



株式会社 Global Assist

宮城と福島、山形、香川を地盤として小中高生を対象に73教室の個別指導塾「ベスト個別学院」を運営しています。

本施策の成果

資料請求・問い合わせ数

35% 増加

費用対効果

2 倍

施策実施前後の1年間の実績を比較

本施策で活用したソリューション

GDN ディスプレイ広告

GDN(Google ディスプレイ ネットワーク)は、世界中のインターネット ユーザーの90%以上に広告を表示できる、200万以上のウェブサイトや動画、アプリの総称。このネットワークでは、テキスト広告やイメージ広告、レスポンス広告など、複数の種類のディスプレイ広告を配信可能で、ユーザーの興味・関心に応じた様々なターゲティングが可能。

検索連動型広告

検索エンジンで、ユーザーが検索した語句に対応した広告が検索結果画面に表示される機能。ユーザーの興味・関心や、明確な行動の意図を持って検索したタイミングに合わせて効果的にアプローチできる。

Google オンライン広告活用事例

株式会社 Global Assist 様

折込チラシからオンライン広告へのシフトで、 2 倍の費用対効果を実現

東北と四国地方で73教室の個別指導塾「ベスト個別学院」を運営する株式会社 Global Assist は、ウェブサイトを中心としたコミュニケーション戦略に力を入れており、オンライン広告を利用して効率的に生徒を募集しています。従来から実施していた折込チラシの費用対効果が低迷する中、オンライン広告の活用で、折込チラシの2倍の費用対効果を実現しながら資料請求・問い合わせを35%増やすことに成功しました。

株式会社 Global Assist 代表取締役社長 井関 大介様にお話を伺いました。



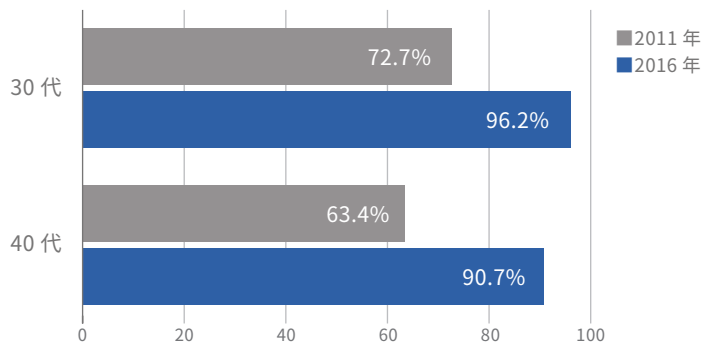
課題・背景

スマホの普及により折込チラシの費用対効果が低下

これまで同社では、折込チラシを生徒募集の手段として利用してきました。ところが、折込チラシの費用対効果は、5年前と比較して20%~30%に低下していました。ユーザーである塾生の保護者へのヒアリング調査をした結果、**主な情報収集手段が折込チラシからスマホにシフトしていることがわかりました。**

「新聞の購読率は年々低下している一方で、格安スマホの登場による急速な端末普及の結果、30~40代の保護者世代の情報収集手段がスマホに移行していることは明らかでした。」

平成28年 通信利用動向調査報告書(総務省)



スマートフォン保有状況の推移

💡 解決策

ターゲットに直接リーチできるオンライン広告を強化

スマホで情報収集をしているユーザーに対応するため、スマホ向けのレスポンスなウェブサイトを整備したうえで、小・中学生の子を持つ保護者層に直接リーチできる GDN ディスプレイ広告や検索連動型広告などのオンライン広告を強化しました。**特にカスタム アフィニティ カテゴリを活用することで、通塾に興味を持っていて申し込み意向の高いユーザーをターゲティングしました。**

「オンライン広告でユーザーの動きを考察した結果、塾の選定には非常に長い時間をかけて検討している方もたいへん多いことがわかりました。そのため、リマーケティングの予算を増やし長期にわたってユーザーに訴求できるように運用しています。なお、テレビ CM は地域で圧倒的な存在感と信頼感のあるブランドをつくるため、引き続き実施しています。」

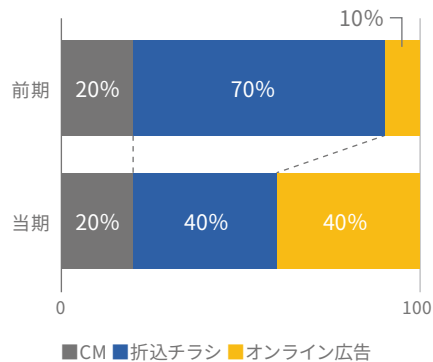


📈 結果

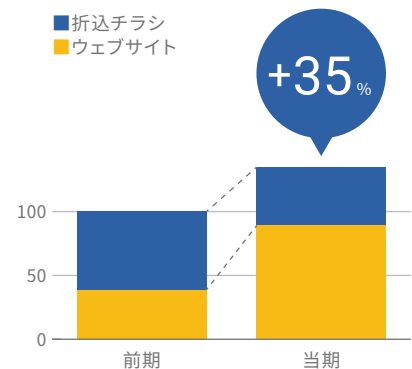
ウェブサイト経由の費用対効果は折込チラシの 2 倍

1 件の資料請求・問い合わせを獲得するオンライン広告のコストは、折込チラシより 35% 抑えられることがわかったので、当期は広告費をオンライン広告に大きく振り分けました。ウェブサイト経由での資料請求・問い合わせは倍増し、費用対効果は概ね折込チラシの 2 倍、総獲得数では 35% 増加させることができました。

「問い合わせを電話で受け付ける際にも、どの広告媒体を見て問い合わせをしているのか流入の経路の把握を徹底したことで、各広告の成果が見える化しました。」



広告費内訳



資料請求・問い合わせ数



☑ 成功のポイントと今後の展望

思い切った経営判断でオンライン広告に手厚く予算配分

「今回、オンライン広告で大きく成果を残せた理由は、ユーザーの目線にたって WEB サイトや LP、オンライン広告、折込チラシ、CM などそれぞれのメディアで発信するメッセージを見直すなどコミュニケーション戦略の全体像を設計しなおし、それがうまく回り始めたことにあると考えています。そのうえで、オンライン広告の実施データを見ながら大胆に予算配分の変更を決断したことが成果につながった要因だと考えています。」

「今後は、塾のユーザーだけでなくすべての方にとって有益な受験情報の発信など、コンテンツに力を入れていく予定です。地域に密着した塾を目指して 100 教室の展開を目下の目標としています。」

