

CX PLATFORM KARTE WHITEPAPER

KARTE Signals

1st Party データで広告効果を改善する方法

Cookie規制の 背景と対策



KARTE 銀行は手数料がお得
KARTE BANK
AD 詳しくはこちら



KARTE STORE
広告
学生の方必見！
今だけお得な特別価格で価格で使い放題。

KARTE STORE

今だけ
学割

KARTE.COM
KARTE STOREの学割
数多くのソリューションを提供します。 詳しくはこちら

いいね コメント シェア

KARTE
広告

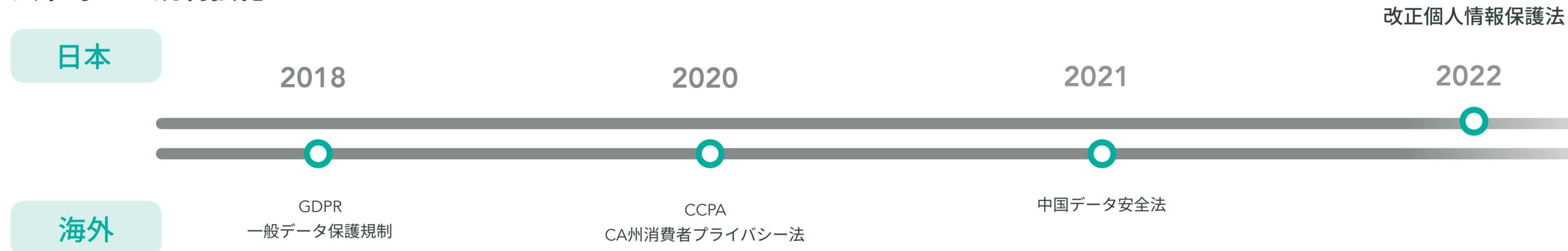
教
革

インストール

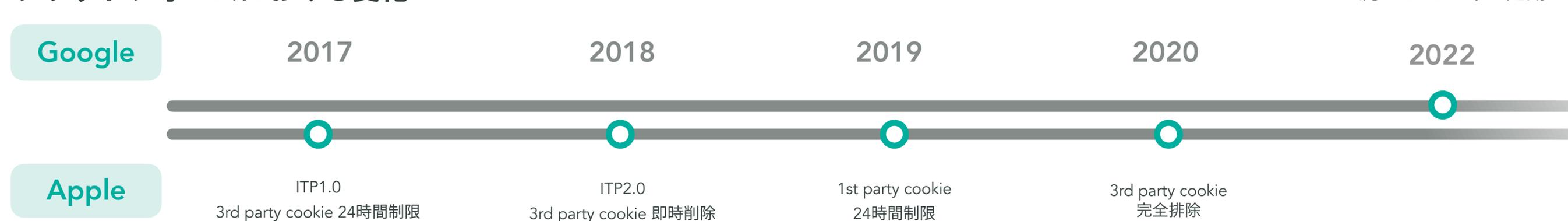


3rd Party Cookieがプライバシー観点で問題視され、 法令・各媒体プラットフォームで規制がはじまっています

法令等での規制強化



プラットフォームにおける変化



Cookie規制により「効果測定」 「ターゲティング」「入札最適化」に悪影響が生じます



コンバージョン計測の欠損

