

事例紹介 | ADVANTAGE+ SHOPPING | META

Advantage+ Shopping Campaignで 日本における従来の広告ファネルを改変する

ビジネス 課題

従来の広告ファネルアプローチである 認知→興味・関心→購入 を取り入れた後で Jellyfishは、UGG JAPANのパフォーマンスを向上させ、GAとDDAでより多くの収益を上げるための追加施策を模索していました。

Jellyfish の解決策

Jellyfishは、入札とターゲティングを自動化し、潜在層の呼び込みとリマーケティング戦略を統合した新しいキャンペーンタイプである Advantage+Shopping Campaign (ASC)を設定しました。Jellyfishは、UGG JAPANのBAU広告を活用し、4週間にわたり広告運用を行いました。

結果

Advantage+Shopping Campaignは従来の広告ファネルにおける認知と興味・関心部分を飛ばし、潜在層に対して直接収益を促す効果的な結果をもたらしました。BAUキャンペーンと比較して、ASCはGA ROASを35%、DDA ROASを34%向上させました。ASCはDeckersのMeta広告ファネルにおける重要な部分となり、日本の他の Deckersブランドにも展開されました。

Results

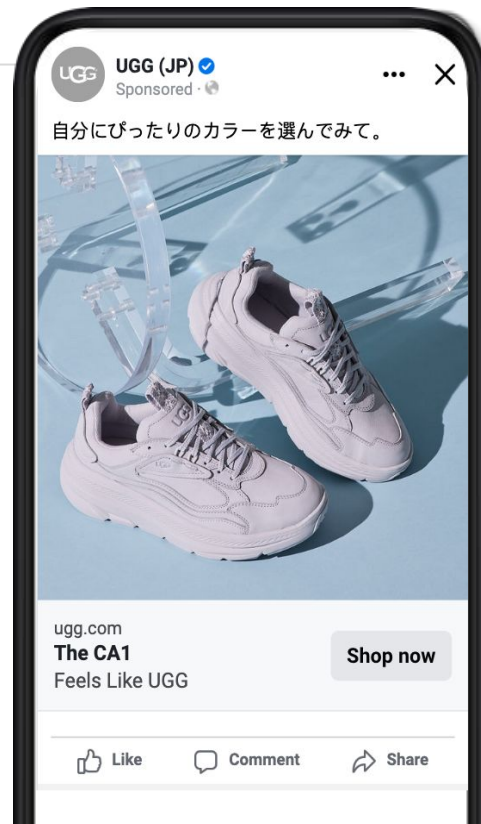
35%

GA ROAS 増加

34%

DDA ROAS 増加

テクノロジー

**Advantage+ Shopping
Campaigns****UGG**

事例紹介 | SPARK ADS | TIKTOK

Spark Adsによってコミュニティ間のやりとりが活発化し、日本のTikTokフォロワーが拡大

ビジネス課題

UGG Japan はSpark Adsを活用できるオーガニックのTikTokアカウントを開設。アカウント開設から15日以内に、日本でのフォロワー1000人獲得を目指しました。

Jellyfishの解決策

Jellyfishは、コミュニティ・インタラクション（フォロワー獲得）の目的でSpark Adsを実施し、より多くのフォロワーを獲得するためにキャンペーンを最適化しました。

また、ネイティブターゲティング機能を活用することで、アカウントをフォローする可能性が高く、ファッションに特定の興味を持っている個人にリーチしました。

結果

わずか4日間かつ、予算の27%を消化することで、フォロワー獲得目標数を達成することができました。

15日間のキャンペーン期間中、183円のコストで、7,598人のフォロワーを獲得することに成功しました。フォロワー獲得目的をファネル上位の戦略に置くことで、日本国内でのブランド認知、エンゲージメントを高めることにしました。

Results

0.39%

フォロワーレート

¥183 JPY

フォロワーにつき

テクノロジー

Spark Ads

UGG