

「いわば、1円から掲載できる純広告。
インタレストマッチには衝撃を受けました」



エス株式会社



潜在顧客の興味関心にマッチした広告で 英会話教材の売上を飛躍的に拡大

日常英会話マスターのための教材「エブリデイイングリッシュ」を企画、販売するエス株式会社は、自社通販Webサイトの開設以来、低コストで集客できるオーバーチュアの-sponsoredサーチを活用していました。その後、さらに潜在顧客の獲得を図るべく、新たに興味関心連動型広告「インタレストマッチ」を導入。異なるタイプの広告のシナジーによりインプレッション数とコンバージョン数の飛躍的な増大を実現し、ハイペースで事業の成長を加速させています。



エブリデイ出版《エブリデイイングリッシュ》
公式ホームページ
<http://every-e.com/>

本社：本社：広島県広島市

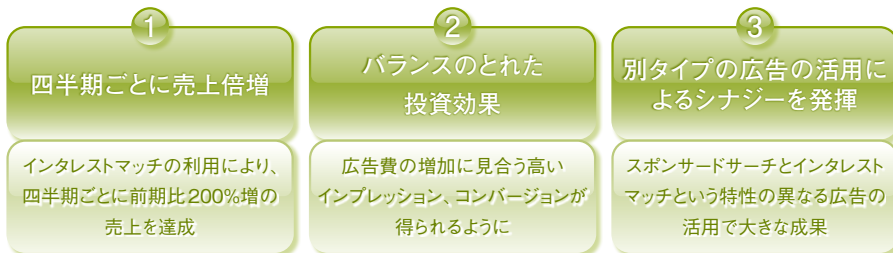
設立：2006年

事業内容：インターネットビジネスに関するコンサルティング、Webサイトの企画・制作・構築・運用のほか、「エブリデイ出版」のブランドで英会話教材CD「エブリデイイングリッシュ」の企画・開発・販売を行う。

サービス導入までの経緯



サービス導入後の効果



低コストのスポンサードサーチで 通販ビジネスをスタート

以前からWebサイトの企画・制作事業を行っていたエス株式会社では、そのノウハウをもとに、より簡便で利用しやすいCDメディアを使った英会話教材の企画に着手。インターネット上で流通する既存の英会話教材を徹底的に分析したうえで、最もニーズが多いと考えられた日常英会話の習得にフォーカスし、「エブリデイイングリッシュ」を開発しました。ECサイトの運営経験をも

とに、Webサイトでは商品の詳しい説明はもちろん、体験者の声を掲載しているほか、無料試聴コーナーも設け、顧客が納得して購入できる配慮がなされています。

商品のコンセプトについて「赤ちゃんが英語を覚えるプロセスを教材化した」と話すのは、取締役兼企画部長の西本 直人氏。「英語に苦手意識をもっていても、教材の英会話を聞くだけで自然に身につけることができるはず」といいます。

「数百万円もするバナーなどの純広告は負担が大きすぎる」ため、まずはできる限り低コストでWebサイトに集客できる広告を求め、探し当てたのがスポンサードサーチでした。2007年に導入し運用を始めた当初は、「おそろおそろ1日1000円程度の予算」からスタートしたとのこと。しかしながら、導入直後の1カ月間で数件程度とはいえ、すぐに売上に結びついたことから、「スポンサードサーチをうまく使えば確実に売れる」と西本氏は確信しました。

“売上はもっと伸ばせる。そのためには 潜在顧客に直接リーチできる広告が必要でした”

その後、ホームページを拡充すると同時に、「日常英会話」や「聞くだけ」といったキーワードを登録するなど、他の商品と明確に差別化できる特長を訴求した広告を出稿し、顧客の反応に合わせて広告予算を順次拡大。ついには四半期ごとに前期比200%という驚異的な売上の伸びを達成し、Yahoo!ショッピングの通販部門、英会話教材部門などで週間売上ランキング1位を獲得するに至りました。

「わからないことがあるたびにオーバーチュアに電話で問い合わせ、ていねいにサポートしてもらえたことで、スponsoredサーチの力をうまく引き出せたのだと思います」と西本氏は語ります。

インタレストマッチの導入により さらに急激な売上拡大へ

それまで、スponsoredサーチの活用で業績は順調に推移していたものの、西本氏には「商品力からすると売上はもっと大きく伸ばせるはず」という自信がありました。そのためには、英会話に関心のある潜在顧客に直接リーチできる広告が不可欠と考えていたところ、2008年7月、オーバーチュアが興味関心連動型広告「インタレストマッチ」のサービス拡大を発表。2009年2月のサービス開始後、すぐにアカウントを取得し、2009年3月末からインタレストマッチの運用を開始しました。