ITP等の影響により媒体計測上のCVデータが欠損し、予算投資配分やABテスト等の結果を正しく判断できない。



ターゲティングリストの減少

cookieを活用したターゲティングも同様に影響を受け、配信すべき顧客へのセグメンテーションの精度が低下し、目的に則さない顧客へ広告が配信される



機械学習の精度低下

機械学習のシグナルとなる元データが減少し、最適化アルゴリズムに十分なデータを活用できず広告効果が悪化。



欠損させず媒体に情報を送信する方法が必要

ピクセル以外からデータを送信することで コンバージョンを補完することができます



自社で保持している顧客データ元に作成したリストを APIを経由して広告媒体へ自動連携

データの収集 / 連携

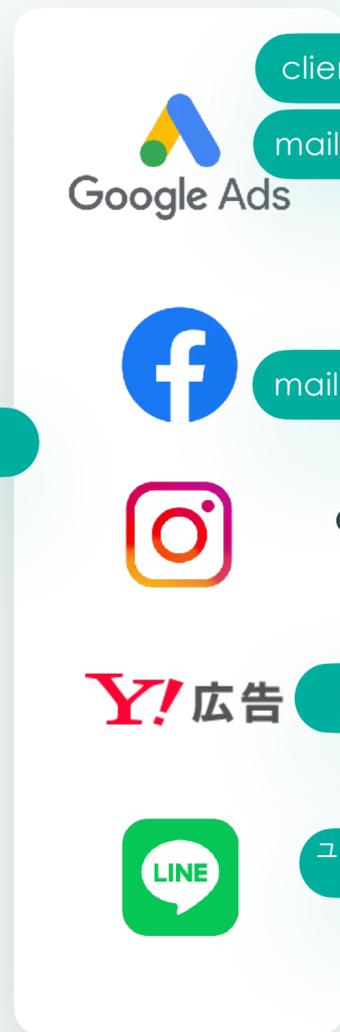


リスト作成・広告媒体への連携

柔軟なリストを一括作成・管理

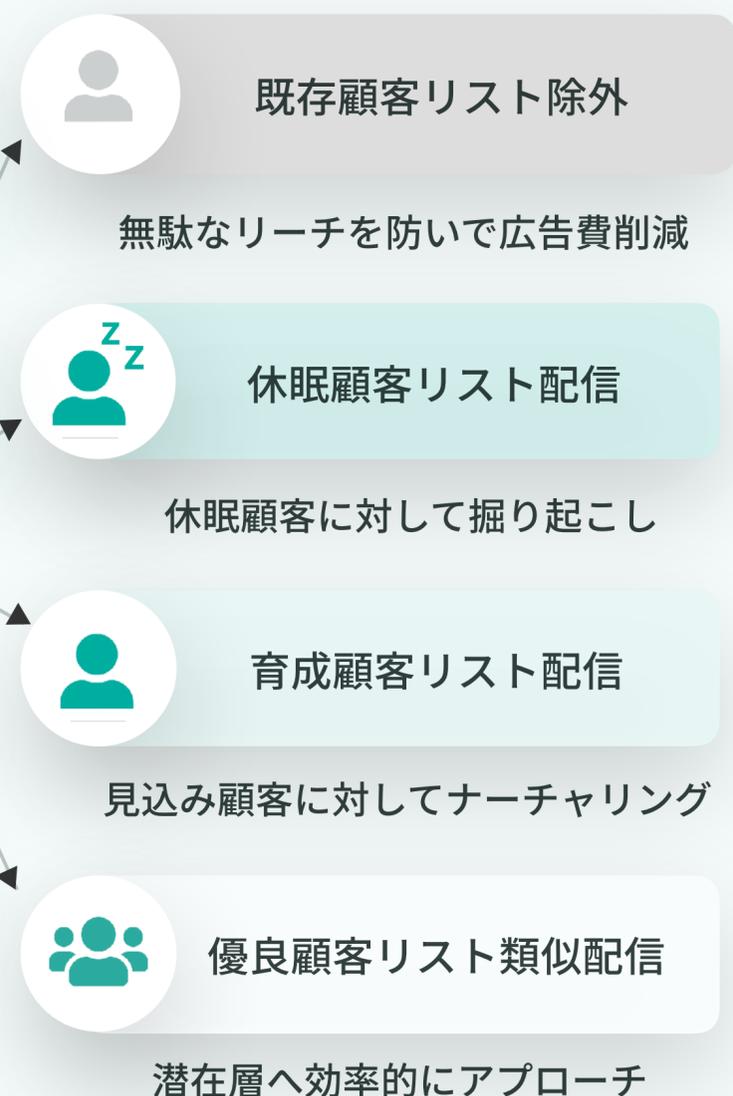


媒体を横断した自動連携で運用工数削減



顧客データに基づいたリスト配信

Cookieに依存しないターゲティング



