

アジアの旅行客へ向けて  
ビジネスの拡大を  
事例のご紹介：  
American Express



# 事例のご紹介

American Express社様  
クロスボーダーモバイルマーケティング

## キャンペーンの背景

中国人顧客はカードで55兆元（8.4兆USD）以上の決済を行っており\*、2020年までに世界最大のカード決済市場になることが見込まれている。クレジットカードは国内のみならず、越境ECや海外旅行中の買い物にも幅広く使用されている。

中国でのクレジットカード発行数を増やすため、American Express社は、カード海外利用時の利点をプロモーションし、市場をリードするべく大きな一歩を踏み出した。

### 期間

2016年8月～12月

### 目的

- 海外でのトランザクションを増やす
- クレジットカード取得の可能性が高い潜在層を特定する

\*出典：Reuters

# クロスボーダーモバイルマーケティングソリューション： American Express

旅行の全行程におけるターゲティング

**旅マエ：**  
パスポート所有者  
旅行への関心を高める

中国人のうち5%のパスポート所有者をターゲットに絞り、ブランド認知度を高め旅行前の購入（ホテル予約や旅行サービス等）を促す。



**旅ナカ：**旅行者  
現地での支払いを促進

地元商店の割引等を提示することで旅行者をオフラインから実店舗へ誘導し、American Expressカードを使った購入に結び付ける。



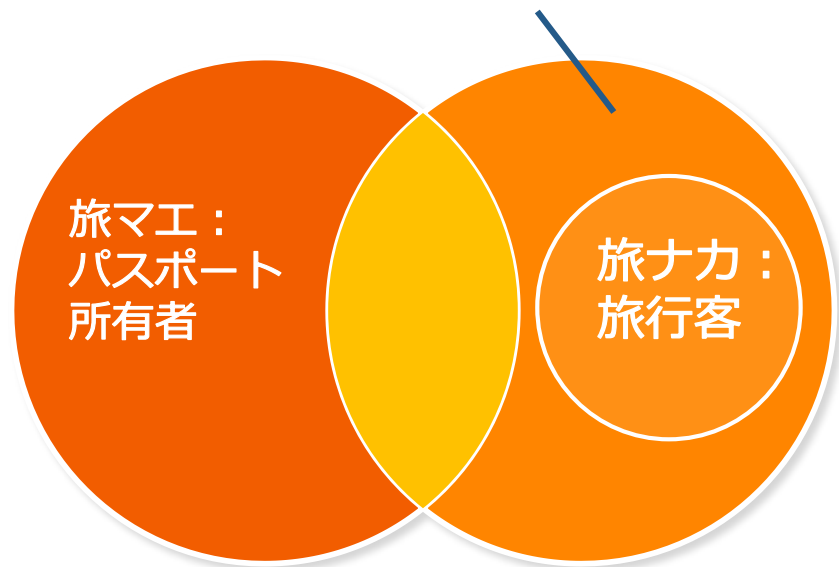
**旅アト：**クレジットカード所有者  
ブランドロイヤリティを強化する

旅マエと旅アトの両方でAmerican Expressの商品に関心を示したオーディエンスを特定。リターゲティングにより継続的なコミュニケーションを図る。

# 戦略：価値のある顧客層を特定する

旅マエから旅アトまでの全行程においてモバイル端末上での活動をトラッキングすることで、価値のあるユーザ層を特定できます

## 旅アト：クレジットカード所有者



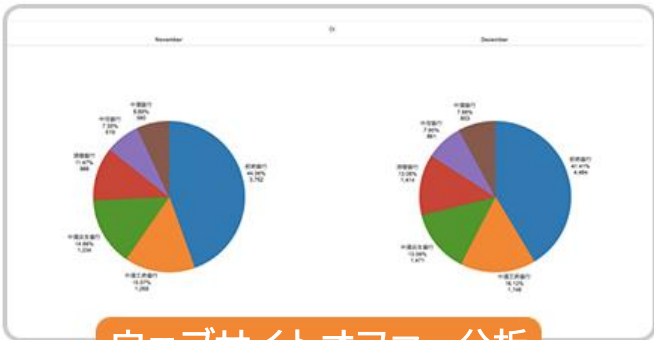
## モバイル端末上での活動

Device ID	Month - Trip type											
	8月, 2_During	9月, 1_Before	9月, 2_During	9月, 3_After	10月, 1_Before	10月, 2_During	10月, 3_After	11月, 2_During	11月, 3_After	12月, 2_During	12月, 3_After	
3B7105Df					✓			✓	✓		✓	
3E9682Df	✓				✓	✓		✓				
3F1219Ff	✓				✓			✓		✓		
4C410Dc					✓			✓				
6E60CEDf					✓			✓				
9F89C84f		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
09E49ACc					✓			✓				
46A4384f					✓			✓	✓	✓	✓	
A813A0Bf					✓			✓				
A866A00c			✓		✓	✓		✓			✓	
BB09B39f					✓			✓				
CAB2A82f					✓			✓				
DFA0AD5c					✓	✓		✓	✓		✓	
E6F6BFAf					✓			✓				
E004F85E					✓			✓				
FOB420FF					✓			✓			✓	

\* 上記はイメージ図です。

# ダッシュボードを活用したデータ分析 & 考察

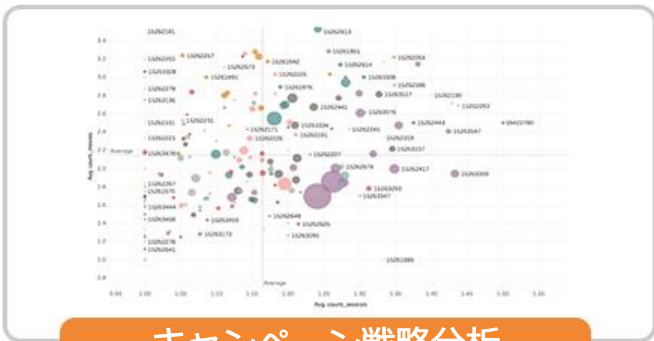
Vponのビジュアルダッシュボードは、リアルタイムデータを使用し最高のパフォーマンスを目指すための最適化をサポート



