

The logo for Vpon, featuring the letters 'Vpon' in a sans-serif font. The 'V' is grey, 'p' is orange, and 'on' is grey. The logo is positioned in the top left corner of the slide.

Vpon

オーディエンスターゲティングの成功事例

高金利米ドル定期預金 キャンペーン



キャンペーンの背景

目標：
新規口座開設顧客の獲得

- 課題：
- 経済ピラミッドの頂点を占める富裕層を特定し、時と場所に応じた広告配信を行う
 - 金融商品スタッフが連絡可能な顧客リストの作成をKPIとする

期間：
2017/1～現在

フロー：

広告のクリック

ウェブサイトで名前を入力

金融商品スタッフから
コンタクト

口座開設へ



入力された名前の数 = キャンペーンにおけるコンバージョン数

第1段階 - 広告配信戦略

第1段階



- ターゲットグループの決定
- 蓄積データの考察

第2段階



- サイト訪問者へのリターゲティング
- 第1段階の考察

第3段階



- 類似層検知テクノロジーによる顧客リソースの開拓

資産運用に興味のあるグループ

Vponの DMPに基づく対象グループレベル



富裕層居住エリア

- 公開資料の統合
 - 1. 所得税総額
 - 2. 家屋成約価格
- 高級住宅街、有名エリート校エリアへの定期的な訪問

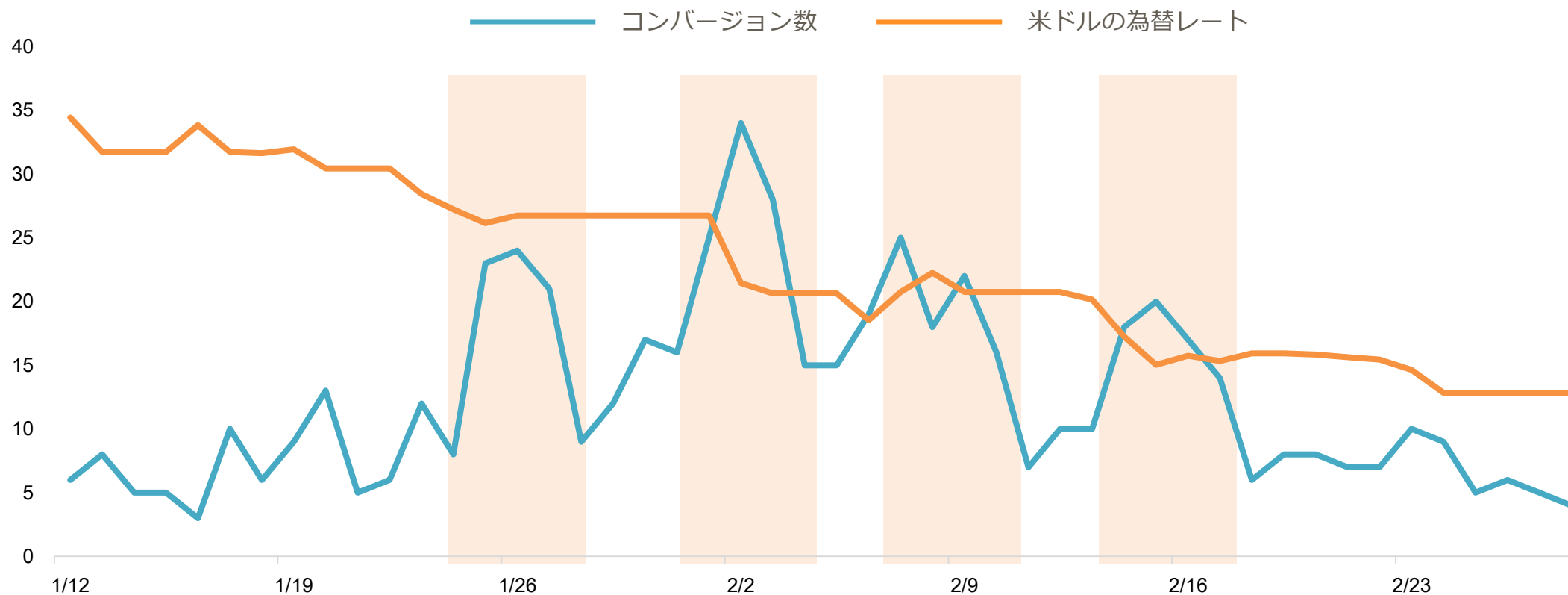


毎日の予算設定

米ドルの為替レートに基づく臨機応変な対応

米ドルの為替レートとコンバージョン数の負の相関

- 米ドル為替レートが低いときには、投資家は米ドルへの両替を望み、「高金利米ドル定期預金」広告への関心が高まる
- コンバージョン数のピークが米ドル為替レートの最低点と重なり、各フェーズにおける高コンバージョン点が米ドル為替レートの低い点と一致
- 米ドル為替レートの変化に合わせた広告配信戦略が重要



第2段階 - 広告配信戦略

第1段階



- ターゲットグループの決定
- 蓄積データの考察

第2段階



- サイト訪問者へのリターゲティング
- 第1段階の考察

第3段階



- 類似層検知テクノロジーによる顧客リソースの開拓

サイトを訪問したことのある顧客



高コンバージョン率グループ



平日 vs 休日



デバイス X 時間

金融ブランドのウェブサイト訪問者へのリターゲティング

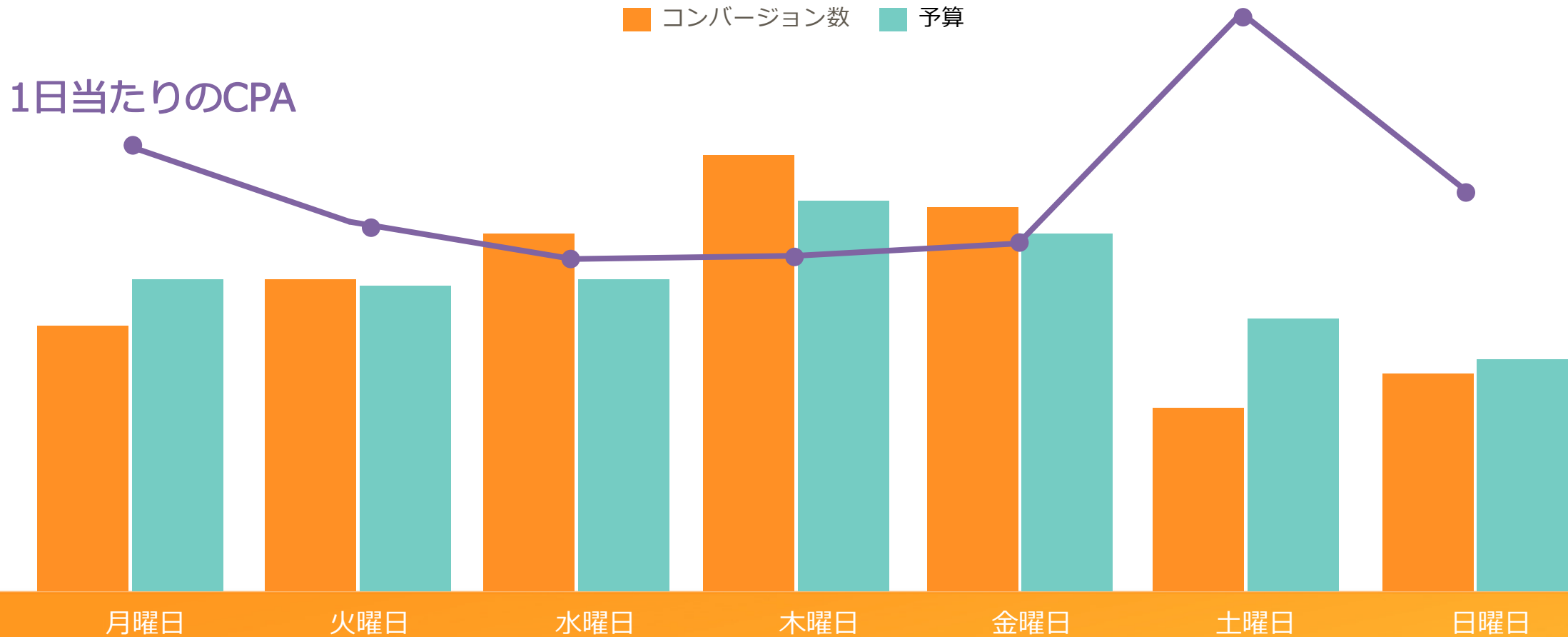
- 定年退職を迎えた年代、頻繁に海外旅行をするグループ
- 高所得職業（会社役員、会社経営者、上級エンジニア）