価値を設定するためのいくつかの方法を通して 入札の最適化を実現する

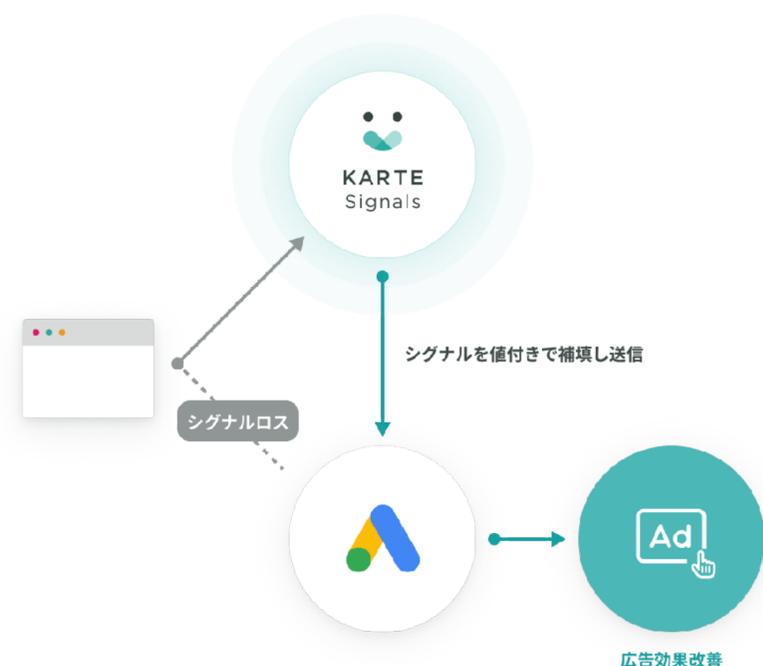
既存のCV自体に Valueを適用して効果改善

事業成果KPI*から逆算した値を元に
既存のCVに価値をつける



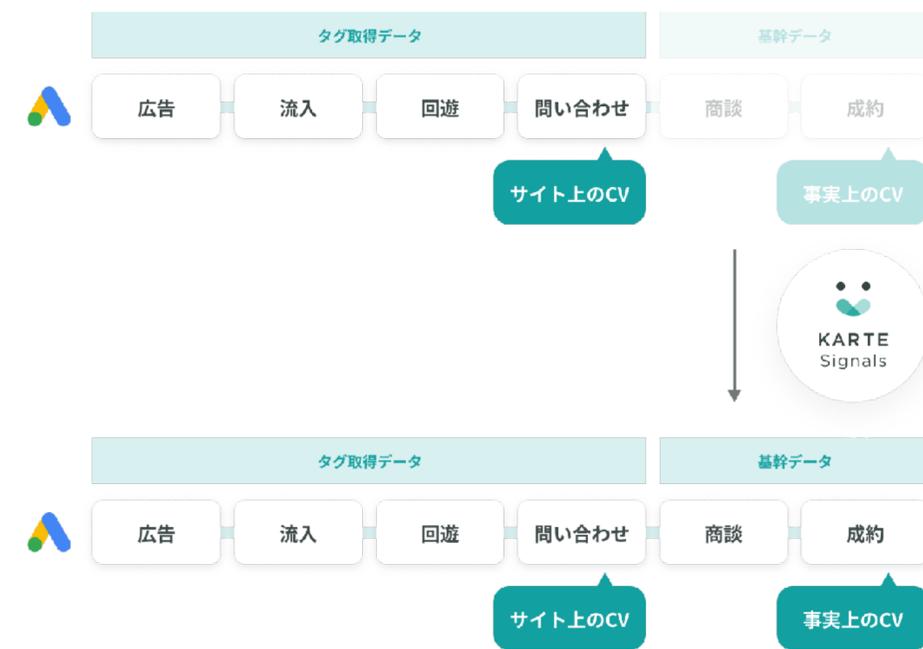
欠損した既存のCVに 値も補完する

3rd party Cookie規制により欠損した
コンバージョンを補完する際にもValueを適用



オフラインCVの 反映

基幹データに蓄積している事業成果CVを
媒体に反映させて事業成果に最適化



*KPI:Key Performance Indicator (重要業績評価指標) の略

導入には開発、集客、CRMチームの連携と 十分な人材の確保が必要です



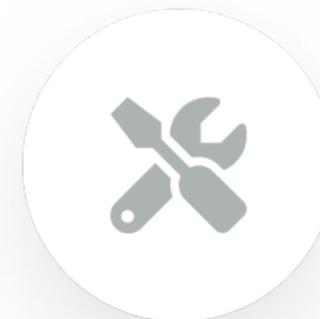
横断的な知見を持つ人材の不足

導入には各広告媒体の知見、API開発の設計・実装スキル、送信するデータの知見が必要。これらチーム横断的な知見をもつ人材は限られており、途中で実装が頓挫するケースも。



