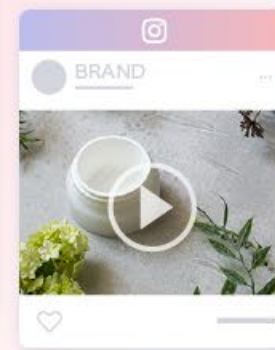
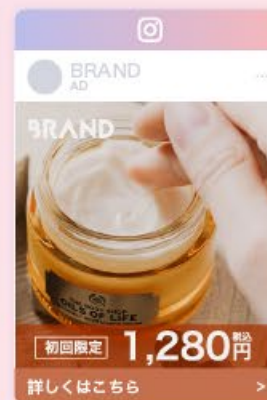


化粧品・健康食品企業

CVR
改善事例 **10**選

EC売上成長に欠かせないUGC活用



SUNSTAR

ORBIS

Attenir

KENKOU
CORPORATION

BELTA

1. はじめに

2. 化粧品企業 Case Study

1. オルビス株式会社	4
2. 株式会社アテニア	5
3. DINETTE株式会社	6
4. 株式会社SOLIA	7
5. 健康コーポレーション株式会社	8
6. 株式会社鈴木ハーブ研究所	9
7. チュラコス株式会社	10

3. 健康食品企業 Case Study

1. サンスター株式会社	11
2. 株式会社ベルタ	12
3. 株式会社ナチュラルジャパン	13

Appendix

サービス紹介「Letro」

はじめに

近年、**媒体のCPM高騰・Cookie利用規制・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、**化粧品・健康食品企業がUGCを活用してCVR改善を実現した事例**をご紹介します。

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



Powered by Letro



動画で見る

Attenir

広告LPに活用

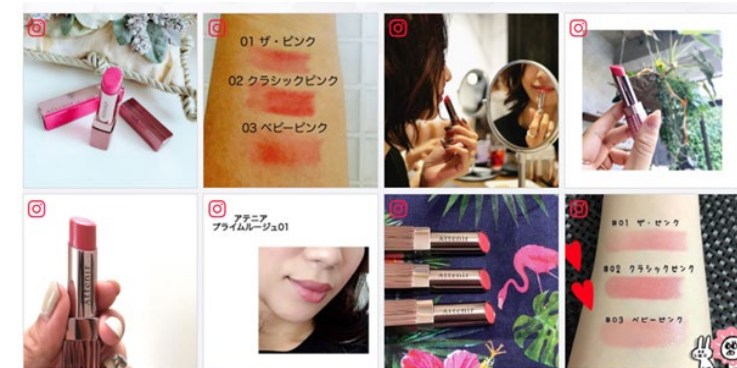
CVR 1pt程度向上

活用背景

- インスタグラマーに依頼してその投稿を買い取り、LPに反映するといったUGC風のコンテンツを使う施策は実施していたが、「よりリアルなお客様の声を活用したい」と考え、本格的なUGC施策を開始。

施策結果

- 広告LP、SNS広告のバナーに活用して、LPは1pt程度CVRが向上。
- UGCという様々な実際に使った方の写真があることによって、お客様は自分に近い人が使用したリアルな様子を知ることができ、結果としてコンバージョンに繋がっている。



わたしも使っています

from Instagram



動画で見る 

DINÉTTE

広告LPに活用

CVR 1.8 倍

活用背景

- Instagramの投稿キャプチャを画像としてLPに貼り付けていたが、UGCごとのCTRやCVRを計測することが出来ていなかった。
- 計測可能なUGC活用ツール「Letro」を使用し本格的なUGC施策を開始。

施策結果

- CVRやCTRが高いUGCがわかるようになり、LPのCVRが1.8倍に向上。導入後、売上も3.7倍を実現。
- 広告のクリエイティブにも活用し成果をあげることができている。



動画で見る →

SOLIA

ECトップ・商品ページ・広告LPに活用

CVR 1.2~1.5 倍

活用背景

- UGCは、多くのお客様が購入前に調べるものなのでサイト内で見せることが必要だと考えていた。
- 元々UGCをサイトに静的に埋め込むかたちで掲載していたが、どのUGCが成果に繋がっているのかという検証にとっても時間がかかっていた。数値を見ながら高速で改善を回す必要性を感じていたため、UGC活用ツール「Letro」を使用。

