

Airbnb: Google タグマネージャを使ってベンダーデータの収集率を 90% に伸ばし、タグ実装にかかる時間も削減



2008 年に設立された Airbnb は、世界各地の宿泊施設をパソコンやスマートフォンを使って掲載、検索、予約できるコミュニティベースのマーケットプレイスです。世界 192 か国、33,000 以上の都市でユニークな旅行ができるようにユーザーをサポートすることが Airbnb の目標です。

複雑なタグ管理が大きな課題

Airbnb は、さまざまなマーケティングプロジェクトに取り組むプロダクトチームを中心に組織されています。同社では、複数の AdWords アカウントごとに固有のタグがあるほか、さまざまな種類のコンバージョンを測定するベンダータグも多数あり、ウェブサイトのタグは膨大な数に上っています。複数のベンダーのニーズに応じるために何度も複製せざるを得なかったタグも多く、一時は 88 個のユーザーリストと 100 個のタグを運用していました。

こうした状況の中、オペレーションチームとマーケティングチームの間でのタグ運用に関連するボトルネックを回避するにはタグ管理システムが必要でしたが、最初に試したソリューションはうまくいきませんでした。タグ実装に専門的な知識が求められ、QA やレポート作成にアドオンツールが必要になるうえ、とても高額だったためです。

Google タグマネージャで合理的なマーケティングを実現

代わりとなるソリューションについて調査した結果、Airbnb は Google タグマネージャを導入することに決めました。これには多くの理由がありました。まず Airbnb では既にさまざまな Google ツールを利用していたため、Google タグマネージャのタグテンプレートを導入しやすい状況だったことが挙げられます。また、高度な QA 機能とレポート作成機能によってタグをローカルでテストして実装する作業が容易になる点、無料のソリューションであるため支出が不要な点も大きなメリットでした。

Airbnb でオンラインマーケティングチームのリーダーを務める Maria Hwang 氏によれば、Google タグマネージャの標準設定は簡単で、導入に時間はかかりませんでした。同社はデータレイヤーも作成し、リマーケティングで使用するカスタムパラメータの受け渡しも可能にしました。

数日を要したタグ実装を数時間に短縮

エンジニアの負担軽減において、Google タグマネージャのテンプレートが有効であることはすぐに明らかになりました。マーケティングチームとオペレーショ

Airbnb について

- www.airbnb.com
- 本社: サンフランシスコ (カリフォルニア州)
- 192 か国、33,000 都市の宿泊施設を掲載

ゴール

- オペレーションチームとマーケティングチームの間のタグ運用に関連するボトルネックを回避する
- 臨機応変にタグを導入できるようにする
- タグ設定におけるコードの不要な複製を防ぐ
- コードサイズを極力減らし、サイトのパフォーマンスを上げる

手法

- Google タグマネージャを導入
- データレイヤーを作成

結果

- 数日を要したタグ実装を数時間に短縮
- サイトの速度が 8% 向上
- 新しいマーケティング戦略や、ツール、ベンダーの導入を迅速化
- データの精度、最適化の状態、広告費用対効果が向上

ンチームの両方のニーズに対応するエンジニアの作業が大幅に軽減されたからです。マーケティングチームが臨機応変にベンダータグを作成し、そのタグを受け取ったエンジニアチームが即座に実装することで、通常のタグ実装は2時間以内でできるようになりました。「マーケティング担当者にとって、かつてないほど簡単なソリューションです」と Hwang 氏は語っています。

以前のタグ実装ではチームをまたいで確認と修正を繰り返す作業に時間がかかり、完了までに通常2〜3日かかっていました。「以前は人が関わる工程が多く、エラーが発生する余地も多くなっていました」と Hwang 氏は振り返ります。JavaScript タグに間違いがないことを確認し、実装前に QA を行う作業には多くの時間と労力が必要でした。「Google タグマネージャを導入したことで、タグを受け取ってからテストと QA を行って実装を終えるまでの作業が1時間程度で済むようになりました。これは飛躍的な進歩です。」と Airbnb のソフトウェアエンジニア Mona Gandhi 氏は語っています。

Google タグマネージャによって、まったく新しいマーケティング戦略を導入する体制も整いました。「Google タグマネージャですべてのアカウントのタグ設定を一元的に簡単に管理できるようになったため、AdWords アカウントを増やすことができるようになりました」と Hwang 氏は述べています。また、他のベンダーのタグについても Google が用意した既定のタグ テンプレートを利用できるため、新しいタグを迅速かつ効果的に導入できるようになりました。これにより、ウェブサイトのタグ設定が必要なプラットフォームで、新しいツールを試したり、他のサードパーティ ベンダーを利用したり、新しい広告キャンペーンを始めたりすることが簡単にできるようになりました。

QA やレポートの改善、データ精度やスピードの向上

Google タグマネージャを導入する前は、タグが正しく配信されないためにデータに問題が生じることが日常茶飯事でした。今ではコンバージョンのカウント精度が大幅に向上して Airbnb の社内データと数値が一致するようになり、90% のコンバージョンについてベンダーデータを収集できるようになりました。これによって、以前よりも効果的なコンバージョン単価の最適化が実現し、マーケティングの費用対効果を適切に管理できるようになりました。

Airbnb では、Google タグマネージャのプレビュー機能やデバッグ機能も活用して QA を改善し、ページで配信中のタグを特定する機能も改良しました。Google タグマネージャの JavaScript コードは、以前に使っていたソリューションのコードより小さいこともメリットです。おかげでページの読み込み時間が8% 速くなり、ウェブサイトのパフォーマンスが目に見えて向上しました。

「Google タグマネージャを導入したことで、タグを受け取ってからテスト、QA を行って実装を終えるまでの作業が1時間程度で済むようになりました。飛躍的な進歩です。」

- Mona Gandhi 氏
Airbnb ソフトウェア エンジニア

Google タグマネージャについて

無料ツールの Google タグマネージャを使用すると、コンバージョントラッキングやサイト分析、リマーケティングなどに必要なウェブサイトのタグを、IT スタッフに依頼することなく数回のクリックで簡単に追加、更新できます。これによりマーケティングの柔軟性が大幅に高まり、IT スタッフの負荷も減って他の重要な業務に時間を使えるようになります。詳細については、google.com/analytics/tag-manager をご覧ください。