

## 消費財 (CPG)

# ブランドセンチメント分析で CPA (顧客獲得単価) を下げる

### 目標: 購入確率の高い消費者にリーチする場所を割り出す

ある CPG ブランドは、同ブランドを購入する確率の高い消費者がいるドメインにターゲットを絞ることでメディア購入を最適化し、CPA を下げたいと考えていました。

CPG ブランドは、購入検討度の高いユーザーがいるサイトに予算を割り当てることで、顧客獲得単価を下げることができました。

### ソリューション: すべてのキャンペーンデータに対するブランド調査の結果を評価する

この CPG ブランドは Turn DataMine™ Analytics を使ってブランド調査の結果を総合的なキャンペーンデータに組み込み、最適化への答えを見つけました。同社は、自社ブランドについて「今から 30 日以内に購入する可能性はどれくらいありますか？」という 1 問の消費者アンケートを実施しました。

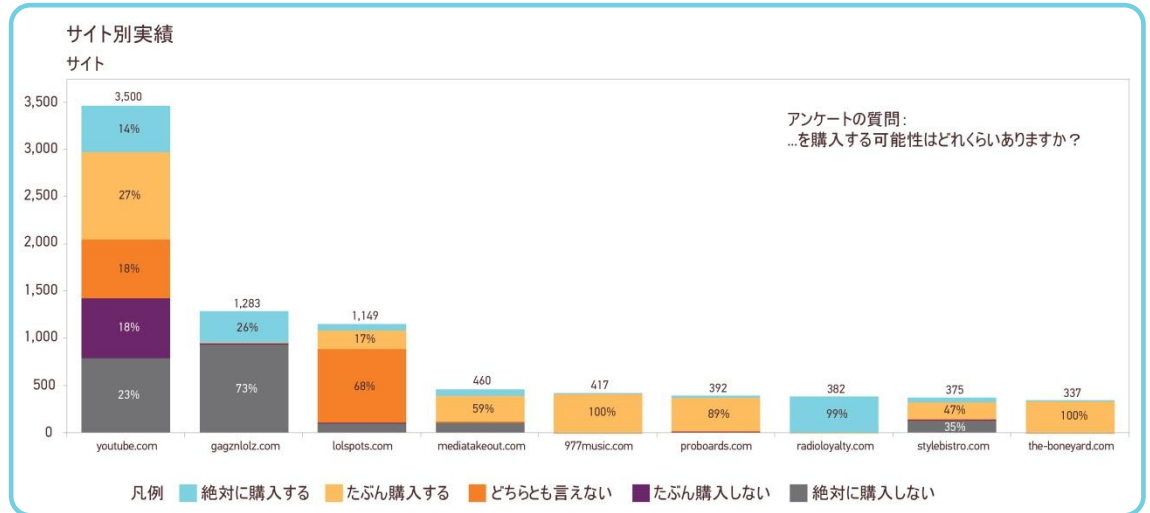
回答には、「絶対に購入する」から「絶対に購入しない」までの 5 段階の選択肢を設定しました。Turn は Audience Suite ピクセルを使用し、アンケートの回答を取り込んで他のすべてのキャンペーンデータに統合しました。DataMine Analytics では、この CPG ブランドのキャンペーンデータがすべて一カ所に保存されるので、このデータベースにブランド調査の結果を追加することで、他のキャンペーンデータに対する購入検討度を容易に分析することができました。

この CPG ブランドは、サイト別購入検討度の詳しい調査を含むブランドセンチメント分析を Turn の Marketing Science Services チームに依頼しました。分析チームは、サイト別に回答を集計した最上位ドメイン (TLD) ダッシュボードを作成し、合計回答数が 300 件以上のすべてのサイトに対して、5 種類の回答比率を分析しました。以下の図はその 9 つのサイトの回答比率を示したものです。

### 結果: 購入検討度のインサイトに応じてメディア購入を最適化する

この CPG ブランドは、同ブランド製品を「絶対に購入する」または「たぶん購入する」と答えた消費者と強い相関性を持ついくつかのサイトを把握し、購入検討度の高いサイトには予算を割り当て、低いサイトからは予算を引き上げるコンテンツターゲティングルールを作成しました。同ブランドはこの変更により平均 CPA を下げることができました。

## サイト別購入検討度の分析



情報源: Turn DataMine Analytics の CPG ブランドデータ

# TURN

turn-jp.com | @turnplatform

© 2014 Turn Inc. All rights reserved. Turn および Turn ロゴは Turn Inc. の登録商標です。DataMine は Turn Inc. の商標です。その他の商標は、各社の商標です。すべてのサービスは予告なしに変更または中止される場合があります。2014 年 3 月