導入コストが高い

媒体ごとに仕様が異なり、APIのドキュメントも十分でないため試行錯誤しながらの実装が必要になります。



運用・メンテナンスコストが高い

一度作れば終わりではなく、継続的な利用には送信失敗時の再送、原因調査と改善、および媒体のAPI仕様変更によるメンテナンスが都度必要になります。

プロダクト紹介



KARTE 銀行は手数料がお得
KARTE BANK

AD 詳しくはこちら



KARTE STORE

広告

学生の方必見！
今だけお得な特別価格で価格で使い放題。

KARTE STORE

今だけ
学割

KARTE.COM
KARTE STOREの学割

数多くのソリューションを提供します。

詳しくはこちら



いいね



コメント



シェア

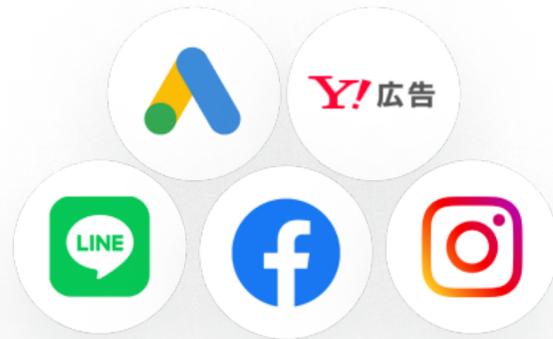
KARTE
広告

教
革

インストール



専門知識がなくても工数・コストをおさえて、 複数媒体の1stPartyデータ活用を一括で対応できます



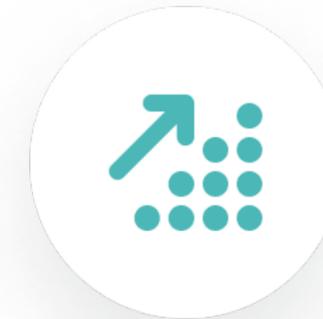
各種媒体への対応

Google広告 / Yahoo広告 / Facebook
(+instagram) 広告 / LINE広告への媒体接
続を一括で対応可能



開発なしで最短導入

導入には開発は必要なく画面上の操作のみ