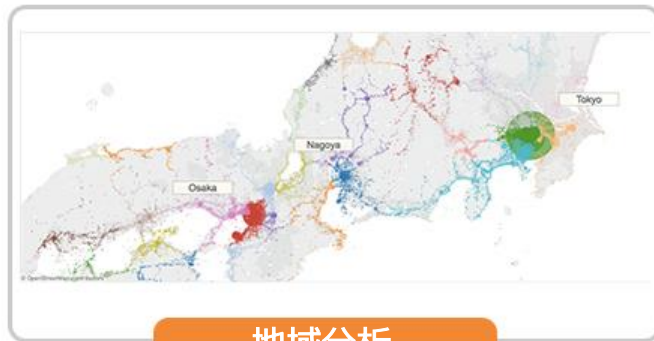
ウェブサイトオファー分析



キャンペーンパフォーマンス分析



キャンペーン戦略分析



地域分析

# 旅マエ：旅行への関心を高める



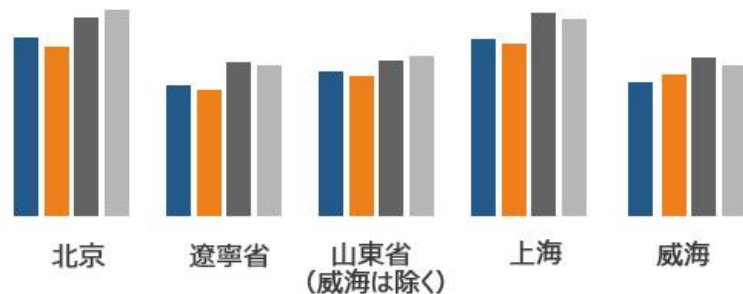
クリエイティブ：  
ホテル割引



ターゲットオーディエンス：  
パスポート所有者

## クリエイティブテーマごとの平均CTR\*比較

クリエイティブテーマ： ■ 日本 ■ 韓国 ■ 日本 Xmas ■ 韓国 Xmas



キャンペーンの成果へ大きく作用する2つの要素：

- ・ ターゲットとする都市から旅先への距離
- ・ フライト価格と利用可能なルート

\* インターステイシャル広告のCTR

# 旅ナカ：現地での支払いを促進



クリエイティブ：  
支払い割引



ターゲットオーディエンス：  
旅行者

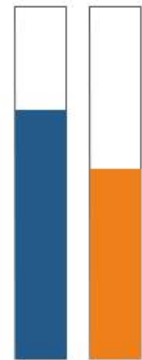
## ターゲットオーディエンス のCTR\*比較

■ 韓国 ■ 日本

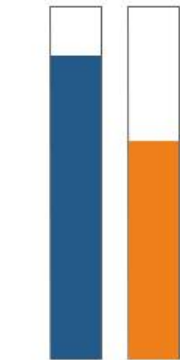


旅行者を  
旅マエ  
フェーズから  
リターゲティング

旅ナカの  
旅行者を  
ターゲティング



新規旅行者



リターゲティング  
旅行者

\* インタースティシャル広告のCTR

# 旅アト：ブランドロイヤリティを強化する

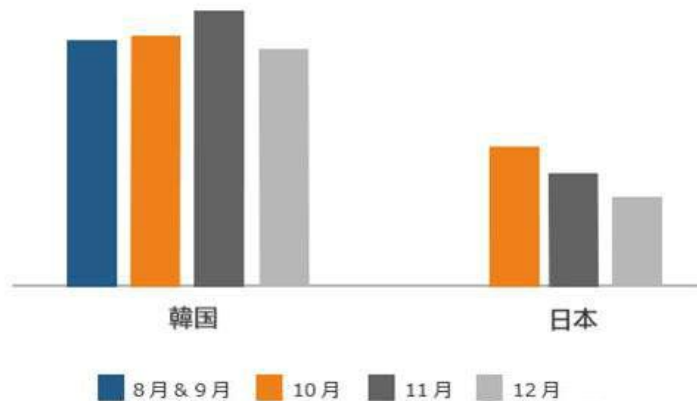


クリエイティブ：  
地元での割引



ターゲットオーディエンス：  
潜在的カード所有層

韓国と日本のリターゲティングオーディエンス  
のCTR\*



\* インタースティシャル広告のCTR



# 最適化戦略：CTRの先にあるもの

ランディングページのUI変更によりコンバージョンが1500%増加



45%

離脱率



1500%

コンバージョン

## Vpon Data CRM

このキャンペーンの成功には、CTRによる最適化のみではなく、Vpon Data CRMによってユーザインタラクションを読み解くことで、しかるべきタイミングで配信内容やターゲティング戦略の調整を実施出来たことが大きく作用しています。

- ※ユーザインタラクションには下記を含む
- ・平均滞在時間
  - ・直帰率
  - ・離脱率
  - ・クリエイティブ差し替えの頻度

# キャンペーン成果

クロスボーダーマーケティングキャンペーンによって、旅行者がAmerican Expressカードを使用しての購買促進に成功



260%

海外トランザクション数の  
増加率



500%

海外トランザクション収益  
の増加率

\* 前期パフォーマンスとの比較

# Vpon

お問い合わせ

[sales.jp@vpon.com](mailto:sales.jp@vpon.com)

Facebook



LinkedIn



[www.vpon.com](http://www.vpon.com)