

GILT

Gilt Groupe について

- ・ 会員制のショッピング サイト
- ・ 本社: ニューヨーク市
- ・ www.gilt.com

目標

- ・ ユーザー単位のより詳しい情報を取得する
- ・ ユーザーのすべての訪問と接点について詳しいデータを入手する
- ・ ウェブサイトのデータとデータ ウェアハウスをリンクする
- ・ 質の高いトラフィックをウェブサイトに集めて投資収益率を改善する
- ・ ユーザーの購買行動と属性データを相互参照できるようにする

取り組み

- ・ 非サンプリングレポートを作成して大規模データの統計的な有用性を確保する
- ・ 20 個のカスタム変数を設定してデータの分類や分析に適用する
- ・ アトリビューション モデリングを利用して段階ごとにマーケティング チャンネルの価値を評価する
- ・ 目標到達プロセスを定義してコンバージョンプロセスの各段階を把握する

成果

- ・ 少人数のグループで使用していた解析ツールが社内全体に普及し 100 人以上が利用できるようになった
- ・ 部署ごとの専用マイレポートを定期的作成、業務上の個別の案件に関するレポートも毎週数百件のレベルで臨機応変に作成できるようになった
- ・ 4 時間おきにデータが更新され、適切な意思決定を迅速に下せるようになった
- ・ 各社員が調査や解析を行い、すべての意思決定の最前線で解析情報が活用されるようになった

Gilt Groupe 社、高度な機能を備える Google アナリティクス プレミアムの導入で企業文化を変革し、社内全体で十分なデータに基づく意思決定が可能に

背景情報

Gilt Groupe は革新的なオンライン ショッピング サイトであり、会員登録したユーザーに優れた商品やサービスを提供しています。会員になったユーザーは、一流デザイナー ブランドの商品も最大 60% オフでいち早く購入することが可能です。取り扱っている商品やサービスも、ファッション、装飾品、クラフト用品、旅行のほか、各地で行われるユニークな体験コースなど多岐にわたります。

Gilt は 2007 年のサービス開始以来、刺激のかつ効率的なオンライン ショッピング サイトの提供に努めてきました。現在も、サイトへのアクセスから商品購入に至るショッピング プロセスの全過程で、すべての顧客に最高のサービスを提供できるよう尽力しています。Gilt は、事業拡大とユーザーの満足度アップを目指すオンライン企業であり、そうした目標を実現するためには、包括的なウェブ解析ソリューションを導入する必要がありました。

レポート機能の強化

Gilt Groupe は、2011 年にそれまで使っていたソリューションに換えて Google アナリティクスを導入しました。その後、顧客が行うひとつひとつの操作をデータとしてできる限り有効活用したいと考え、Google アナリティクス プレミアムにも関心を持つようになります。プレミアム バージョンの最大の魅力は、非サンプリング データを利用してユーザー単位の詳細情報を取得し、統計的に有用なデータに基づいて意思決定を下せることでした。標準の Google アナリティクスが Gilt のウェブサイトとバックエンド システムに既に統合されていたこともあり、プレミアム バージョンには手間なくアップグレードできましたが、その手軽さに反して非常に多くの機能が利用可能となり、Gilt の日常業務に大いに役立つこととなりました。

非サンプリング データ

標準の Google アナリティクスでは、訪問数が 50 万以上のカスタム レポートを作成する際にデータがサンプリングされますが、Gilt は Google アナリティクス プレミアムの導入により非サンプリング データを参照できるため、より正確なデータを入手し、テストやキャンペーンの結果をより明確に把握できます。Google アナリティクスの管理画面でサンプリング データではなく非サンプリング データを参照するようにしたことで、Gilt は不確実性を排除し、テストやキャンペーンの結果を基に自信を持って意思決定を下せるようになりました。

カスタム変数

標準の Google アナリティクスでは 5 つのカスタム変数を作成できますが、Gilt は重要な指標をより広範に分析し、より総合的に顧客の行動を評価したいと考えていました。現在、Gilt は 20 個以上のカスタム変数を使用し、A/B テスト以外にもさまざまな比較や解析を行っています。現在使用している指標には、ユーザー ID、テストの区分、タイム スタンプ、ページの種類、ユーザー属性、テストの変数、ヒット数などがあります。Gilt はこうしたすべてのデータを活用し、クリックストリームの作成、複数のドメインにまたがるユーザーの移動経路の再現、商品購入に至ったサイト内外のトラフィックソースの解析、サイトのパーソナライズ、テスト結果の表示などを行っています。

