

## 保険

## 最適なクリエイティブローテーションを見つけるためのデータドリブンな回答

**目標: ダイレクトレスポンス型のディスプレイキャンペーンへのブランド広告の導入に最適なクリエイティブローテーションを特定する**

ある大手保険会社は、既存のプログラマティックディスプレイキャンペーンにおいて、ダイレクトレスポンス広告のクリエイティブのローテーションの中にブランド広告のクリエイティブを導入することを目指していました。同社は、インプレッションを新しいブランド広告に割り当てつつも、今まで通りにダイレクトレスポンス広告での成功を持続させたいと考えていました。既存のダイレクトレスポンス広告では、見込み顧客に最初に郵便番号の入力を促すことによって、すでに問い合わせ件数と売上を伸ばしています。キャンペーンに必要な課題は、問い合わせ件数と売上への下落を最小限に抑えつつ、Facebookで消費者を惹きつけるゲームを提供する新しいブランド広告をクリエイティブローテーションに組み入れることだけでした。

ローテーション全体の10%未満でブランド広告を実施することで、問い合わせ件数と売上への影響を最小限に抑えつつ、Facebookゲームへの参加者が増加します。

**ソリューション: Turn DataMine Analytics でデータドリブンな解答を導き出す**

この保険会社は、A/Bテストの結果をTurn DataMine™ Analyticsに取り込み、そこからの新しいデータを既存のキャンペーンデータ

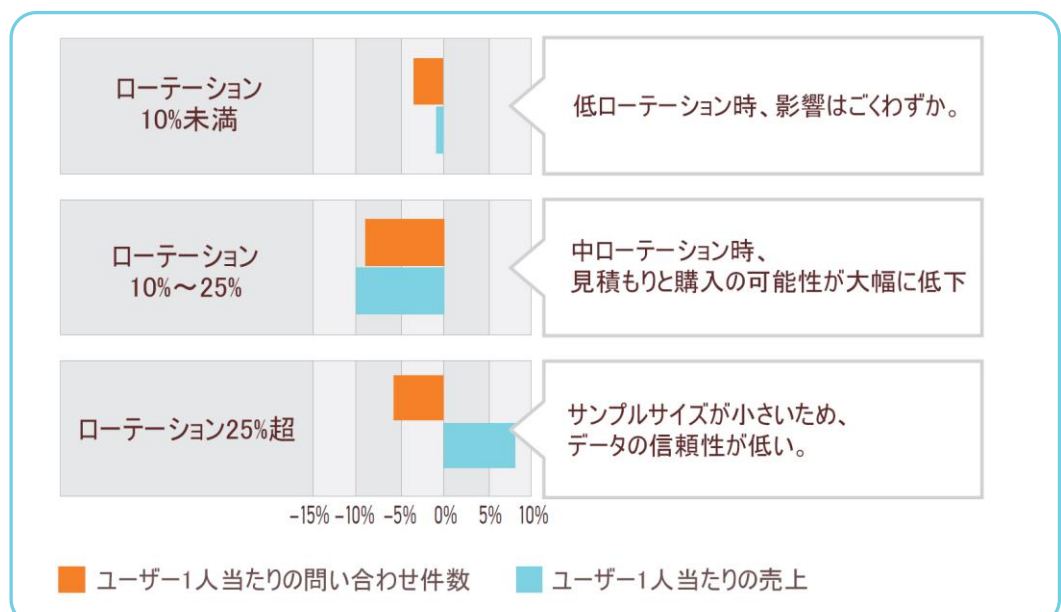
に対して分析することで、ディスプレイキャンペーンに最適なクリエイティブローテーションを容易に見つけることができました。A/Bテストでは、30日間に渡り、ひとつのターゲットグループにはダイレクトレスポンス型のディスプレイ広告のみを、別のグループにはダイレクトレスポンス型の広告とブランド広告を組み合わせたクリエイティブを露出しました。DataMine Analyticsは、RTBメディアパフォーマンスデータを含むすべてのデータをもっとも高い精度で保存するため、A/Bテストのデータは、既存のTurnユーザーIDにcookieをマッチさせるだけで容易に追加することが可能でした。この方法で、A/Bテストに基づいたユーザー特性がすぐにキャンペーンに利用できるデータに加わりました。

