

「Actual RTG分析」、デジタルマーケティングの無駄コストを発見

全体予算の約40%を費やしていた特定リターゲティング広告を停止
より影響力の高いマーケティング施策への予算追加が可能に

～リターゲティングの新規または既存購入の成果寄与の詳細が明らかに～

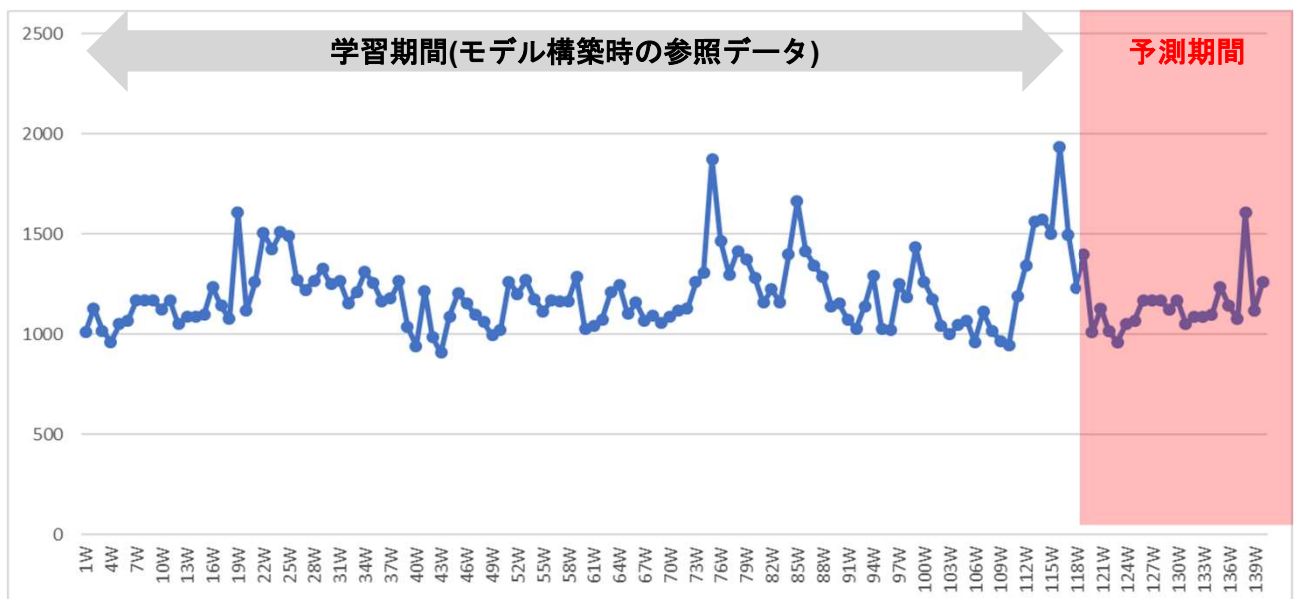
株式会社Lifunext（本社：東京都港区、代表：田村 一将、以下Lifunext）は、本年10月にサービス提供を開始した、統計学に用いたプロモーション分析サービス「Actual RTG分析」が効率的な広告メニューの選択と予算投下の実現を目的に複数企業で採用されました。今回「Actual RTG分析」を行いLifunextから発表させていただくのは、これまでも積極的にデジタルマーケティング施策を実施している大手ECサイトを営む企業です。今後、さらに積極的なデジタルマーケティング施策を行っていくうえで、今回の分析に踏み切り、結果として実施企業の売上に貢献する広告運用施策について詳細を発表いたします。

【新サービス「Actual RTG分析」について】

「Actual RTG分析」は、マーケティング施策として行っている各広告メニューがどの程度、売上の純増数に影響を及ぼしているかを、統計学を利用して影響度を定量化できる分析サービスです。統計学を駆使し、これまでの広告配信データに基づき、時間帯や曜日、地域など、売上に影響する可能性ある変数を加味し、媒体ごとの影響度をランク付けすることが可能となるため、売上影響度低い施策を把握し、無駄コストの削減に貢献します。現在行っているデジタル広告施策の中で、売上の純増に直接影響していない(=実施しなくても売上が下がらない)施策発見に役立てることが可能です。

【実施企業における「Actual RTG分析」事例】

今回の導入では、リターゲティングは新規または既存購入の売上拡大に影響度の把握を目的として、学習期間をもとにとあるリターゲティング広告を廃止した場合のモデルを構築しました。