「Google アナリティクス プレミアムのおかげで、全社員がビジネスの解析データに簡単かつ迅速にアクセスできるようになりました。社内の誰もがセルフサービスでデータを利用できるのです。」

— Gilt Groupe ウェブ解析担当シニアマネージャー
— Ana Kravitz 氏

予測モデリング

Gilt は Google アナリティクス プレミアムの高度な機能を利用して、先進的な試みを行っています。たとえば、Google アナリティクスのクリックストリーム データを利用して、ユーザーの購買行動を予測する決定モデルを構築しています。セッションごとに時期、価格、販売場所などの詳しいデータを集めることにより、変数をモデルに適用して商品購入の可能性を予測することが可能です。こうした分析は、Google アナリティクス プレミアムで 45 個のカスタム変数を追加し、eコマース関連の追加属性を収集したことで、はじめて実現できることです。

アトリビューション モデリング

Gilt では、販売到達プロセスの各段階に適切に予算を配分できるように、アトリビューション モデリングを取り入れています。Gilt のウェブ解析担当シニアマネージャー Ana Kravitz 氏も、「アナリティクスが本領を発揮するところ」と述べています。「標準の Google アナリティクスのマルチチャンネル レポートでも、さまざまなマーケティング チャンネルをユーザーがどのように移動したかを極めて直感的に把握できます。しかし、Google アナリティクス プレミアムのアトリビューション モデリング ツールを利用すれば、複数のアトリビューション モデルの結果を表示、比較できるようになります」。この機能について Kravitz 氏は、現在入手可能なあらゆるウェブ解析ツールの中でも、最も直感的で使いやすいと評価しています。

Gilt のスタッフはアトリビューション モデリングを利用する過程で、アフィリエイトの収益はラストクリック モデルを適用すると非常に高くなる一方で、ファーストクリック モデルを適用するとかなり低くなることがわかりました。このデータからわかるのは、ラストクリックの結果だけに着目してマーケティング活動を実施すると、危険性が高いということです。アトリビューション モデリング ツールを使ったところ、他のマーケティング費用を削ってアフィリエイト マーケティングに集中投資すると、新規ユーザーを獲得できなくなり、Gilt の顧客が徐々に減っていくことが判明しました。一方で、友人紹介制度のようなマーケティング プログラムでは新規顧客を獲得することはできますが、ラストクリックによる商品購入を評価しにくくなります。このようにアトリビューション モデリングを活用して分析することにより、Gilt ではマーケティング チャンネルの最初と最後に適切に予算配分できるようになります。

社内全体に瞬く間に普及

Gilt で以前に利用していた解析ツールは、主に少人数の解析チームだけが利用し、このチームがデータを絞り込んで作成したレポートが他の社員に送付されていました。Google アナリティクス プレミアムはアクセスしやすく、簡単に使えるため、現在では 100 人以上がこのツールを積極的に活用しています。アップグレードの成果の 1 つは、ウェブ解析が社内全体に深く浸透し、部署や役職に関係なくすべての社員がデータに基づく意思決定に積極的に関与するようになったことです。取り交わされたサービス レベル契約でも 4 時間おきのデータ更新が保証されているため、最新の情報に基づくタイムリーな意思決定も促進されます。

これにより、Gilt の企業文化が目に見える形で変革が起きました。多くの社員が自社のウェブ解析情報にアクセスできるようになったことで、新機能の導入やテスト実施の情報が常に周知され、Google アナリティクスで経過をモニタリングできるようになりました。新商品を投入するときには担当チームが解析用のマイルポートを作成、共有できるので、すべての社員がログインして状況を観察できるようになっています。最近では、打ち合わせや会議で解析情報が重要な役割を担うようになりました。「Google アナリティクスはデータの分類やマーケティングのアトリビューション分析に非常に有効で、単なる思いつきを気軽に調査することもできます」と、Kravitz 氏は述べます。取り扱いの簡単な Google アナリティクス プレミアムを導入すると、単にレポートを作成するだけでなく、本格的な解析を行うことができます。結果として、Gilt では社内のあらゆる階層でデータに基づく適切な意思決定を迅速に下せるようになりました。

