

アスクル、Google マーケティング プラットフォーム SA360 による 検索連動型広告作業の自動化を実現

～初回フェーズで、月 95 時間相当の作業工数削減効果を検証～

アスクル株式会社(本社:東京都江東区、代表取締役社長:吉岡晃、以下「アスクル」)は、事業所向け(BtoB)サービス「ASKUL」において、2020年4月からGoogleマーケティングプラットフォームの検索広告360(以下SA360)を活用した検索連動型広告の作業自動化プロジェクトに取り組み、このたび、初回フェーズ(2020年10月)において、月95時間相当の作業工数削減(※)という効果検証が確認できました。SA360を活用した検索連動型広告の作業自動化に取り組み、アスクルの調査では、実サイト上で効果を実証した日本初のケースとなります。

(※)全カテゴリを対応した場合を想定して算出した場合の削減時間

■SA360 検索連動型広告の作業自動化

アスクルは、検索連動型広告の設定にかかる作業工数の削減とパフォーマンス向上を目指し、2020年4月よりGoogle広告営業チームの支援を受け、検索連動型広告の作業自動化プロジェクトを発足しました。自動化することで、設定にかかっていた時間を、広告文の追加や見直し、入札戦略の見直し等、より広告の精度を高めるための改善にあてることを狙い導入を進めました。

<自動化対象の設定作業>

キーワード設定

広告文作成

ランディングページ設定

クエリ追加

【全自動化に向け実施した4つのステップ】

ステップ1	ステップ2	ステップ3	ステップ4
SA360の在庫連動機能でキャンペーン、広告グループ、キーワード、広告などすべてのテンプレートを作成	在庫管理テンプレートで配信したクエリレポートを自動的にダウンロードする仕組みを構築	クエリレポートをもとにSA360用のバルクシートを自動的に作成する仕組みを構築	バルクシートを自動的にsFTPでSA360へアップロード、配信する仕組みを構築

2020年10月に実行した初回フェーズでは、対象カテゴリを事務用品/文房具、生活雑貨/キッチン用品に絞り開始しましたが、現在はトナー/インク/コピー用紙など、主力の商品カテゴリを中心に拡大しています。

また、本年2月に初回フェーズの成果を検証したところ、作業時間95時間/月の削減(※)が実現できることが確認できました。今後は対象カテゴリをさらに拡大し、効果検証を図りながら検索連動型広告の作業自動化を実施し、パフォーマンスの向上を目指してまいります。

※本リリースに掲載の情報は発表日現在の情報です。その後予告なしに変更されることがございますのでご了承ください。