施策結果

- ECサイトのトップや商品ページ、LP等主要接点に活用し、初速でCVRは最大1.5倍に向上。
- どういうUGCがお客様にとって有益な情報なのかが見えてきたので、DMやメルマガ等のクリエイティブにも活用予定。



nPo Living
natural & organic

4,000円以上で送料無料

ALOBABY | HALENA | SINCE beauté | W CARE Supplement

トップ > ALOBABY (アロベビー) 商品一覧

ALOBABY (アロベビー)
赤ちゃん和妈妈のスキンケア

ALOBABY (アロベビー) は敏感な赤ちゃんの肌のために生まれた国産オーガニックベビースキンケアブランドです。肌にやさしい99%以上天然由来成分・無添加。新生児からお使いいただけます。



動画で見る →

KENKOU CORPORATION

広告LPに活用

CVR 1.45 倍

活用背景

- LPのヒートマップ上で一番見られていたクチコミコンテンツをさらに充実・改善させることで、よりCVRを上げられるのではないかと考え、UGC活用ツール「Letro」を使用し本格的なUGC施策を開始。
- 新商品のため、最初はインフルエンサーの方々のUGCを中心にLPへ掲載。その後、実際に購入いただいた方のUGCを追加。

施策結果

- 新規顧客獲得用LPのCVRが1.45倍（PC/SPの平均値）に向上。
- 更新があまりできていなかったECサイトにもUGCを掲載。コンテンツが拡充され、見た目も華やかにすることができた。



#新どろあわわ VOICE

新しいどろあわわをお試しいただいた方から続々とお声をいただいています。





商品購入後のページに活用

併売発生件数が最大**2倍**

活用背景

- 企業からの発信では伝えづらい商品の使いやすさや魅力をUGC施策を開始。
- 広告のクリエイティブやLPでUGCを活用しており、新規獲得の効率改善につながっていたため、定量的にもUGCの効果を実感していた。
- 複数商品を併せて使ってくれているお客様の声はクロスセルの促進にも繋がるのではないかと考え、商品購入後のお客様に表示される「ついで買い訴求ページ」にUGCを掲載。

施策結果

- 2週間の運用をした結果、1日当たりの「両商品を同時に購入いただいた件数」が最大で2倍に向上。

LP



購入ページ



あわせ使い
ご紹介ページ





新規獲得LPに活用

CVR1.52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、CVR1.1倍に向上。
- 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+0.42pt、CVRは施策前の1.52倍にまで向上。
- Instagramのビジュアルだけでは訴求できない商品メリットの訴求をレビューを組み合わせることで実現。



もっと見る

フィルタ

レビューを書く



Rkhkmama(女性)

満足度



色にはビックリしましたが、新しいタイプのクレンジングで洗い上がりの状態もつっぱり感なく良かったです。



MIKA(女性)

満足度



初めて使うタイプでしたが、とても気持ち良くてくせになりそうでした(^^) 色にはビックリしましたが、新しいタイプのクレンジングで洗い上がりの状態もつっぱり感なく良かったです。



満足度

こ

こ

こ

こ

こ

こ

こ

こ

こ

こ

こ

こ

こ



動画で見る →



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。



右つた図6

BELTA

広告LPに活用

CVR 1.47 倍

活用背景

健康食品であるマルチビタミン葉酸サプリ「ベルタ葉酸サプリ」では、ビジュアルでの訴求だけでは、効果実感や感想が伝わりづらく成果が出づらいためと考え、UGC活用ツール「Letro」を使用し、レビューを強調するデザインでUGCを活用。

施策結果

- 新規獲得LPにレビュー（コメント）を強調して表示するデザインでUGCを表示。
- 投稿者が実際に摂取した感想であるレビューをメインに表示することで購入検討者に安心・信頼して購入していただけるきっかけを提供し、CVR1.47倍を実現した。

マタニティマークと一緒に
妊婦さんを応援！

母になる
私のお守り

母さんと赤ちゃんにやさしい社会を作りたい

東京都交通局さんご協力のもと、妊婦さんにやさしい環境作りを応援しています。

妊活・妊娠雑誌
にも紹介されています！

66% OFF

初回1,980円はこちら



動画で見る →



広告LPに活用

CVR 1.16 倍

活用背景

ボディケアサプリ「GlammyPlus（グラミープラス）」では、商品購入の際に効果や安全面に対する不安を払拭するために商品を体験したりリアルな感想を訴求することは有効であると考え、UGC活用ツール「Letro」を使用し、レビューを強調するデザインでUGCを活用。

