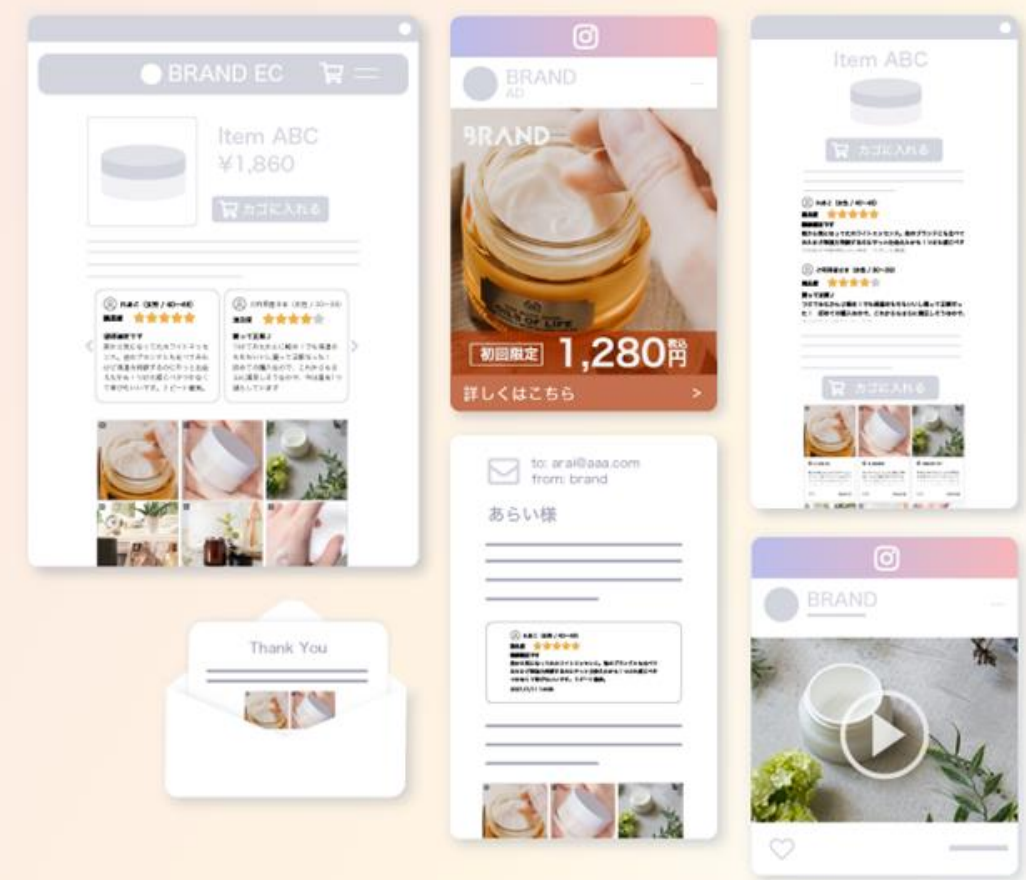


新規獲得LP CVR改善事例 5選

ポストCookie時代に
広告成果を最大化するUGC活用



SUNSTAR

ORBIS



tattva

1. はじめに

2. Case Study

1. サンスター株式会社	4
2. オルビス株式会社	5
3. 株式会社鈴木ハーブ研究所	6
4. 株式会社tattva	7
5. 株式会社ソシア	8

Appendix

サービス紹介「Letro」

はじめに

近年、**媒体のCPM高騰・LS媒体資料・各媒体の審査厳格化**など、デジタル広告を取り巻く環境は大きく変化し、新規顧客獲得の難易度が上がっています。

実際に、通販企業の広告担当者からは「単に広告を精度高く運用するだけでは新規顧客数を伸ばすことが難しくなっている」「CPMが高騰し続ける中で、目標CPAの達成が難しくなっている」といったお声もよくお聞きします。

デジタル広告市場でめまぐるしい変化が起きる中、広告予算の投下に偏重しすぎることなく、**LPに流入したユーザーの転換効率（CVR）改善やLTV評価に基づく広告運用に注力**する企業が増えています。

これらの具体的な手法として注目を集めているのが、生活者のリアルな声であるUGCの活用です。押しつけ感のある広告が嫌われ、企業の一方的なメッセージが生活者に届きにくくなる中、実際の体験談であるUGCは信頼されやすく、購入前の意思決定に影響を与えるコンテンツとして価値が向上しています。

