



パートナー パフォーマンス・マーケティング ケーススタディ

事例 株式会社ザンワーズ : パフォーマンスホライズン(PH)の強みはどこにあるのだろうか？

- 従来のアフィリエイトとの比較で分かった、PHの強みと今後への期待 -

株式会社ザンワーズは、主に金融系の比較コンテンツサイトの運営において高い実績があり、SEO媒体としてアフィリエイトを開始して3年、金融系広告主の取り扱いを開始して2年という短期間で大きな成長を遂げているパブリッシャーです。

【課題】 PH導入前におけるアフィリエイトの実状

従来のアフィリエイトの管理画面は、処理速度が遅く操作性に欠け、最新のデータを必要な時に取得できないことが一般的でした。特にリファラーや流入元のデータなどのパブリッシャーにとって効果測定に役立つ有益なデータは、通常の管理画面機能だけでは把握できず、ASPへリクエストしなければなりませんでした。

また、通常のアフィリエイト運用は、広告主とパブリッシャーの間に複数のプレイヤー(代理店とASP)が存在し、必要な情報が適切なタイミングで伝えられなかったり、広告主やパブリッシャーの相互の意向が歪曲されて伝わるケースも少なくありませんでした。とりわけ報酬単価に関するコミュニケーションは、伝言形式になるほど複雑化してやりとりの実態が見えず、広告主とパブリッシャーの双方にとっての共通のストレスでもありました。日々分析や研究を重ねながら熱心に向上を目指すパブリッシャーにとっては、時としてアフィリエイトの取り組みそのものの障壁にもなっていたことでしょう。

【PHのソリューション】 PH導入がもたらした変化

PHの管理画面はデザイン性に優れ、見やすく、表示スピードの重さは感じられません。何より、管理画面の機能によって、工数削減、時間短縮に大きなメリットをもたらしました。リファラーや、パブリッシャー自身で流入元を計測するための機能(パブリッシャー用参照ID(Pubref))が標準装備されており、サイトへの設定も比較的簡単に行えます。管理画面上でPubrefごとにデータ集計することができ、かつ集計したデータはそのままダウン

ロード可能です。Pubrefごとのクリックやコンバージョンが見たい場合、他のデータとつけ合わせて、レポート用のレポートを作成する手間が省け、成果に紐づくあらゆる情報を管理画面から直接取得することができます。

運用に関するコミュニケーションは、広告主の方針を受け継ぐ代理店1社と直接取ることで、時差や齟齬のない情報収集が可能になりました。あわせて、広告主とパブリッシャーは管理画面上で同じデータを共有していることから、相互に透明性が高まり、納得した条件で次の施策を打つことができます。

これらのリアルタイム性に優れた詳細なデータの充実と、透明性のあるコミュニケーションの実現が、PHの価値と言えます。広告主とパブリッシャーの距離が近づいたことで、パブリッシャーはより確かな情報を有効に活用しながら、効果的なアフィリエイト運用を展開できるようになるのです。

➤ ザンワーズ 原口様

「これまで複数のASP経由でアフィリエイトを運用してきた中では、これまでのやり方が業界スタンダードそのものになっていました。しかしPHの管理画面は様々な機能が備わっていて、すぐに取り組みが開始できるばかりか直感的でとても見やすく、ブラウザ上の処理速度が非常に速いため、必要な情報にたどり着くまでの時間がこれまでとは比べものになりません。」

【ザンワーズより、今後の展望】 大きな市場での更なる挑戦

2015年8月からパフォーマンスホライズンを利用していますが、同社はパブリッシャーと広告主の関係をより深め、アフィリエイトマーケティングの潜在価値を高めることができる存在です。今後、より多くの広告主がPHを導入することで、パブリッシャーは複数の広告主のキャンペーンを同じ管理画面で一元管理することができます。そのため、複数の管理画面を行き来して状況を確認したり、フォーマットの違うレポートデータをまとめる必要がなくなり、効率化を図る上で更にメリットが増えていくことでしょう。

広告主かパブリッシャーのどちらかだけでなく、広告主とパブリッシャー双方への価値創出を目指すPHの考え方とそれに基づいたサービス提供が、パフォーマンス・マーケティングに正面から取り組むすべてのパートナーに支持される大きな要因ではないでしょうか。今後、金融系の広告主においてもより一層のビジネスの拡大を目指しているPHと共に、アフィリエイトでの実績を伸ばしていきたいと考えています。SEOのみならず、リスティングや他メディアへの掲載を広げ、業界でのプレゼンスを高めていくのが目標です。