施策結果

- 直定期の新規獲得LPにレビュー（コメント）を強調して表示するデザインでUGCを表示。
- 不安を抱える購入検討者に対して安心して購入していただけるきっかけを提供し、CVR改善を実現。

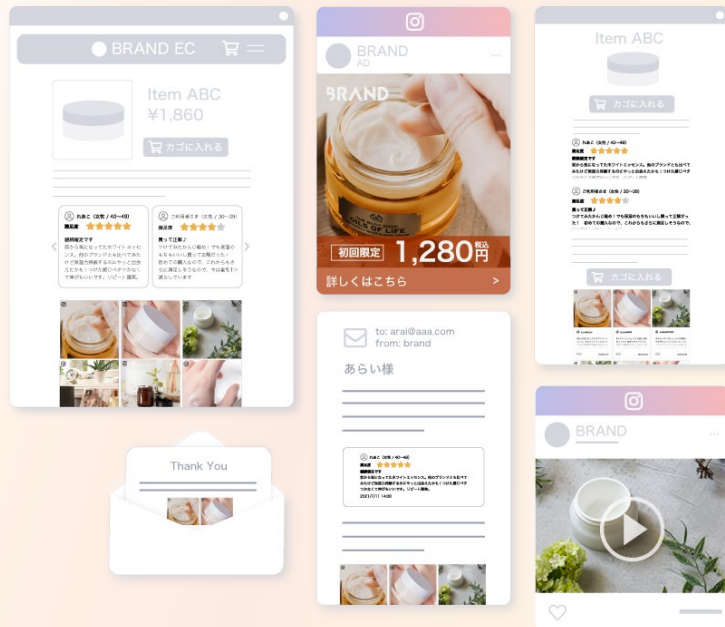


動画で見る →

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

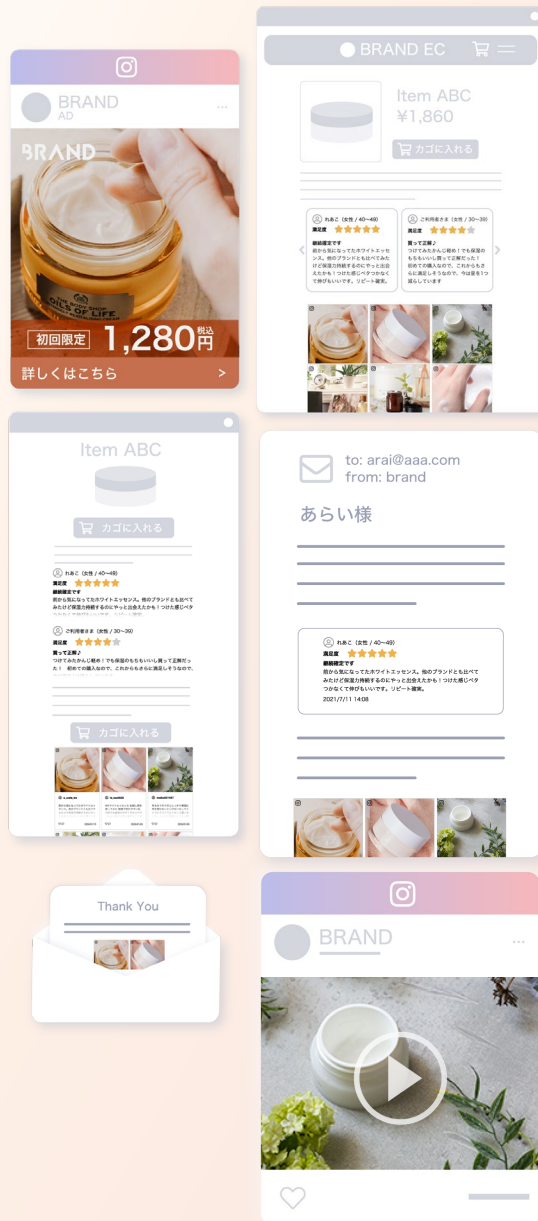


詳しくはこちら



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