本書では、**新規獲得LPにUGCを活用してCVR改善を実現した大手通販企業の事例**をご紹介します。

SUNSTAR

広告LPに活用

CVR 1.1~1.3倍

広告LPに活用

**単月売上貢献
1000万円**

活用背景

- 「顧客視点で見たときに、第三者評価の重要性を感じたこと」 インターネットを利用して商品についての情報を集める行動が根付いてきており、その点でUGCの重要性が増していると考えていた。
- 「マーケティング施策の工数削減」 PDCAをいかに効率的に回していくかを考えると、UGCは素材の量を担保できるクリエイティブであり魅力的だったため本格的なUGC施策を開始。

施策結果

- UGCを掲載しているページは、CVRがおおよそ1.1倍~1.3倍に向上。単月あたり1,000万円強の売り上げ貢献という成果をあげた。



もっと見る

ORBIS

広告LPに活用

CVR1.2倍

活用背景

- 同社の商品はテクスチャーに強いこだわりをもって作られている。これを企業側からのメッセージとして伝えると作り物っぽく見えてしまうと考え、UGCを活用。

施策結果

- UGCを用いることで、企業発信では伝えにくい「使用方法、商品の使いやすさ、使った時のテクスチャーに感じる感動」をうまく伝えられている。
- 作業工数を減らしてクリエイティブの量を担保するとともに、お客様ならではの表現を増やすことができる。

SNSでも“大絶賛”!

From Instagram



動画で見る →



SUZUKI HERB
LABORATORY

LP上の成約率

約 **1.2** 倍

活用背景

広告LPの改善施策として口コミコンテンツを掲載すれば、購買率の向上に繋がると考え、口コミコンテンツの1つであるSNS上のUGCを活用できる「Letro」を導入。

施策結果

どんな見せ方のUGCがよくクリックされるのか、どんな口コミが購買につながるのか検証し、その結果を新たなUGC生成の際に活かすことで、「UGC生成～活用」のプラスの循環を生み出すことにも成功。



tattva

広告LPに活用

CVR1.26倍

活用背景

広告収益性を高めるために、新規チャネルの開拓とともにCVRを向上させる打ち手が必要だったため、UGCを活用。

施策結果

新規顧客獲得用のLPに動画のオートプレイと画像を織り交ぜて表示したことで、静的にUGCを表示しているLPと比較してCVRが1.26倍に向上。



動画で見る 



新規獲得LPに活用

CVR1.95倍

活用背景

CVR改善が必要だったため、CVR改善を期待できるUGC施策を開始。

施策結果

- Instagramに投稿されたUGCを掲載し、CVR1.24倍に向上。
- メンズ向け香水という商品の特性上、Instagramでは掲載されにくい声の中に購入判断のヒントとなる情報があると考え、レビューを追加掲載。
- 定期顧客のテキストレビュー・星評価をInstagram投稿とセットで掲載することで改善率は更に+0.71pt、CVRは施策前の1.95倍にまで向上。

振り向く女性が虜! 男の色気を押し上げる

93%^{※1}の女性が魅力を感じた香水

あなた自身の性フェロモンが異性を誘う

男のブースター香水
body Sense
ボディセンス

女を惑わせる
魅惑の香り
微香性
ムスクの香り

1度だけのお試しもOK!

初回限定 **50%OFF 3,900円** (税込) 送料(税込) 760円
「ボディセンス」を申し込む!

※1 自社調べ (美容の女性専門家アンケートによる回答結果より)
※2 実施委託先: 日本コンシューマリサーチ 調査期間: 2020年9月23日~9月24日
調査対象: 美容関係者 318名 調査概要: メンズ香水を取り扱う10社を対象としたブランド名イメージ調査 調査方法: インターネット調査

