

# ブラジルのBebe Storeが55socialとKenshooと提携し、Facebookで目標を47.5%上回るROIを達成

## 背景



ブラジル市場ではFacebookが爆発的に普及し、2017年にはその利用者数が1億300万人に達すると言われています(eMarketer調べ)。ブラジルでFacebookの最高責任者を務めるLeonardo Tristão氏によれば、同社のソーシャルネットワークに登録されているユーザー数は2013年9月時点で7600万人を超えています。また、ブラジルの消費者がオンラインで過ごす時間の最も大きな割合を占めているのはソーシャルメディアサイトであり、93%の時間がFacebookに費やされていることも、comScoreの調査でわかっています。このような成長を背景に、Facebook広告はブラジルで瞬く間にその勢力を拡大してきました。

55socialは、ブラジル最先端のソーシャルメディアマーケティングプラットフォームです。2012年後半より、Kenshooを利用して、有料ソーシャル広告に対するクライアントの取り組みを支援してきました。同社は、小売業などいくつかの産業分野の広告主を主に手がけています。その筆頭となるクライアントが、乳幼児商品に特化したブラジル電子商取引サイトであるBebe Storeです。



## 課題

Bebe Store社は現在、55socialを利用してFacebook広告を管理していますが、以前は社内のチームがFacebookネイティブの広告プラットフォームを使用して有料ソーシャルキャンペーンを管理していました。Bebe Storeのソーシャルチームは、多数のFacebook広告キャンペーンを手作業で制作し、管理するのは、著しい時間の浪費ではないかと考えるようになりました。広告文、クリエイティブ、対象顧客の組み合わせを何通りもテストし、分析する作業にほとんどの時間が費やされていたためです。しばらくすると、オーディエンスターゲティングで獲得できる顧客も底を突き、その効果も頭打ちとなりました。

同社が最も懸念していたのはCPL (Cost-Per-Like)、つまり1回の「いいね！」を獲得するのにかかるコストでした。Facebookページが充実し、人気を博すようになると、それだけコストが増加します。課題はもう一つありました。Facebook広告キャンペーンのROIを高めることです。Facebookは売上と収益を大幅に伸ばすまたとない機会であることを知っていた同社は、ダイレクトレスポンスの目標を効果的に達成するための手がかりを探していたのです。

**Bebe Storeは、Facebookキャンペーンの管理に実績のある55socialに注目しました。以下の目標を達成するのがねらいです。**

- CPLを削減する
- 投資に対して4倍以上の効果を獲得する



## ソリューション

これらの目標を達成するためには、もっと強力なテクノロジープラットフォームがBebe Storeには必要であると55socialは確信しました。コストを抑えながら、Facebookでのダイレクトレスポンスの成果を効果的に高め、同社のファン層を持続的に増やすことのできるプラットフォームです。そこで55socialのチームはすぐに、小売業界におけるソーシャルプログラムの自動化、スケール調整、高度化に長けたKenshooをBebe Storeのキャンペーンの基盤として選びました。

Kenshooプラットフォームを基盤とすることでまず現れた成果は、広告とターゲティングセグメントのさまざまな組み合わせをすばやく簡単に作成し、A/Bテストを円滑化できたことです。実施できるA/Bテストの数が大幅に増えたことで、対象グループが最も反応を示す効果的な広告文とクリエイティブのバリエーションを特定しやすくなりました。さらに、Kenshooの柔軟性に富んだレポートを通じて、55socialは、最もパフォーマンスの高い広告タイプ、クリエイティブ、ターゲットを提案し、より高い成果を生み出せるようにプログラムを改善しました。

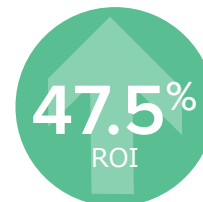
Bebe Storeが55socialおよびKenshooと手を組んだの



は、Facebookを通じたダイレクトレスポンス戦略を開発し、導入するためでもありません。試して学ぶテストアンドラーン型の手法によって同社は、どのような広告を使用すれば売上とROIが大幅にアップするか

を特定しました。Kenshooがアルゴリズムを調整することによって、プログラムにはさらに磨きがかけれ、最終的に前述の目標を達成することに成功したのです。

## 結果



Bebe Storeが獲得した「いいね！」の数は5か月間で40%増えました。新たに獲得した「いいね！」の総数は600,000件を超えています。KenshooプラットフォームでのCPLは、同じ期間に当初かかっていたコストの約1/3に削減されました。

Bebe Storeはページの拡充とともに、Facebookにおけるダイレクトレスポンスの目標達成に向けて動き出しました。ページ拡充のピーク時にはROIが5.9と、最小ROI目標を47.5%も上回り、Facebookを通じた売上の増加と「いいね！」の新規獲得件数の増加を達成しました。

“ブラジル市場におけるFacebook戦略への取り組み方に関する55socialチームの経験と、マーケティングを自動化するKenshooプラットフォームの能力が絶妙に組み合わせあって、大きな成果を得ることができました”

— Bebe Store社CEO、Leonardo Simão氏

このプログラムの成功を締めくくるようにBebe Store社は、ブラジルのFacebookで最も急速な成長を遂げているブランドとしてProxima (ブラジルのデジタルマーケティング出版大手)に取り上げられました。

“ 宣伝媒体としてFacebookを利用する機会がブラジルで急速に拡大している。Kenshooは市場の脈動を敏感に感じ取り、ソーシャルスペースにおける顧客の優位性を保つ最適なテクノロジーを構築している。55socialのコンテンツ最適化プラットフォームとの連携による効果は絶大だ。Bebe Store社の事例は、適切な戦略と適切なプラットフォームがあれば、Facebookでブランドのダイレクトレスポンス目標を確実に達成できることを物語っている” (55social社CEO、Emilio Maciel氏)