

顧客申込チャネルのWEBシフトによる、マーケティング効率・効果向上プロジェクト

クライアント

某中堅金融事業会社

クライアントの課題

WEB利用者は年々増加傾向にあることから、クライアントは【インターネットファイナンスを目指すビジネス戦略】を策定した。そのような中一方で、アフィリエイト管理に関しては広告代理店に任せており、代理店のビジネスからするとアフィリエイトでの取り分が少ないため力を入れてもらえず、アフィリエイトからの申込数がほとんど伸びていない状況にあった。

このような背景のもと、紙面中心での顧客獲得から、アフィリエイトを活用したWEB中心での顧客獲得へとシフトさせることによる、マーケティング効率・効果向上を目的として、本プロジェクトは開始された。

期間・体制、実施成果

・プロジェクト期間 約8ヶ月

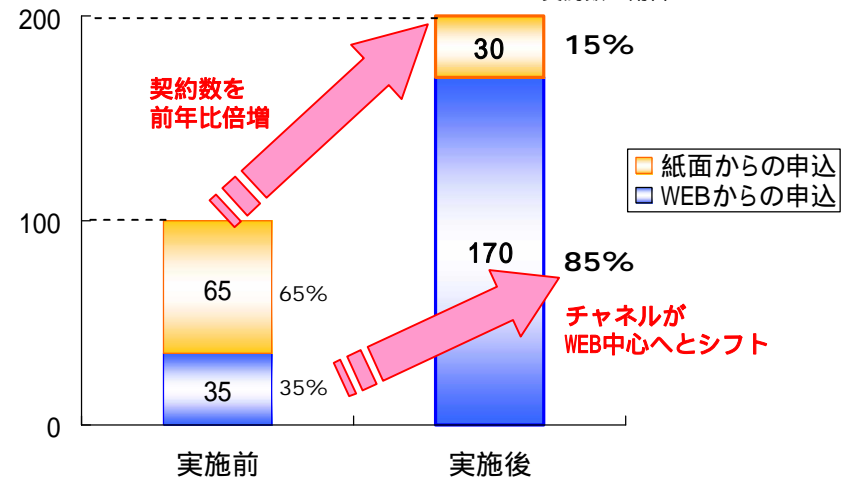
・体制
クライアントプロジェクトメンバ 2名 (フルタイム)
弊社コンサルタント 1名 (2.0日 / 週)

プロジェクト実施後、単月のマーケティング費用を変えずに契約数を前年比2倍に向上

契約者のチャネルを、紙面からWEB中心へシフト

実施前の契約数を100%とした際の
チャネルごとの契約数

チャネルごとの
契約数の割合



顧客申込チャネルのWEBシフトによる、マーケティング効率・効果向上プロジェクト

成功要因

1. 短サイクルでの評価・改善 : 「毎日」という短サイクルでの、全サイトに対するCheck (評価)・Action (改善)
2. 実績管理ツールの開発・活用 : 1.3. を実行するための、アフィリエイト実績管理ツールのクイックな開発と効果的活用
3. マーケコストの効果的配賦 : 実績データに基づいた、申込/成約ベースの契約形態切替・単価交渉によるマーケコストの効果的配賦

