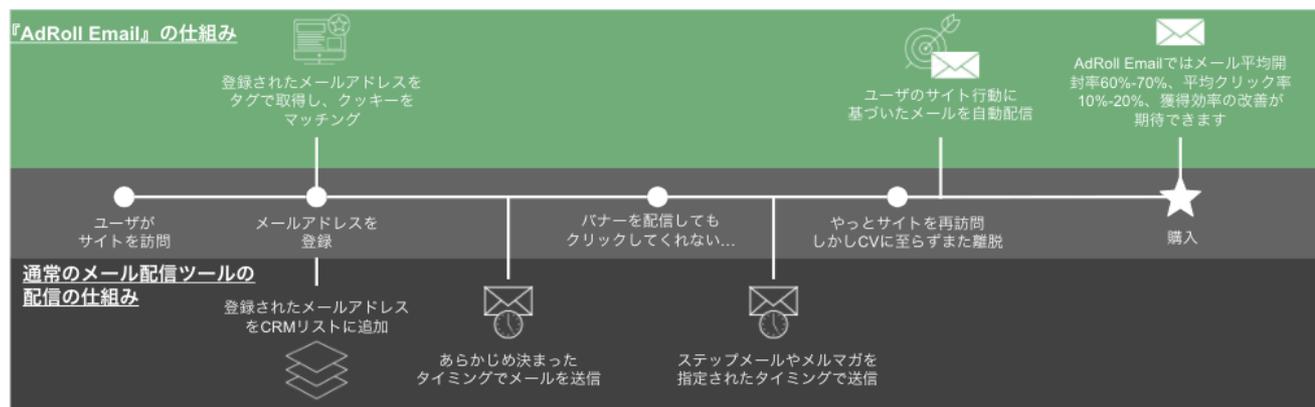
米国ではすでに、700社を超えるお客様が当社のベータテストに参加し、現在も1,000社を超える広告主の皆様にご活用いただいています。これまでのメールの平均開封率は平均50%を超え、平均クリックスルー率も10%を上回っています。これは、標準的なメールと比べて2～3倍高いパフォーマンスと言えます。日本でベータテストでも50%の開封率と17%の平均クリックスルー率という結果が出ています。

「AdRoll Email」とは



通常のメールマーケティングと「AdRoll Email」の違い

多くのメールマーケティングは、企業における商品やサービスに関する情報をお客様へ配信し、お客様とより深いコミュニケーションをとっていきながら長期的な関係を構築し、育成していくことを目的としています。しかし、「AdRoll Email」は、ユーザーのサイト内行動をきっかけに、購入を促すことを目的としたトリガーマールをリアルタイムで配信することができます。他のチャネルを使用し配信する、運用型広告と同様に、ユーザーの購入につなげる成果を出すこと・成果に直結することを目的としています。