で完結。部署間のコミュニケーションを最
小限にでき、スピード感を持ってコンバー
ジョン補完の導入が可能



高い送信率・マッチング率の維持

送信失敗時のリトライ処理やマッチング率
を高めるための情報の自動取得等、送信率
やマッチング率を高める機能が多数存在

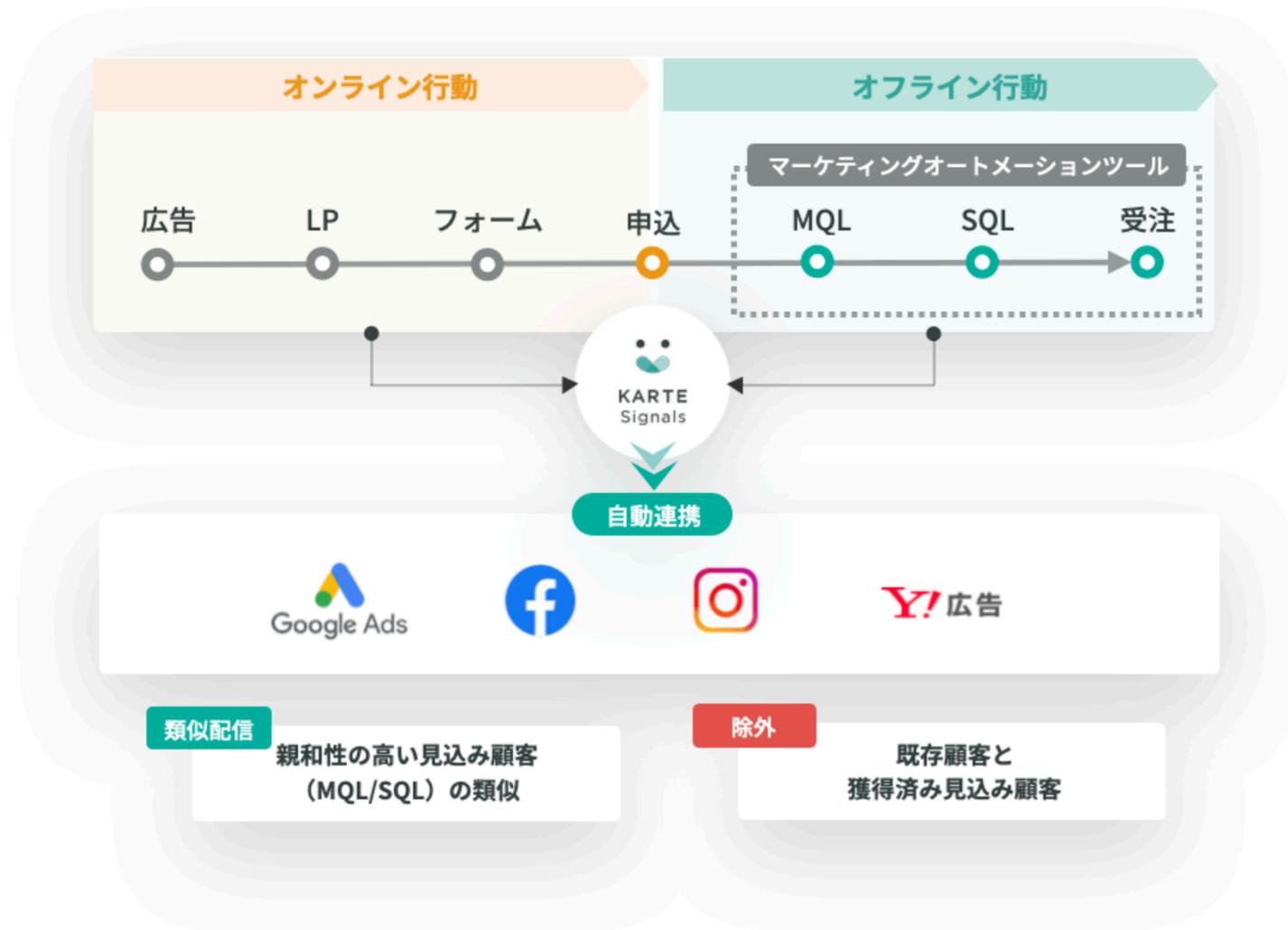
さまざまな業態・業種の企業で
活用されています



CASE STUDY

株式会社SmartHR様

最新のリードステータス情報を広告媒体に自動連携し工数削減、親和性の高い見込み顧客の獲得を改善



BtoB

ターゲティング

💡 背景・課題

- 資料請求や問い合わせ等の情報を元に類似拡張配信を行っていたが、自社サービスと親和性の高い見込み顧客（MQL/SQL）を獲得するにはターゲティングが不十分だった。
- MAツールで管理しているリードのステータス情報を定期的に広告媒体に連携して配信に活用したいと思っていたが、手動で対応するとデータの加工や連携に工数がかかってしまうことが懸念としてあった。

💪 取り組み

- MAツールと連携して既存顧客やリードのステータスを区別できる環境を構築し、顧客リスト作成と複数の広告媒体への連携を自動化させ、日次でリストを更新。
- 親和性の高い見込み顧客の類似配信と親和性の高い見込み顧客と既存顧客の除外を実施。