DataMine Analytics は、迅速に価値の高い分析を可能にし、データ収集とクリーンアップ作業による時間のロスを防ぎました。Turn がテストの最終インプレッションを行ってからわずか数時間後に、この保険会社は DataMine Analytics を使って最初のインサイトを得ることができました。キャンペーンからアクション時間までのタイムラグの終了後、キャンペーンに関連するすべてのアクションが判明した時点で、同社は Turn の Marketing Science Services チームに最終分析を依頼しました。Marketing Science Services チームは、非常に迅速に DataMine Analytics でクエリーを実行し、低、中、高レベルのローテーションでブランド広告を実施した場合の問い合わせ件数と売上への影響を可視化しました。

### 結果: 最適なクリエイティブローテーションでキャンペーンの効果を持続

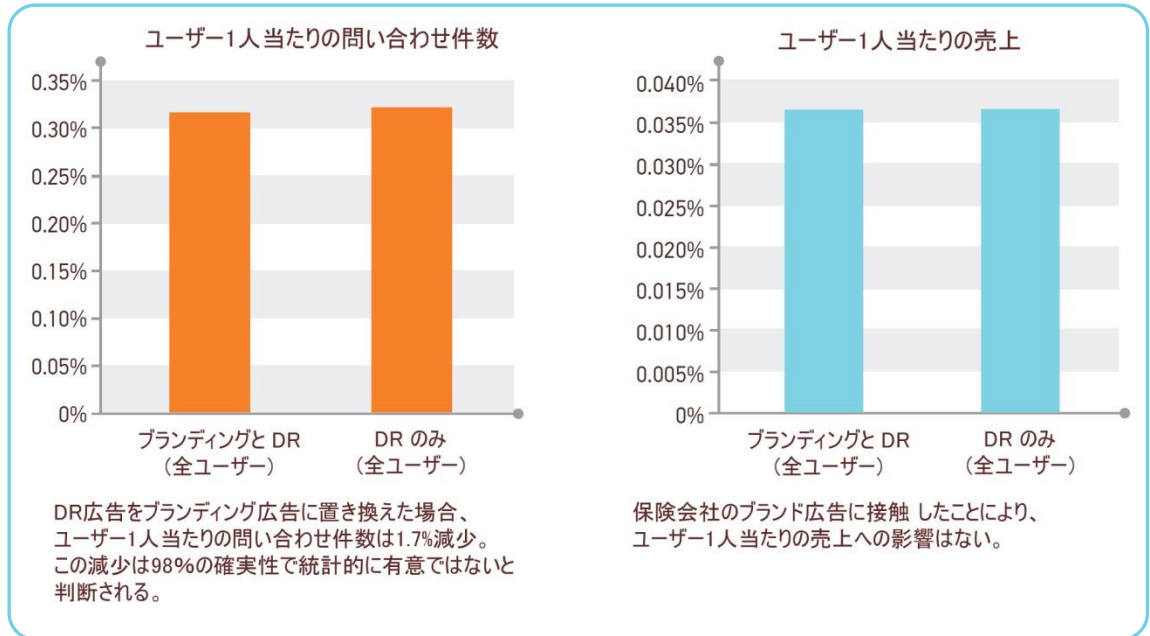
DataMine Analytics により、同社はブランド広告にインプレッションを割きつつ、ユーザー当たりの高い問い合わせ件数と売上高水準を維持しています。同社の場合、ブランド広告を全体の10%未満という低レベルのローテーションで実施すると、ユーザー1人当たりの売上には影響がなく、ユーザー1人当たりの問い合わせ件数への影響も最小限に抑えられることが明らかになっています。ただし、ブランド広告全体の10~25%の規模で実施した場合、ユーザー1人当たりの問い合わせ件数と売上は著しく低下してしまいました。なお、DataMine Analytics によると、ローテーション頻度が25%超の場合は明らかにサンプルサイズが小さく信頼度が低すぎるため、確実性のある結論には至りませんでした(図1参照)。この保険会社は、クリエイティブローテーション分析に応じてディスプレイキャンペーンを調整し、ブランド広告を10%未満の低レベルのローテーションで実施しました(図2参照)。その最終結果として、Facebook ゲームへの参加者が増え、かつ問い合わせ件数と売上への影響を最小限に抑えられました。

図1. 低、中、高レベルのローテーション時のブランド広告の影響



情報源: 大手保険会社向け Turn DataMine Analytics のデータ

図 2. 低ローテーションのブランド広告とダイレクトレスポンス広告の組み合わせ



情報源: 大手保険会社向け Turn DataMine Analytics のデータ

**TURN**

turn-jp.com | @turnplatform