



CASE STUDY

廃車買取サービス 

質を重視した スマート自動入札で 売上と獲得数を最大化

概要

廃車買取サービス「ハイシャル」を提供するユニオンエタニティ。入札戦略を「コンバージョン値の最大化」に切り替え、さらに BigQuery の導入を行ったところ、コンバージョン値は 24% 増加し、顧客獲得単価は 13% の削減に成功しました。

課題

廃車買取サービスを提供する同社では、約 5 年前より Google 広告を活用。検索広告で関連する様々なキーワードをカバーし、拡張クリック単価を成果に応じて手動で設定しながら、コンバージョンの獲得に取り組んでいました。しかしながら、大規模な運用を行う中で「車の種類やお客様によって、同じキーワードでも売上が全く異なる場合もある」（取締役 角田 裕典様）ため単価調整には限界があり、費用対効果の改善と、より精度が高い獲得が求められていました。



廃車買取サービス:

<https://haishall.jp/>

ユニオンエタニティ株式会社

大阪府大阪市

<https://union-eternity.co.jp/>

本施策の成果

+24%

コンバージョン値

-13%

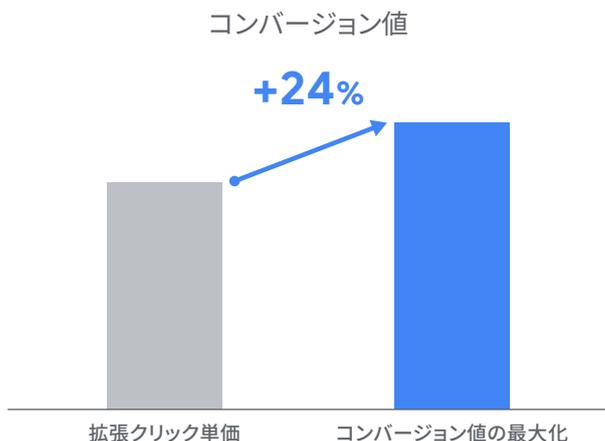
顧客獲得単価

解決策

同社が最も重視する指標の1つである販売額を拡大すべく、コンバージョンの価値を重視したスマート自動入札に変更。目標広告費用対効果とコンバージョン値の最大化をそれぞれテストしました。前者では販売額に着目して機械学習を進めたものの、コンバージョンが思うように伸びなかったため、学習素材となるデータのボリュームや精度をブラッシュアップすることに。後者ではBigQueryを導入し、約1か月間を費やしてコンバージョンに繋がりそうなモデルを定義。十分なテスト期間を設けて、コンバージョン値の最大化を目指して機械学習を推し進めました。そのほか、キーワードのマッチタイプで部分一致も積極的に採用することで、見込顧客との接触機会の増加も試みました。

結果

コンバージョン値は24%増加し、顧客獲得単価は13%の削減に成功。「手動と違って自動の場合はやれることが決まっているため、工数を削減しながら成果も出て満足」と同社取締役 高野 良太様は語ります。



成功のポイントと今後の展望

「BigQuery で、より最適なモデルを作っていきたい。さらに、主に認知拡大を目的として、ディスプレイ広告やYouTube 広告にもチャレンジして、ビジネスの成長に繋げていきたい」と角田様は今後の展望を語っています。

“BigQuery でコンバージョンに繋がりそうなユーザーを強化するモデルを苦悶しながら作成し当て込んだところ、機械学習がとても上手く機能しました”

ユニオンエタニティ株式会社
取締役
高野 良太様

Google 広告について

Google 広告は、あらゆるサイズのビジネスで活用できるオンライン広告サービスで、ローカル ビジネスから大企業まで、新たな顧客へのリーチや、ビジネス拡大をお手伝いします。詳細は次のリンクをご覧ください。ads.google.com/home

© 2020 Google LLC. All rights reserved. Google と Google ロゴマークは Google LLC. の商標です。第三者が所有するブランドまたはロゴは著作権、特許権、商標権その他の権利により保護されています。