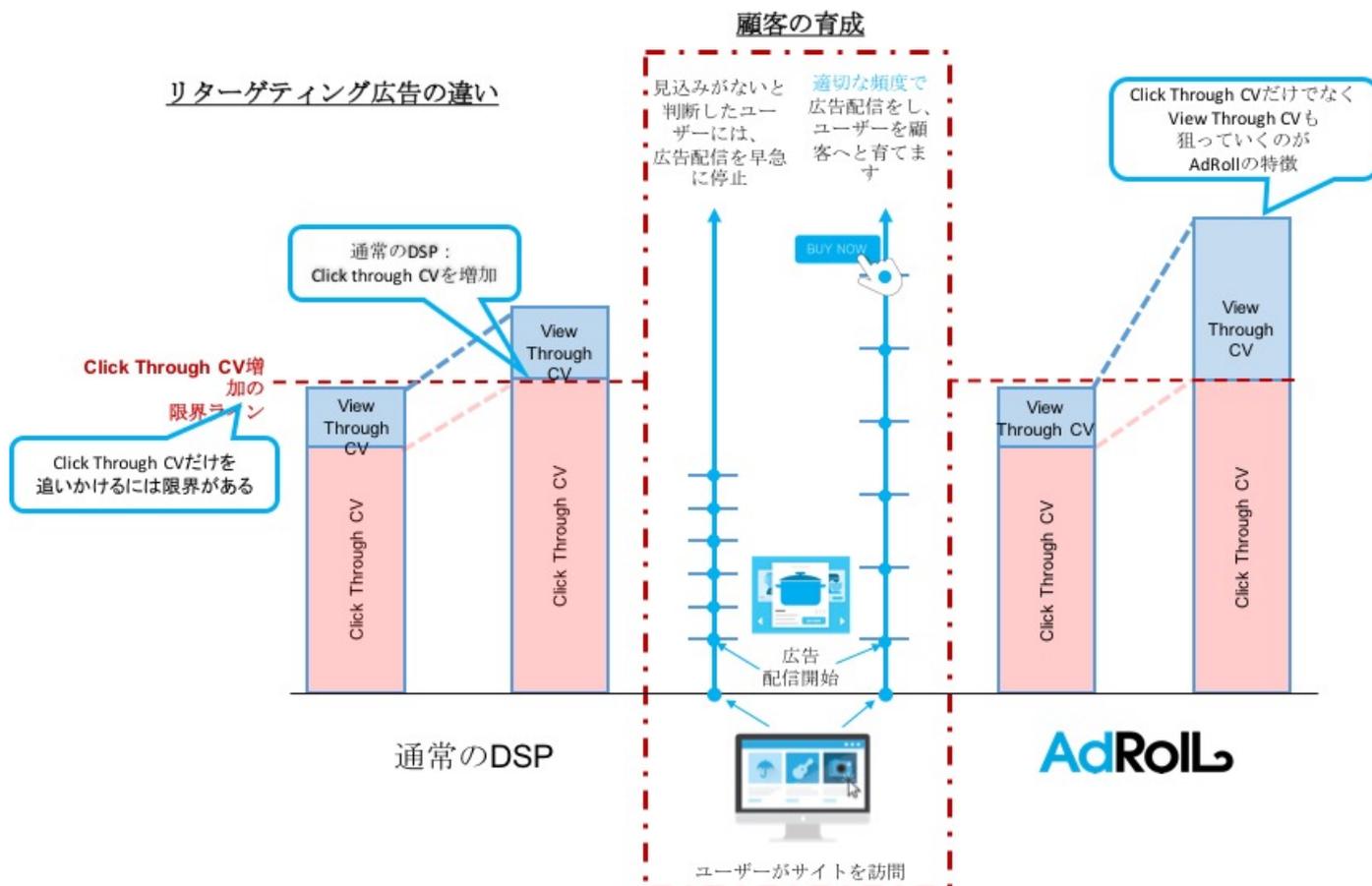


AdRoll リターゲティング広告の特徴を活かしたメールマーケティングを「AdRoll Email」で

リターゲティング広告を配信し、運用管理をする DSP は、国内外を含め数多存在しますが、その中で、どの DSP を使用するのか、どの DSP が自分の望むマーケティング活動や会社の利益向上につなげることができるのかを見つけるのは至難の技といえるでしょう。国内では、一つの企業がいくつもの DSP を並行して使い分けるケースも多く聞かれます。

通常の DSP でのリターゲティング広告は、Click Through CV の増加を狙うものですが、Click Through CV の増加には限界があるのも周知の事実です。AdRoll のリターゲティング広告は、Click Through CV だけでなく、他の DSP では増加が難しい View Through CV の増加も狙っていくことで、WEB 上全体の CV 増加させることを目標としている所が特徴です。さらに、しつこくない適切な頻度で広告配信をすることで顧客の購入意欲を損なうことなく育成を目的としている点が特徴です。

そのため、長期検討型の商品を扱う企業や B2B 向けの製品を扱う企業など幅広い業種に適していると言えます。現に、国内ではリターゲティング広告の使用がまだ一般的でない B2B 企業でも、グローバル全体で見ると B2B 企業の利用率は 20%を超えています。国内の DSP が取り扱う業種は平均 4 種といわれていますが、AdRoll では 8 業種以上のお客様にご利用いただいています。



日本での AdRoll Email 使用事例：

「戻ってこないのではなく、戻ってこれない」ユーザーへのアプローチが可能に

日本でのリリースに先んじて「AdRoll Email」の導入を行なったゴルフグッズ専門のECショップ「Atomic Golf」(<http://www.atomicgolf.jp/>)を運営する株式会社リアルマックス（本社：広島県広島市、代表取締役 青松 勇介、以下リアルマックス社）は、「戻ってこないのではなく、戻ってこれない」ユーザーへのアプローチを可能にしました。

Atomic Golfには、サイトの訪問者が離脱した後の呼び戻しが大きな課題の一つでした。例えば、カートに商品を入れるところまでは誘導できたとしても他店との比較で一旦離脱したユーザーをサイトに呼び戻すのが難しいと感じていました。

「他社商品との検討比較段階のユーザーが、カートに商品を入れて離脱した場合は、カート落ちソリューションでそのユーザーを呼び戻す働きかけをすることは可能です。しかし、自社サイトを訪問し、いくつもの商品ページを訪問しても、カートに商品を入れなければ購入意欲の高いユーザーを追いかけることができません。ここはロイヤル顧客拡大の大きな課題と感じていました。AdRoll Emailを導入することで、こうした“実はポテンシャルの高いユーザー”へ、アプローチすることが可能となりました。」

（株式会社リアルマックス ゴルフ事業部 Web マーケティング課長 田中 享氏）



AdRoll Emailにご興味のある方は、製品説明ページ (<https://www.adroll.com/ja-JP/product/email>) をご覧いただくか、直接 AdRoll (japansales@adroll.com) までお問い合わせください。リターゲティング広告の新しい戦略に貢献します。

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、<http://www.adroll.com>、AdRoll 株式会社については[こちら](#)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
japanpr@adroll.com