

## お客様事例

**HD SUPPLY**  
FACILITIES MAINTENANCE



小売分野

B-to-B プロパティメンテナンス

サプライヤー

### 課題

手作業に対して集中的に資源投入することなく、関連商品を最も適切な顧客セグメントに表示させる販売促進バナーで、エンゲージメントを最適化すること。

### 結果

リッチレリバンス Engage™によって、下記のパナー・パフォーマンスを達成。

- ☑ AOV (オーダー毎の平均購買額) **13%** 増加
- ☑ コンバージョン **116%** 増加
- ☑ 売上 **125%** 増加
- ☑ クリックスルー率 **34%** 増加

# 116%

コンバージョンが増加

“

Engage™を気に入った理由は、「お客様が何に一番反応するか」という難題を解決してくれるからです。アルゴリズムに基づいた Engage™は、レコメンド商品を決定する際の有益な助けとなります。

-ニコル・ノリス

デジタル・マーケティング・マネージャー、HD サプライ・ファシリティーズ・メンテナンス

HD サプライ・ファシリティーズ・メンテナンスは、米国およびカナダの多世帯、ホスピタリティ、ヘルスケア、および政府施設に、MRO (間接資材) 分野の商品およびサービスを提供する主要なサプライヤーであり、北米最大の多角事業代理店である HD サプライの子会社です。2014 年に 40 周年を迎え、ウェブサイト (hdsupplysolutions.com) には 55,000 点以上の商品が掲載されています。

ニコル・ノリスは、HD サプライ・ファシリティーズ・メンテナンスのデジタル・マーケティング・マネージャーで、販売促進、電子メール/ディスプレイ・マーケティング、ソーシャルメディアを統括しています。彼女のチームは、大量の商品セレクションを効率よく並べ、オンライン訪問者からの売上を増やすように、ウェブサイトのバナーを特定し、配置するという難題に取り組んでいました。

バナーに関して言えば、ノリスは「我々は、ホームページのバナーでいい結果が出せずに苦労していました。お客様はホームページを閲覧するだけで、当社は多くのトラクションを得ることができませんでした」と述べます。

### 商品のレコメンデーションにとどまらないパーソナライゼーション

ノリスのチームは、暫定的なステップとしてうまく機能しそうだと思定したバナー強制プログラムを試す中で、すでに HD サプライのパーソナライゼーション・プロバイダーだったリッチレリバンスが提供している Engage™について知りました。2010 年から同社の Recommend™製品を利用していた HD サプライは、パーソナライズされたレコメンデーションが、オンラインの購入を促すのにとっても効果的だと気づいていました。

「Engage について知った我々はとても興奮しました。セグメンテーションを活用し、ターゲットを絞り、自己最適化を行うことで、お客様とバナーのエンゲージメントを高める、という我々の目標に最適だったからです」とノリスは述べます。

リッチレリバンスの Engage™ は、高度なターゲティングやオーディエンス・セグメンテーション・ツールと対照させて、個々のお客様の行動をマッピングするので、マーケッターは、関連するコンテンツで高度にパーソナライズされたキャンペーンを配信することができます。マッチングの最適化を自動にすることで、コンテンツのパーソナライゼーションを行なうため、手動で A/B テストを何百回も実施する時間と手間を省くことができます。

HD サプライが 2013 年 8 月に Engage™ を導入したところ、AOV (オーダー毎の平均購買額) で 13% の増加 (バナーをクリックしなかった人のウェブサイト AOV と比較)、コンバージョンが 116% 増加、売上が 125% 増加 (後者の 2 つの指標は、以前のバナー広告と比較) など、主要指標の大幅な改善に成功しました。

「Engage™ を気に入った理由は、『お客様が何に一番反応するか』という難題を解決してくれるからです。アルゴリズムに基づいた Engage™ は、レコメンド商品を決定する際の有益な助けとなります。」とノリスは述べます。

## シームレスなクラウド・インプリメンテーション

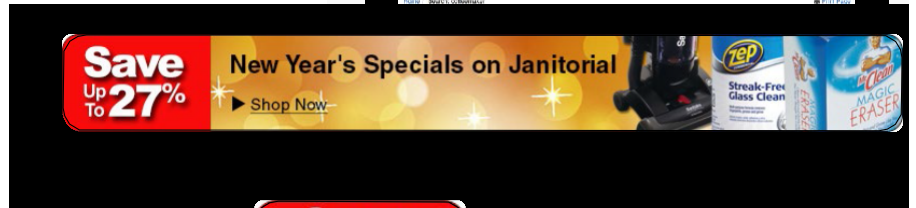
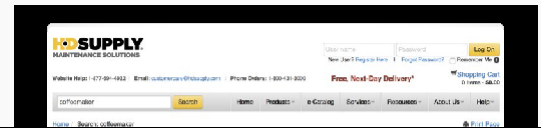
Engage 製品の導入はシームレスで行えるので、時間を節約できるのはもちろん、実行や学習についての効果がさらに高まります。ビジネス・ユースのオンライン・プロモーションや内部サイト表示を管理しているデジタル・マーケティングの専門家、デイヴィッド・ワンは、次のように詳しく述べています。

「Engage™ を導入する以前は、すべてのマーケティングやバナーメッセージを一つのスペースで実施していました。他のプログラムでは、別のページにマーケティング・バナーを表示することができましたが、それぞれのターゲットとセグメントの情報入力、すべて手動で行なっていました。それは、多くの人々やデザイナーの関与を必要とするものでした。Engage™ を使うと、一つのキャンペーンで少なくとも数時間を節約することができます。Engage™ では 50~100 のキャンペーンを一度に実行することができますが、これは以前は決してできなかったことでした。」

## 購入の過程からお客様の洞察を得る

同社ではさらに、Engage™ によってお客様が何に反応するかを熟知できるようになりました。「お客様はブランドの特徴や Web サイトのリソースのような情報やコンテンツには反応しませんでした、販売促進には高いエンゲージメントを示しました。」 Engage™ のダッシュボードにはキャンペーンの結果をモニターして測定する機能があるので、どの分野が最もエンゲージメントが高いかを知ることができ、バナーの配置を最適化するために役立つベスト・プラクティスを収集することもできます。

以前にノリスのチームが 1 か月で提供できるバナーは、(合計 5 つの各) 業界ごと、ホームページごとに一つだけでした。Engage™ 導入後の HD サプライ・ファシリティーズ・メンテナンスは、ホームページだけでなく、商品、登録、注文確認ページのようなコンバージョン増加に重要なページにも、バナーを表示することができるようになりました。そして、多くのさまざまなプロモーションのテストも同時に実行することができます。「最も関連性の高い商品を、最も適したお客様のセグメントにバナーを表示することで、ユーザー・エンゲージメントを最適化する」という目標を達成することができました。



お問い合わせ先

✉ [japan-info@richrelevance.com](mailto:japan-info@richrelevance.com)

📞 +03 4588 2200

💻 [www.richrelevance.jp](http://www.richrelevance.jp)