



BIZREACH

株式会社ビズリーチ

・ <https://www.bizreach.jp/>

ビズリーチは企業と求職者が直接やりとりできるプラットフォームがなかった人材業界において、人材データベースを企業に開放することで採用市場を可視化しました。企業が求職者へ主体的にアプローチできるプラットフォームを提供することで、「欲しい」人材を獲得するために採れる手段を主体的に考え、能動的に実行する採用活動「ダイレクト・リクルーティング」を推進し、優秀な人材のスピーディーな採用をご支援しています。また、求職者も今まで知りえなかった企業からアプローチされることで、キャリアの可能性と選択肢を最大化できます。現在は累計 5,700 社以上、78 万人以上(2017 年 1 月現在)の会員の方にご利用いただいております、グローバル企業や国内の大手企業にも多くご利用いただいております。

ゴール

- ・ 検索クエリからのキーワード追加を自動化し、検索連動型広告からの獲得最大化と効率化を実現する

サマリー

- ・ AdWords スクリプトを使って検索クエリをキーワードとして自動追加するツールを作成
- ・ 追加頻度 / 追加条件 / キーワードのマッチタイプなどのルールを設定しアカウントへの実装

結果

- ・ クリック数 +65%、コンバージョン数 +32% 増加
- ・ 目標 CPA 機能も併用し、目標 CPA 範囲内でのコンバージョン数拡大に成功
- ・ 自動追加したキーワードのコンバージョン貢献率が高く、全ワードの中で追加ワードのインプレッション比率が増加、数の拡大だけでなく獲得効率面でも自動化の効果が確認できた

増え続ける検索クエリをしっかりと捉えて成果につなげるには？検索クエリ自動追加ツールの導入成功事例:ビズリーチ

Google Trends で今話題の検索ワードを調べたことがあるでしょうか。最近では 2 単語から 4 単語の複合ワードが上位を占めることが増えています。そして、デスクトップよりスマートフォンからの検索が多い現在では、生活者の瞬間的ニーズから生まれる多彩なクエリが増え続け、その種類も数も増加の一途をたどっています。

企業にとって、このような検索クエリの多様化と増加はコンバージョンにつなげるチャンスでもあります。運用効率を犠牲にせず成果を上げるには、必要に応じたリソースを確保することも求められます。これまで、運用効率を向上しつつ、効果を最大化させるために、多くの企業で自動入力や広告ローテーションなどの AdWords 謹製の自動化が導入され、一定の成果をあげてきました。しかし、これだけではパフォーマンスの高いキーワードのみに必要以上に絞られてしまったり、新しいクエリや潜在的な対象顧客を開拓するには不十分な場合もあります。

では、生活者が生み出す多彩な検索クエリに少ないリソースで対応し結果につなげるには、どのような方法があるでしょうか。この記事では、AdWords スクリプトを使い自分たちの運用ルールに合わせたキーワード自動追加機能を作成し、キーワード ターゲティングの最適化プロセスを手動から自動化へ移行した、即戦力人材と企業をつなぐ転職サイト「ビズリーチ」の取り組みと、その成果をご紹介します。

導入の背景

検索クエリの多様化と増加という市場要因に加え、オンラインでの集客がメインとなる転職業界では、広告における熾烈な獲得競争という要素も加わってきています。そんな中、インハウスで検索連動型広告を運営している株式会社ビズリーチでは、獲得の最大化と効率化のため限られたリソースをどう補うか、が課題となっていました。

ビズリーチではここ 1 年ほど、AdWords 推奨アカウント構成と基本推奨設定への対応をしっかりと行うことで、検索連動型広告でのパフォーマンスを大幅に改善してきました。このペースが整ったからこそ、更なる成長の実現のため、これまで効率を追求するために犠牲にしたキーワードを見直し、新たに検索されている「キーワード追加の徹底」が重要施策となっていました。ビズリーチではこれまでも不定期にキーワード追加は行っていたのですが、多様な検索クエリから適切なキーワードを選定し手作業で定期的な追加を徹底することは、リソースの関係で難しい状況でした。

実際の施策

そこで新たな解決策として、AdWords スクリプトを使って検索クエリをキーワードとして自動追加することを決定。自動化により人的リソースがかからないというメリットはもちろん、自社データを指標としたルールを設定することで、コンバージョンするキーワードを自動選定し追加できるという、精度の高さがこの自動追加ツールの利点となります。