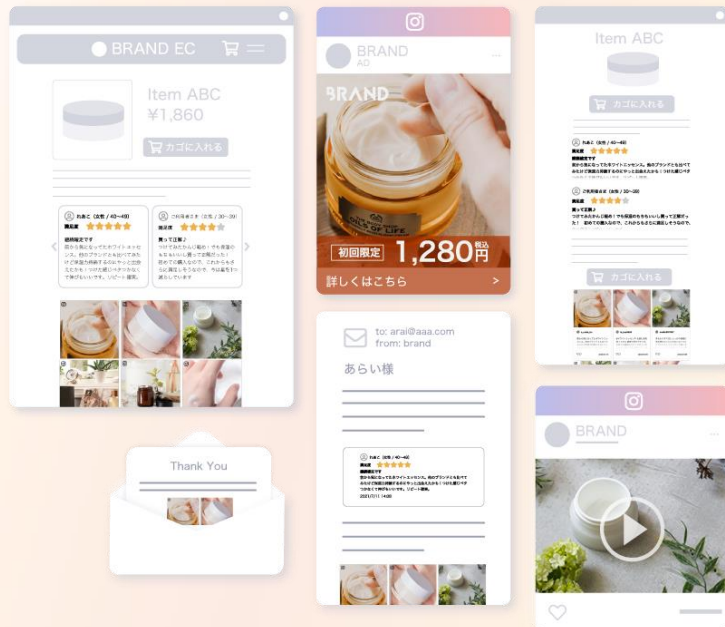


動画で見る

UGC活用ツールをご検討の方へ

「Letro」のご紹介

EC領域で圧倒的なCVR向上実績を持つ
「成果を出せるUGC活用ツール」



3分でわかる
Letroの資料請求をする



おすすめの「お役立ち資料」



詳しくはこちら

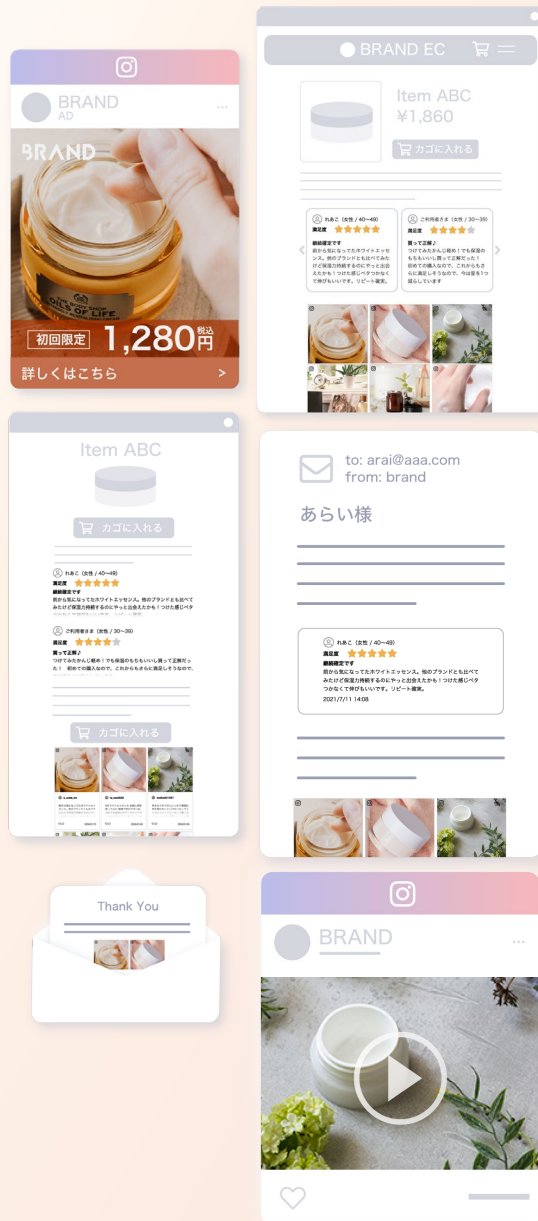


詳しくはこちら



ECの売上向上に直結する
UGC活用ツール No.1

Letro



通販企業やD2Cメーカーを中心に
210社以上のダイレクトマーケティングを支援



売上成果に
つながる
と思う
UGC活用ツール

No.1

CVRが
改善する
と思う
UGC活用ツール

No.1

調査方法：インターネット調査
調査期間：2020年12月8日～10日
調査概要：UGC活用ツール10社を対象にしたサイト比較イメージ調査
調査対象：全国、男女、25～69歳、(1)通販(単品通販・ECなど)事業運営企業(係長クラス以上) / 278s、(2)マーケティング部門 / 販促部門/デジタル販促部門/広告部門所属 / 791s
比較対象企業：「UGC活用ツール」Google検索 上位10社 (2020年12月2日18時30分時点)

サービスサイト <https://service.aainc.co.jp/product/letro/>

お問い合わせ アライドアーキテクト株式会社 Letro事業部

📞 050-1790-7052 📧 pd-letro@aainc.co.jp