



CASE STUDY

インターネットメディア 

自動入札と部分一致の 導入により、 コンバージョン数 69% 増加を達成

概要

金融・人材・教育など、さまざまな業界におけるインターネットメディアを複数展開する東晶貿易。同社の中で最も大きなメディアの一つである「キャリアガイド」の Google 広告の運用に、自動入札と部分一致を導入したところ、ROAS を維持しながら、コンバージョン数を 69% 増やすことができました。その成功までの道のりをご紹介します。

課題

同社が運営するインターネットメディアの中で、最も大きなメディアの一つである「キャリアガイド」では、転職希望者の獲得のために、これまでは Google の検索広告を手動入札、かつ完全一致で運用してきました。「手動だと工数はかなりかかるのですが、これまで長く運用してきて知見がたまっていたこともあり、手動入札が一番だと思っていました」と同社メディアソリューション部 部長の森 俊貴様は語ります。

しかし、市場規模が拡大するなか、競合他社との競争が激しくなったこともあり、目標とするコンバージョン数と ROAS を達成できない状況になっていました。



東晶貿易株式会社

東京都港区

<https://www.tosho-trading.co.jp/>

本施策の成果

69% UP

コンバージョン数の増加



解決策

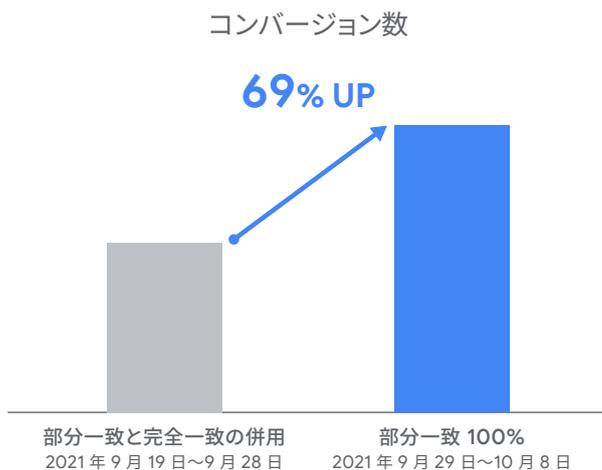
そのような状況を打開するために、同社は Google の推奨設定を採用し、目標広告費用対効果の設定による自動入札、完全一致と部分一致の併用、という 2 つの施策を開始。その結果、目標の数値に対して改善傾向にあったものの、もう一段階向上させる必要がありました。

そこで、Google の提案を受け、さらなる打ち手として、完全一致と部分一致の併用から、すべてを部分一致での運用に切り替えることに。「部分一致 100% で運用することはかなりのチャレンジだと感じていましたが、始めてみると、こちらの想定内のクエリに対して広告表示できていました」と森様は振り返ります。

結果

この結果、部分一致 100% に切り替える前後で比較すると、ROAS を維持しながらコンバージョン数を 69% 増加させることに成功。利益の増加はもちろん、当初掲げていたコンバージョン数と ROAS の目標値も達成することができました。

また、森様は自動入札のメリットとして、「手動入札と比べて工数を大幅に削減できたので、情報収集や組織のマネジメントなど、より重要な業務に使える時間が増えました」と語ります。



“初めに完全一致と部分一致の併用をスタートしていたので、部分一致 100% に切り替えるだけで、こんなに変わるとは思っていませんでした。予想以上の成果でした。”

東晶貿易株式会社
メディアソリューション部 部長
森 俊貴様

成功のポイントと今後の展望

森様は成功のポイントとして、「最初に自動入札を始めて、ある程度の学習期間を経てから部分一致 100% に切り替えたことで、機械学習の効果を最大化できたと思います」と振り返ります。

今後は、同社が抱えている他のインターネットメディアにおいても、自動入札の導入を進め、順次、部分一致 100% での運用に切り替え、効果の最大化を目指していきます。

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。