

リアルタイム販売データで New Zealand Cricketの 新たな成長を加速

ケーススタディ

広告代理店
OMD New Zealand
広告主
New Zealand Cricket
メソッド
カスタム入札アルゴリズム



成果

63%
顧客獲得単価(CPA)の削減率

3.3x
チケット販売増

ダイナミックなシーズンを迎えたNew Zealand Cricket

New Zealand Cricket (NZC) は、試合のオンラインチケット販売を拡大し、同時に従来のマーケティングキャンペーンよりも顧客獲得単価 (CPA) を削減したいと考えていました。チケット需要は地域や試合ごとに異なるため、購入意欲を高める最適な環境とタイミングでオーディエンスにリーチするアプローチが必要でした。依頼を受けたOMDチームは早速、高度なプログラマティックソリューションの独自開発に着手しました。

変化するターゲットにいかにリーチするか

クリケットの試合は開催地を転々とし、予算も毎年変わるため、OMDはリアルタイムデータを収集する必要がありました。また、キャンペーン中の広告を適宜変更してROIの向上を図ることも求められました。そこでOMDはThe Trade Deskと協働し、チケット販売プロバイダーAPI Ticketekのデータを用いて独自のアルゴリズムを開発し、イベントごと、地域ごとの購入行動への理解を深めることにしました。両社はリアルタイム販売データを用いてアルゴリズムを学習し、リアルタイムの需要データに基づいた入札価格の生成を実現。さらにThe Trade DeskのAPIと多次元入札機能を使って、16地域・23イベントを対象に8時間ごとに入札価格を自動調整する手法により、販売機会が最も大きな地域への投資を優先できるようにしました。

総力の結集が生んだ大きな成果

OMD独自のアルゴリズムは社外から収集するリアルタイム販売データを巧みに活用して、入札価格の最適化を自動的に行います。需要の変動を考慮して自動調整し、効率性を高めながらパフォーマンスを改善できるアルゴリズムです。これはCPAの削減につながるが同時に、NZCのチケット販売増という、より大きな成果をもたらしました。

- 2018/19シーズン末の時点でCAPが63%削減
- 2018/19シーズンのチケット販売が33削減倍に増加

翌シーズンへの展開

キャンペーンの好調を受け、OMDとNZCは翌2019/20シーズンにも同様の戦略を展開し、一層大きな成果を達成：

- CPAを前年比でさらに20%削減
- クリックスルーレート (CTR) を改善し、コストパークリック (CPC) を前年比でさらに40%削減
- CPMを25%削減し、より高い目標を達成

“NZCにとって、夏は国際クリケットシーズンが最も重要なイベントであり、プログラマティック広告への投資とリアルタイムのチケット販売データ、需要パターンデータを統合させる必要がありました。今回のキャンペーンはリアルタイムデータドリブン広告の完璧な成功例で、チケット販売と需要パターンに基づいて、国内の全イベント、全地域を対象にペイドメディア戦略を最適化することができました。”

New Zealand Cricket
マーケティング&コミュニケーションズ部長
Stacey Geraghty氏

“リアルタイム販売データを用い、The Trade Desk APIで弊社独自のアルゴリズムを有効化させることで、弊社の入札戦略をかつては不可能だった領域で展開し、NZCにとってより良い入札をより迅速に実現できるようになりました。このカスタムソリューションは現在、NZC向けのプログラマティックデータ&入札戦略の最前線となっています。今後はカスタムアルゴリズムをさらに活用して、クライアント各社に「アンフェア・アドバンテージ」をもたらしたいと考えています。”

OMD
テクノロジーディレクター
Azriel Chan氏

thetradedesk.com | info@thetradedesk.com

© 2023 The Trade Desk, Inc. 機密文書。
The Trade Desk, そのパートナー企業、およびクライアント企業以外への配布は禁じられています。

