

eBay Enterprise は Kenshoo Social™ を利用して、宝飾品リテーラーの Alex and Ani の Facebook 広告投資収益率を 80% 上昇させる

背景

ALEX AND ANI

Facebook は、ブランドのデジタルマーケティングミックスに不可欠な要素へと成長し、マーケターにとって優れた売上、収益、ROI を導き出す強力なダイレクトレスポンスチャネルであることが証明されました。過去数年に渡って Facebook 広告は、環境への負担が少ない宝飾品を扱うリテーラーである Alex and Ani の成長に大きく貢献してきました。Alex and Ani は急成長企業です。30 名にも満たなかった従業員は 1000 名に達しようとしており、3,569% の成長を遂げ、2 億ドルを超える売上有りあります。



課題

2013 年から Alex and Ani は、Facebook 広告に本腰を入れ、体制を整えていきました。マーケターは、ブランド認知度とエンゲージメントを高める手段としてソーシャルメディアを利用していますが、まだその多くはこのチャンネルから収益を上げることに苦戦しています。Alex and Ani のデジタル戦略担当副社長である Ryan Bonifacino 氏と彼のチームは、Facebook 広告を利用して売上を伸ばし優れた ROI を達成するため、eBay Enterprise に全面的なサポートを依頼しました。

ソリューション

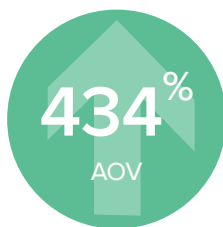
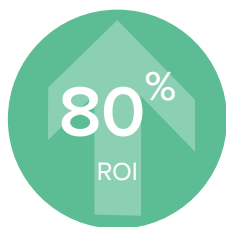
eBay Enterprise チームは、Alex and Ani の Facebook に対するペイドソーシャル投資を最大限に有効活用するための戦略的なガイダンスを提供し、この中で eBay Enterprise は、Alex and Ani に先進的なテクノロジープラットフォームである Kenshoo Social を利用してテストを実施し、高度にターゲティングされたソーシャルマーケティングキャン

ペーンの作成、管理、最適化を自動化するよう推奨しました。Kenshoo Social を利用してシナリオをテストした結果、Alex and Ani のチームは Facebook が拡張性に優れた収益が見込めるチャンネルであると認識しました。

Bonifacino 氏にとっては、Facebook 広告によって既存の顧客を取り込むだけでなく、新しいオーディエンスにアピールすることが重要でした。そのためには、Kenshoo Social と Facebook によって提供される洗練されたターゲティング機能を活用することが不可欠であると、eBay Enterprise のリスティング広告 / デリバリー部門のスーパーバイザーである Tara Siegel 氏は確信していました。カスタムオーディエンスを活用することで、Facebook 利用者の中からブランドのオフラインオーディエンスを見つけ出すことができました。更にオーディエンスを増やすため、Alex and Ani の既存顧客情報と、Facebook の顧客層、場所、興味・関心に関するデータを組み合わせて "類似した客層 (Lookalike)" に対してアプローチを続けました。これにより、Alex and Ani の既存顧客と共通項を多く持つ完全に新しいオーディエンスにリーチできました。

このような詳細なターゲティング戦略に加え、Siegel 氏とチームは、特定のターゲットオーディエンスに向けカスタマイズしたメッセージを作成するため、"Unpublished Page Post Ads (未掲載ページ投稿広告)" も利用しました。この広告タイプの利点は投稿が広告目的にのみ使用され、ブランドの公式 Facebook ページには掲載されないことです。Alex and Ani は Facebook ページ上のメッセージを効率的に管理できます。

eBay Enterprise チームは、Kenshoo Social の Demand-Driven Campaigns™ (DDC) を利用して、Facebook での商品固有の広告を Alex and Ani の商品フィードに基づいて自動的に作成し、管理することができました。この動的な広告作成によって、需要とパフォーマンスシグナルに基づきトップパフォーマンス商品を優先設定する一方で、商品固有の広告を素早く開始できるようになりました。この結果、パフォーマンスが向上し、費用の面でも最適化が促進されました。



結果

Alex and Ani は、Kenshoo プラットフォームの利用を開始し、すぐに Facebook 広告から良好なパフォーマンスが得られていることを確認しました。そして、年末のショッピングシーズンに向けてパフォーマンスは飛躍的に上昇していきました。

感謝祭からサイバーマンデーまでの期間、Facebook 広告は **160 万ドルという驚異的な収益**を達成しました。感謝祭だけで見ると、Alex and Ani の Google を利用したリスティング広告キャンペーンよりも多くの収益を Facebook 広告は生み出しました。チャンネルでの費用は Google より少ない一方で、Facebook の **広告の費用対効果 (ROAS) は 73.14% も高い**のです。Alex and Ani は、ピーク時のある1日だけで前年の総収益より多くの収益を Facebook を通じて獲得しました。この期間中の Alex and Ani の最大の課題は大量の需要に応えることでした。

eBay Enterprise チームにとって、クライアントに対して最適な結果を保証するために Kenshoo のプラットフォームは欠かせません。「当社は、Alex and Ani のようなリテラープラン

ド向けの検索を専門としているため、Google や Facebook などのメディア間で資金を素早く移動できるクロスチャネルに対応したチームを利用する必要があります」とパフォーマンスチャネルデリバリーのトップである Jorie Waterman 氏は述べています。「このアプローチにより、当社はクライアントのメディア関連資金から最も効果的な ROI を達成し、かつ効率性も確保できます。Kenshoo の先進的なリスティング広告プラットフォームとペイドソーシャル広告プラットフォームは密接に連携しており、これらのプラットフォームを利用して当社のチームは常に可能な限りベストな結果を達成できます。」

Alex and Ani と eBay Enterprise チームは、Kenshoo Social での Facebook 広告の開始前 6 か月間と開始後 6 か月間でパフォーマンスを比較し、パフォーマンスの大幅な向上を確認しました。対象の期間中、**ROI は 80% 上昇し、収益は 44 倍増加**しました。また、平均注文額 (AOV) は約 14 ドルから 75 ドルへと **434% 上昇**しました。これは、eBay Enterprise チームが推奨する洗練かつ適切なターゲティングの採用と、Kenshoo Social プラットフォームによって実現される効率的なスケーリング機能によるものです。

“ eBay Enterprise が提供する戦略とベストプラクティスは、当社の Facebook 広告プログラムの改良と効率化をサポートし、ダイレクトレスポンス目標を達成する力となりました。Kenshoo Social プラットフォームと eBay Enterprise チームの連携により、2013 年の後半中に Alex and Ani は素晴らしい業績を収めることができました。そして、引き続き Facebook 広告に対する投資を拡大する計画です。”

— Alex and Ani デジタル戦略担当副社長 Ryan Bonifacino