月曜日から金曜日までの予算を増強

モバイルデバイス・PCへの時間帯別配信予算配分

平日の予算を増強

- 第1段階のデータ考察から、平日（月曜日～金曜日）の平均顧客獲得単価（CPA）は週末の**75%**
- 広告配信戦略の最適化として、平日に予算を集中させ週末の予算を削減し、全体のCPAを引き下げる



デバイスや時間帯に応じた予算配分の調整

第1段階の広告操作データからの考察：

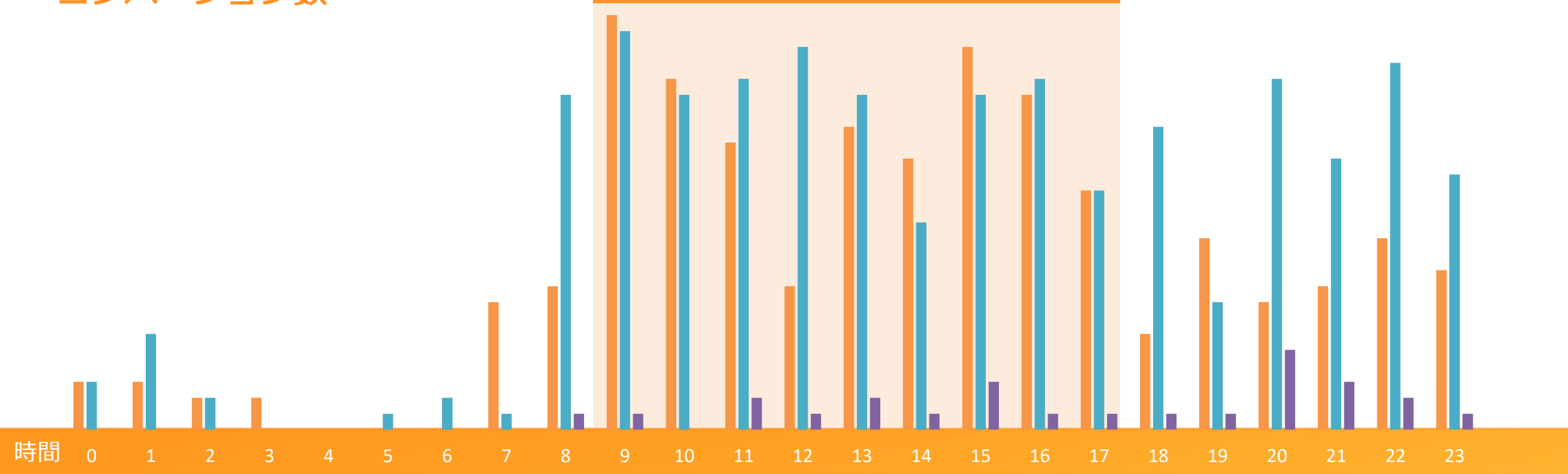
- 就業時間中（9：00～17：00）のPCからのコンバージョン数はモバイルデバイスからのものとほぼ同じ
- 18：00以降のモバイルデバイスからのコンバージョン数はPCを大きく上回る

