



Securing Your Journey
to the Cloud

CASE STUDY

情報・通信業

継続的なアプリ広告で インストール単価を 1/3 に削減

概要

総合セキュリティ アプリ「ウイルスバスターモバイル」の普及率向上を目指すトレンドマイクロ。アプリ広告を 1 年間運用し、継続的なコンバージョン拡大と獲得単価の大幅削減に成功しました。

課題

スマートフォンの総合セキュリティ アプリは、ユーザーがその必要性和有用性についてよく理解していないと、なかなか費用をかけて購入に踏み切りません。そこで同社では、購入前に 30 日間無料でアプリをインストールして使用してもらい、アプリの必要性を理解してもらうように努めました。しかし、無料体験版の広告予算は限られており、従来の広告手法ではインストール単価 (CPI) が目標値より高くなる結果が続いていました。



トレンドマイクロ

東京都 渋谷区

<https://www.trendmicro.com>

本施策の成果

1/3

広告施策 1 年後の CPI

1.6 倍

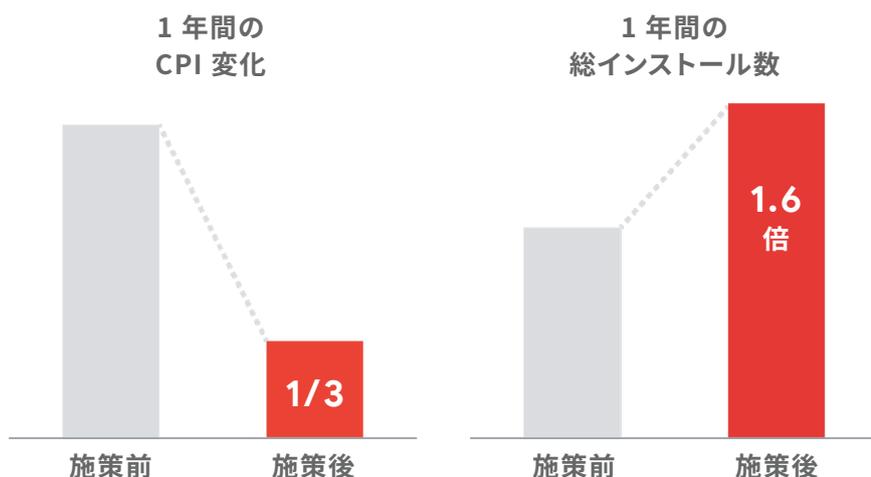
施策 1 年間の総インストール数

解決策

目標 CPI 以下でより多くのユーザーを獲得するために、コンバージョン見込みが高い新規端末ユーザーへのターゲティングと、コンバージョン率を高めるためにコンバージョン オプティマイザーを導入しました。まずアプリダウンロードが活発であり、かつセキュリティ対策のニーズが高い、端末利用 90 日以内の新規ユーザーのみをターゲットとしました。さらに、端末利用 91 日以降のユーザーに対しては、GDN のモバイルアプリ面のリーチを活かし広範囲へのスマホ広告出稿にコンバージョン オプティマイザーを導入し、入札調整の完全自動化と最適化を行いました。

結果

広告効果は抜群。新規ユーザーのみをターゲットとしたことで、見込み顧客へのリーチの機会が増え、大幅な CPI の低下が実現しました。コンバージョン オプティマイザーによる入札調整の完全自動化と最適化で、CPI を目標値以内に抑制しながら獲得件数を最大化することに成功。この施策によってプロモーション効率は格段に向上し、CPI は施策前と比べ、新規端末ユーザー向けキャンペーンで 69%、端末利用 91 日以上ユーザー向けキャンペーンでも 70% 低下しました。さらにインストール数は約 1.6 倍へと拡大することができました。



“長期的なキャンペーンを安定して打てることで、コスト管理や運用管理の最適化にもつながっています”

オンラインビジネス推進部 オンライン
セールス課 アカウントマネージャー
鶴賀 美由紀様

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

© 2019 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。