

SNS Marketing Case Study

導入サービス：SNS 広告運用

Vol.12

サンスター、既存顧客からの商品体験をコメント欄に蓄積。
「商品レビュー化したSNS広告」を配信して
CPA43.5%改善。

SUNSTAR



会社名	サンスター株式会社
事業内容	歯磨、歯ブラシ、デンタルリンス、ヘアケア・スキンケア製品、食品、石けん・洗剤、化学品等の製造販売
公式Facebookページ	https://www.facebook.com/sunstartuhan/

導入経緯

オーラルケア製品や健康食品、スキンケア製品などを展開するサンスター社は、自社通販サイト「サンスターオンラインショップ」を運営しています。

2010年ごろからオンラインショップでの新規顧客の獲得施策としてディスプレイ広告やSNS広告などのWeb広告を開始しましたが、特にSNS広告での獲得件数が低迷していることに課題を抱えていました。もともとディスプレイ広告で効果が出ていた商品スペックやキャンペーン割引などのクリエイティブをSNSにも活用していたため、「同じクリエイティブでもSNS上ではユーザーに好まれにくいのではないか」「もっと違うクリエイティブが必要なのではないか」と感じるようになりました。

媒体ごとに適したクリエイティブでの広告運用をするため、各媒体に対して理解度が高い広告代理店の選定をはじめ、2016年10月、SNSに精通したアライドアーキテクト社のSNS広告専門チーム「AD Business Unit(ADU)」にSNS広告の運用を依頼し、クリエイティブ制作を含む広告施策の再設計を行い新たにSNS広告の出稿を開始いたしました。

課題と成果

これまで感じていた課題

- ・ ディスプレイ広告で効果が出ていたクリエイティブをSNS広告にも使用していたが、新規顧客獲得の件数が伸び悩み、媒体ごとにその特性に応じた適切なクリエイティブが必要なのではないかと感じていた。
- ・ SNS広告で効果が出るクリエイティブとはどのようなものがわからなかった。



導入後の成果・結果

- ・ SNS 広告では媒体やユーザーに合ったクリエイティブにすることでコメントがつき、「商品レビュー化した SNS 広告」となり効果が高くなることが判明。**新規顧客の獲得 1 件あたりにかかる費用(CPA)が一定期間で 43.5%改善した。**
- ・ 広告では従来実現が難しかった**「顧客の生の声を生活者に届けること」を実現できた。**
- ・ コメント数の多い広告を活用したところ、コメント数が少ない広告よりも**顧客転換率(CVR)が 143%向上した。**

具体的な施策内容と成功のポイント

新規顧客の獲得を目的とするWeb広告では、通常新規顧客をターゲットに配信しますが、今回実施したFacebook広告ではあえて既存顧客も含めた広めのターゲットに対して広告を配信することで、既存顧客の生の声がFacebook広告のコメント欄に集まる工夫を施しました。これはFacebookの特性を活かした新しい広告手法として当社が推奨している手法のひとつです。

例えばディスプレイ広告では、広告の要素は「①クリエイティブ」「②テキスト」の2種類に企業の伝えたいメッセージを含めますが、Facebook広告では①②に加え「③ユーザーのコメント」も広告要素のひとつとして考えることが可能です。意図的に良いコメントをしてもらうということではなく、良いコメントも悪いコメントも含めて既存顧客の「生の声」として他のユーザーに知ってもらうという、ECサイトの商品レビュー機能と同様の効果をもたらすと考えられます。



このようにユーザーに合ったクリエイティブを配信することで、「商品レビュー付きのSNS広告」ができ、CPA43.5%の改善につながりました。Facebookでは、一般的にユーザーが広告にアクション（いいね、コメント、シェア）をすると、アクションしたユーザーの友達にも広告をリーチさせることができ、かつその分の広告料金はかからないため、広告料金以上のリーチを獲得することも可能になります。当社では、このFacebook広告ならではの特性を活かした、コメントが集まった広告には「生活者から共感されやすい」という価値があると判断し、「人から人へ情報伝達」できるこの手法はFacebook上で有効だと考えています。

サンスター社の本施策においてこの手法を活用した結果、既存顧客から「おいしいんですよ、すっきり味です」「2か月に1回購入しています」などの商品に対する生の声がコメント欄に集まった広告となり、「商品レビュー付きのSNS広告」としてCPAの改善やCVRの向上を実現しました。

ご担当者様のコメント

サンスター株式会社 ヘルス&ビューティーカンパニー ダイレクト営業部 児嶋 仁視 氏

既存顧客からのコメントがついた広告を活用することで、CVRが143%向上

今までのディスプレイ広告は幅広いターゲットに対して企業から一方向の情報発信をするものとなっており、同じクリエイティブをSNS広告で活用してもターゲットから反応がない状態が続いていました。今回配信した「緑でサラナ」のSNS広告は、既存のお客様や広告に触れたユーザーのコメントを含んでおり、その広告を受け取ったユーザーには、商品の良さを知っている「経験者」のクチコミ情報を受け取った感覚で、広告を受け取っていただけただけではないでしょうか。既存のお客様からのリアルな意見を介して、ユーザーから「共感」を得られたのではないかと思います。



ご興味のある方はお気軽にお問い合わせください

アライドアーキテックス株式会社

お問い合わせフォーム：

<https://www.aainc.co.jp/contact/pr/>

報道関連・ご取材に関するお問い合わせはこちら

広報室 板垣・芋谷

TEL：03-6408-2791

メール：press@aainc.co.jp