上述の予算配分の最適化に基づき、コンバージョン数の最大化を実現

■ PC ■ モバイル ■ タブレット

コンバージョン数

就業時間



第3段階広告配信戦略

第1段階



- ターゲットグループの決定
- 蓄積データの考察

第2段階



- サイト訪問者へのリターゲティング
- 第1段階の考察

第3段階



- 類似層検知テクノロジーによる顧客層の拡大

サイトを訪問したことがある、もしくは広告をクリックしたことのあるオーディエンスを「オリジナルユーザー層」と定義。

オリジナルユーザー層の特徴と行動を分析し、類似層検知テクノロジーを用いて広告オーディエンスの範囲を拡大し、第3段階を展開する上でのキーポイントとしてリターゲティングリストを常に最新の状態に維持。

新規顧客のコンバージョン数はオリジナルユーザー層の

1.27倍

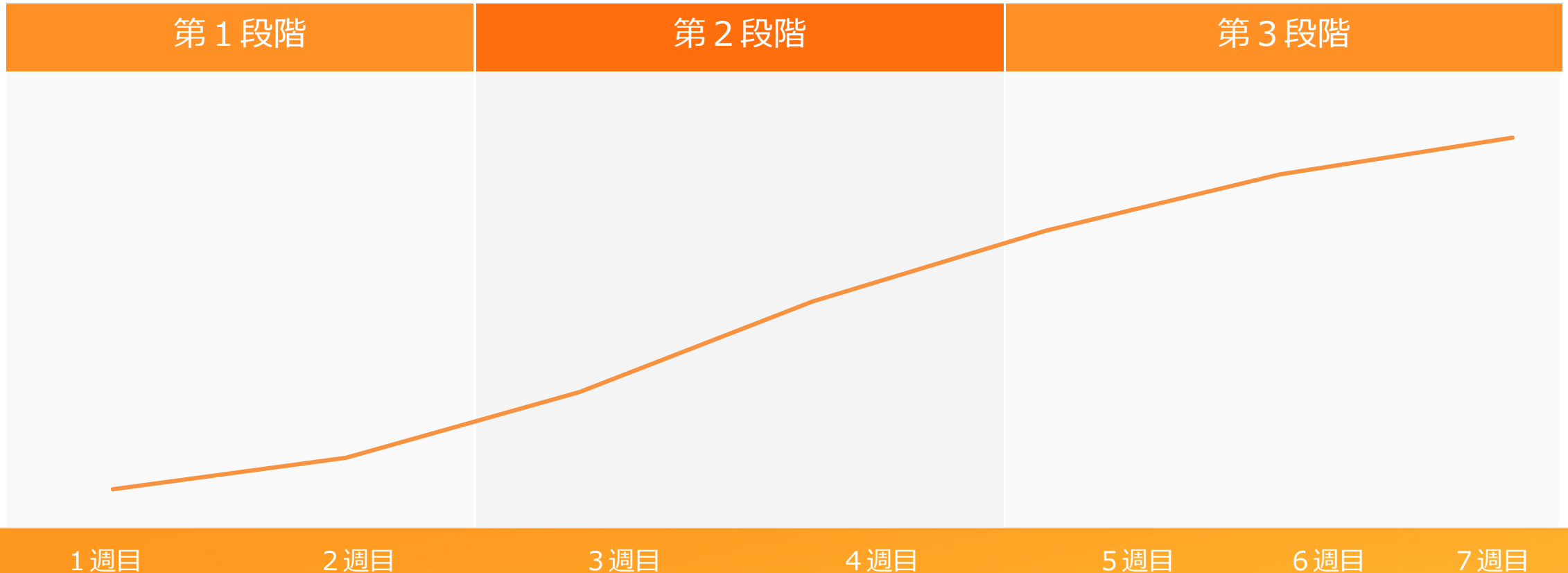
市場でコンタクトする価値のある潜在グループはオリジナルユーザー層の

42倍

成果：想定の116%のコンバージョン数

- 口座開設の前提条件が数百万台湾ドルという高い基準であったにもかかわらず、精確な対象グループレベルとリターゲティング、類似層検知テクノロジーを用いることで、経済ピラミッドの頂点グループとのコンタクトに成功し、**口座開設率は5%を達成**
- 様々な角度からの広告配信戦略の最適化により、目覚ましいコンバージョン率を達成、コンバージョン数はクライアントの当初の予想の**116%**を達成