ビズリーチでは、下記のルールを設定しアカウントに実装しました。

- ・追加頻度: 毎日 朝 9 時
- ・追加条件: 過去 1 週間でコンバージョン 1 件以上
- ・キーワードのマッチタイプ: フレーズ一致
- ・オプション: 自動追加されたキーワードに「自動追加」というラベルを設定

"インハウスかつ少人数の体制で広告の運用に取り組んでいるビズリーチが直面する課題の1つが運用の効率化です。クエリの自動追加機能は、まさにそのような課題に対するソリューションであると実感し、運用効率が以前より大きく改善されました。"

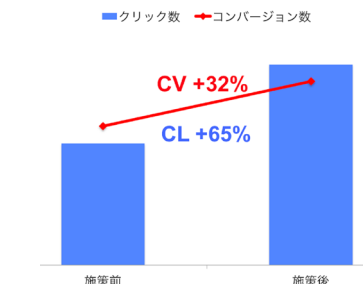
株式会社ビズリーチ ビズリーチ事業本部
プロダクト・マーケティング部 カスタマー・マーケティング 邵 正泓 (ショウ セイオウ)氏

導入の成果

キーワード自動追加の成果は明快でした。

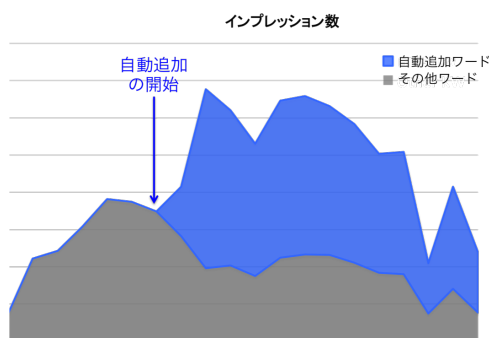
自動追加の前後(約1か月の比較)で、クリック数 +65% と流入が大きく増えたのはもちろん、コンバージョン数も 32% 向上しました(図1参照)。

目標 CPA 機能も併用していたため、CPA も目標範囲内に収めつつコンバージョン数を増やすことができました。



(図1) 自動追加前後のクリック数とコンバージョン数

自動化ではリアルタイムで掲載効果が計測され、効果の高いワードが優先的に表示されていきます。本施策では、自動追加したワードの方がコンバージョンへの貢献率が高く、全ワードの中で自動追加ワードのインプレッション比率が増えていく、という現象も確認できました(図2参照)。数の拡大だけでなく獲得効率面でも自動化の効果が確認できたと言えます。



(図2) 自動追加前後のインプレッション数

今回特筆すべき成果は、人的選定では精緻な予測が難しく手間もかかる、「コンバージョンにつながる追加ワードの選定」を、学習システムがきちんと見分け、自動で追加し、実際コンバージョンにつなげられた、という点です。

自動化の効果に懸念を抱くマーケターも多いかもしれませんが、もちろん、人の思考による分析や戦略立案が必要な分野は多く残りますが、自動化に任せることで成功できる分野が増えていることも事実でしょう。自動化は、人には気づけないインサイトを膨大なデータからバイアスなく見つけ効果につなげるだけでなく、多くの時間をセーブしてくれます。

ビズリーチでもこれまで追加ワードに費やしていた人的リソースを、新たなクリエイティブの作成に回し、さらなる効果拡大を目指しています。

お客様からのコメント

「インハウスかつ少人数の体制で広告の運用に取り組んでいるビズリーチが直面する課題の1つが運用の効率化です。クエリの自動追加機能は、まさにそのような課題に対するソリューションであると実感し、運用効率が以前より大きく改善されました。」

また、転職ニーズが顕在化する会員様の多くが、検索連動型広告を経由してビズリーチに訪れてきています。今回の施策により、より多くの会員様に、ビズリーチのサービスをご利用いただけるきっかけにもなりました。」

株式会社ビズリーチ ビズリーチ事業本部
プロダクト・マーケティング部 カスタマー・マーケティング 邵 正泓 (ショウ セイオウ)氏



本資料は、2017年1月時点の情報をもとに構成しています。

