



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 British Airways, アフィリエイト最適化 状況改善に向けての様々な施策を実施

British Airways は、グローバル航空ブランドで最も認知され、ブランドを牽引している航空会社のひとつです。4大陸 20 カ国の 5 つのアフィリエイトネットワークと稼働。BA はアフィリエイトプログラムを促進させるとともに、大きな成長を遂げてきました。

【問題点】

プログラムは複雑で管理が難しく、それぞれの地域やネットワーク別のレポートでのパフォーマンスを把握することが困難でした。5 つの異なるアフィリエイトネットワークでは、データの集計と分析に時間が取られ、マーケットでの最適化や差別化対策に苦戦し、さらなるベストプラクティスを目指すことが困難でした。

【目的】

BA の挑戦 ▶ 20 カ国以上で稼働する 5 つのアフィリエイトネットワークデータを統合すること

- 特定領域のパフォーマンスおよびグローバルパフォーマンス全体を効率的に把握し、リアルタイムにグローバルおよびローカルのトレンドを確認したい。
- それぞれのトランザクションからデータやインサイトを取得し、キャンペーンごとにパブリッシャーの貢献度を差別化するために報酬設定を戦略的に確立させ、マージンを維持しつつもよりよいトラフィックを目指したい。
- パブリッシャーを相互比較したい。

【対策と実施】

5 段階アプローチの実施

BA とメディアエージェンシーである Ogilvy と連携、5 段階のアプローチを促進。

1. BA のグローバル・ネットワークベースで、追跡とレポートができるグローバルアフィリエイトネットワークタグにより、パブリッシャーのパフォーマンスや貢献度をひとつのプラットフォームで確認と管理ができるようにする。
2. BA とパブリッシャーに PH API 経由で取得できる消費者のメタデータを提供する。
3. BA ネットワークを作成し、世界的にトップパフォーマンスのパブリッシャーとダイレクトにやりとりする。
4. トラベルサイトパブリッシャーをひとつのレポートダッシュボードにグループ分けし、追跡、レポートする。
5. 世界のどの国に対しても、希望の通貨でパブリッシャーごとに支払いができる支払いシステムのインフラを作成する。

【結果】

複数の特定ルートで予約率 A71%増

PH とパートナー関係を結んだことで、広域なターゲットの成長に集中し、柔軟で効率的な戦略を実施できるようになりました。

- ルートレベルでのコミッション設定により、ルートレベルでのマーケティングの提案が可能になりました。これにより選択したルートでの 71%増の予約につながりました
- 統合された効率的なレポートやインサイト機能により、それまでの平均的なネットワークレポートで取得できた 4 つのパラメーターのみでなく、コミッション構造に対応した、20 もの有益なパラメーターを追加し、マーケティングに有用なより多くの情報を取得できるようになりました
- グローバルパフォーマンスが効率よく把握でき、リアルタイムトレンドに対しての機敏な対応ができるようになりました
- トラベルサイト経由からの特定のキャンペーンパフォーマンスのリアルタイム情報の取得が可能になりました