【CPAだけを見て、予算配分を行うのはリスクー】

今回「Actual RTG分析」を実施した企業はこれまで、CPAが高いことを理由に、媒体Aに全体予算の約40%を割いてきました。

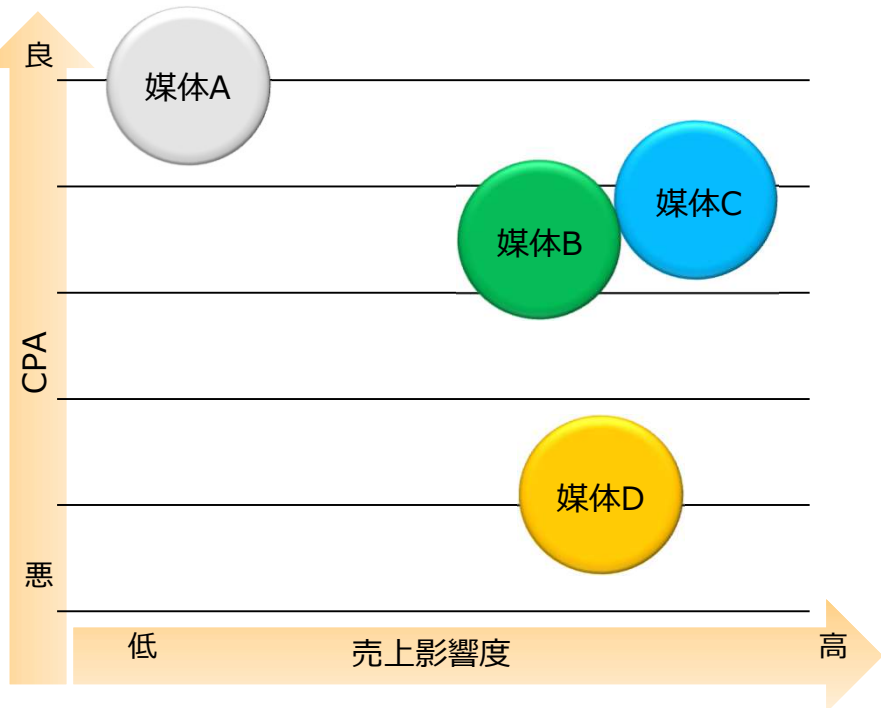
しかし、右図のように、CPAが良くても売り上げ影響度が少ない媒体AよりCPAがあまりよくない媒体Dの方が売上影響度が高い結果を得たことから、媒体Aの配信を停止しても売上減少リスクが低いことが浮き彫りとなり、また媒体Dの広告の改善をする必要があることが明らかとなりました。

そして、媒体B、CはともにCPAも売上影響度も高く、よい結果を得られていることがわかります。このように各媒体のCPAや売上影響度を可視化することで、

これまで全体予算の約40%を割いてきた特定のリターゲティング広告の配信を停止し、影響が高い結果を出したマーケティング施策に予算を配分しなおすことができ、より効果的なデジタルマーケティングが実現しました。

このようにこれまで売上影響度の可視化が難しかったデジタルマーケティング施策も、統計学を駆使することで、本当に企業経営や企業利益に直結する無駄のない施策が可能となります。リターゲティング広告は、すでにサイトを訪れ購入確率の高いユーザーに、効率よく広告を配信出来る反面、全てのコンバージョンが売上の純増につながっているわけではありません。このように自身の施策を見える化することで、経営本部や営業部などと連携し、効果的な施策を実現していきましょう。

お客様の悩みを解決することを目的に、Lifunextが得意とする統計学的アプローチをマーケティング領域に組み込んだサービスとなります。Lifunextは、これからもお客様のより高度なマーケティング戦略のお手伝いを目指し、スキルの継続的な向上ならびにサービスの品質向上に手を緩めることなく、真摯に取り組んでまいります。



【株式会社Lifunext 概要】

- ❑ 会社名：株式会社Lifunext (ライフネクスト)
- ❑ 所在地：〒106-0047 東京都港区南麻布五丁目10番37号 Esq広尾 5階
- ❑ 代表：田村 一将
- ❑ 事業内容：1.デジタルマーケティングコンサルティング事業、2.メディア事業