

# TicketsNowがKenshooでファン獲得コストを44%削減



TicketsNowは、スポーツ、コンサート、劇場のチケットを扱う大手オンラインリセールマーケットです。強力なリスティング広告プログラムを作成して、そのサイトTicketsNow.comの訪問客とコンバージョンを着実に増やしてきました。2010年、同社は、その堅実なリスティング広告キャンペーンの管理にKenshoo Enterprise™を採用しました。Kenshoo™のアルゴリズムのルールとモデルベースの入札ポリシーを使用することによりTicketsNowは、何百万ものキーワードを効率よく最適化し、その検索エンジンマーケティングの全体的な寄与度を倍増することに成功しました。Kenshoo Universal Platform™を活用してさらに成果を上げるために、同社はその取り組みをFacebook広告を使用したソーシャルマーケティングに拡大しようとしてきました。

## 課題

TicketsNowは、Facebook上で顧客との絆を深めることができれば、事業の収益を増やすことができると認識していました。2011年11月のSocialCodeの調査によれば、ブランドに愛着を持ち単なる訪問者から見込み客に転換する可能性が、Facebookのファンはそれ以外と比べて291%多いことがわかっています。TicketsNow社の課題は、ターゲットを絞り込んだ、費用効果の高い効率的な方法で新しいファンを創出することでした。

TicketsNowのチームは、Facebook上のキャンペーンのセットアップ、管理、レポートのプロセスを計画し、実行に移すには、本来は結果を分析したり、見解を得たり、投資を最適化したりするための貴重な時間を犠牲にする必要があることを認識していました。加えて、会社の目標を逸脱しない程度のCPF (Cost Per Fan、ファン獲得コスト) メトリクスで、そのプログラムを拡大する必要がありました。

## ソリューション

TicketsNowが導入したKenshooは、複合キャンペーン型の戦略を柔軟に実行することができ、スポーツ、コンサート、劇場などの商品カテゴリーに基づいてキャンペーンをセットアップすることができます。KenshooのPermutation (順列) ウィザードを使用すれば広告をすばやく作成し、キャンペーンごとに複数のバリエーションを効率的にテストすることが可能です。このシステムの導入後すぐ、CPFに改善が見

られました。

このCPF目標を維持するために、Kenshooに4つ備わっているFacebook固有の入札ポリシーの1つ、具体的には“Control CPA” (コントロール CPA) がプロファイルレベルで導入されました。Kenshoo Universal Platformには透明性が確保されているため、入札単価変更をすべて確認し、セグメントごとのパフォーマンスについての見解を得ることができます。

入札ポリシーの設定後、TicketsNowのチームは、Kenshoo Ad Managerのコピーアンドペーストやマルチエディット機能など、一括管理ツールを使用して、広告文やクリエイティブを簡単にテストできるようになりました。地域、顧客層、行動に応じて広告を微調整しながら、新しいファンを獲得し、従来よりもはるかに効率的な方法でファン獲得件数を増やすことができます。

## 結果

Kenshooの導入によってTicketsNowは、キャンペーンの管理に費やす時間を大幅に削減し、Facebookの平均CPFを削減することに成功

ファン獲得コストの削減率 **44%**



# #TimeSaved

**“** Kenshooでは、キャンペーンの作成とテストバリエーションの構築を短時間で行うことができ、それによって我々のチームは、Facebookプログラム戦略に、より多くの時間を費やせるようになった。より時間のかかる作業をKenshooのプラットフォームで単純化することによって、データを深く掘り下げて分析し、入札の微調整と新しい広告の単体テストを通じて、それらの見解を実際の行動に移すことができる”

Sachin Gadhvi氏  
マーケティング部門ディレクター

tickets now 