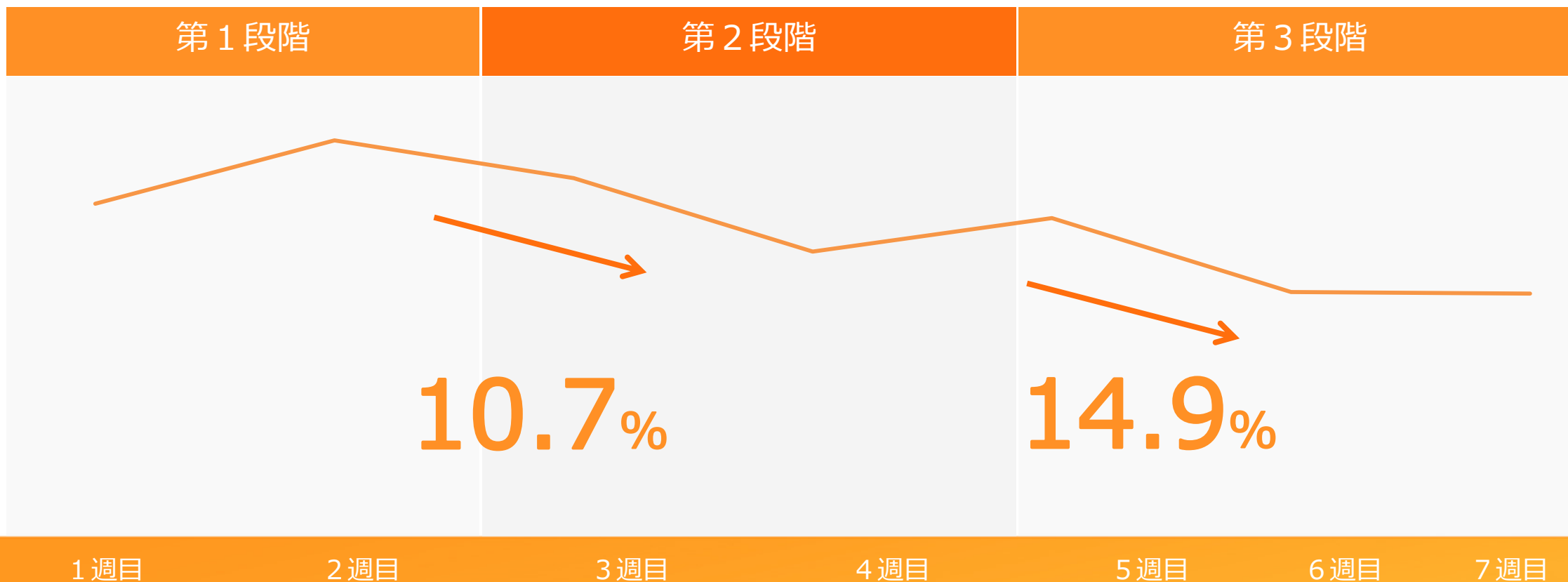
■ 累積コンバージョン数



成果：CPAを32%低減

- 広告配信方法の調整することにより、平均顧客獲得単価（CPA）は徐々に下降し、最終的なCPAは開始当初から比較すると**32%の減少**
- 第2段階では第1段階と比較して10.7%の減少、第3段階では第2段階と比較して14.9%の減少となり、以降は安定した状態を維持

平均顧客獲得単価（CPA）





お問い合わせ

sales.jp@vpon.com

Facebook



LinkedIn



www.vpon.com