エス株式会社
取締役 企画本部長
西本 直人氏

インタレストマッチは、ユーザーが閲覧しているWebページの内容や、過去に閲覧、検索したWebページの内容に関連した広告を表示する新しいサービスです。ユーザーの趣味嗜好にマッチした適切な広告が表示されるため、より確度の高い顧客の獲得を実現します。

「インタレストマッチは衝撃的でした。ワンクリック1円程度からという低コストで、英会話に関心のあるユーザーに純広告と同等の力強い訴求ができる。当社には非常に魅力的でした」と西本氏。

Webサイトの企画・制作事業の経験とともに、スponsoredサーチの運用で培ったノウハウをも活かし、ユーザーの反応を見ながら数百のキーワードを登録。訴求ポイントを変えた複数の広告をコントロールするなどした結果、2段階ロケットに点火したように売上の上昇はさらに勢いづきました。それにあわせて広告出稿費用も急増しましたが、「広告費が増えても、インプレッション数、コンバージョン数ともに満足できる成果が出ているので問題ありません。バランスのとれた投資効果が得られています」と、西本氏はコストパフォーマンスのよさを実感しています。

インタレストマッチは、広告を表示するユーザーの地域、時間帯、年代、性別などを絞り込めるターゲティング機能を備えており、同社では20歳未満を除外する年齢制限を行っています。

「エブリデイイングリッシュはどなたにでも使っていただける教材として、あらゆる層の購入者を想定しています。ただし、通信販売の法令上、契約条件が複雑になる未成年のみ除外しているのです」（西本氏）

ビジネスマンやOL、主婦からシニアの方まで購入者は幅広い層にわたり、小・中・高等学校の教師や、企業、病院などの団体購入も増えています。なかには赤ちゃんの時から聞かせたいと、母親が購入するケースもあるといいます。

インタレストマッチを味方につければ 小規模ビジネスでも成功できる

インタレストマッチ導入後も、スponsoredサーチは検索エンジンからの集客ツールとして有効に機能しており、特性の異なる2タイプの広告活用のシナジーが同社の成長戦略を支える柱となっています。業績は右肩上がりのペースを維持し続けており、西本氏は、「ピークを迎えるまでは現在の運用を継続し、コンバージョン最大化のために必要な広告予算は十分に投下していきます。特に英会話教材という商品との親和性が高いインタレストマッチには期待しているので、今後はインタレストマッチ モバイル向けサービスの導入も検討していきたい」と展望を語ります。

「インタレストマッチ PC向けサービスの魅力は、不特定地域、不特定多数に向けた展開だけでなく、個人の興味関心、時間帯、年代、性別などを絞り込んだピンポイント展開も可能なところ。この特長を活かせば、さまざまな事業が成長できるはず」と実感を込めて話す西本氏。驚異的なハイペースの成長を維持するため、同社はスponsoredサーチとインタレストマッチの力を味方につけ、これからもビジネスの大きな推進力として活用していくつもりです。

(当記事は2009年8月時点の情報をもとに構成しています)

Yahoo! JAPAN リスティング広告をご利用のお客様のための、役立つ情報が満載！



[公式ラーニングポータル]
<http://ov.yahoo.co.jp/online/>



[サービス活用事例]
<http://ov.yahoo.co.jp/service/casestudies/>

2009年10月1日をもってオーバーチュア株式会社はヤフー株式会社と合併いたしました。

YAHOO!
JAPAN

ヤフー株式会社
〒107-6211 東京都港区赤坂9-7-1 ミッドタウン・タワー
Yahoo! JAPAN リスティング広告 公式ホームページ
<http://ov.yahoo.co.jp/>

掲載されている会社名、製品名、サービス名は各企業の商標または登録商標です。
Copyright © 2009 Yahoo JAPAN Corporation. All Rights reserved.

お客様サポートセンター

お申し込みに関するお問い合わせ

■ スポンサーサーチ
0120-056-559
(平日9:00~18:00 土日祝休)

■ インタレストマッチ
0120-056-738
(平日9:00~18:00 土日祝休)

お申し込み後のお問い合わせ

■ スポンサーサーチ
0120-958-559
(平日9:00~18:00 土日祝休)

■ インタレストマッチ
0120-559-703
(平日9:00~18:00 土日祝休)