👤 成果・学び

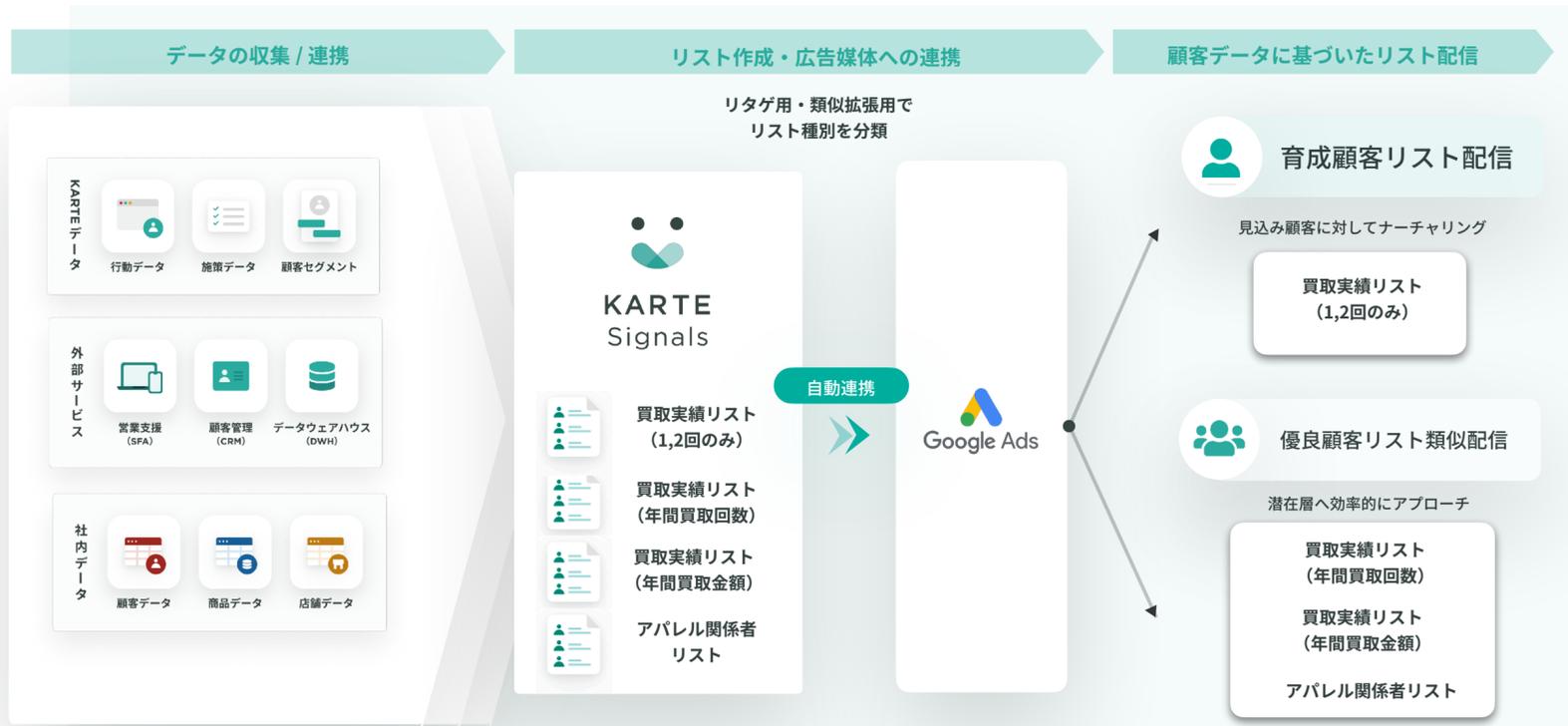
- オンライン上の行動情報（資料請求や問い合わせ）の類似配信に比べ、**媒体CPAは-10%、親和性の高い見込み顧客獲得のCVRは+9.9%、CPAは-18.3%**と大きく改善した。
- ディスプレイ広告経由のSQL獲得は難しい傾向があったが、**ターゲティング精度が向上したことにより、本来狙いたい顧客獲得に繋がった。**

CASE STUDY

EC・アパレル

ターゲティング

株式会社ティンパンアレイ様 優良顧客データを活用した類似オーディエンス配信で固有名詞や一般KWのCVR向上



💡 背景・課題

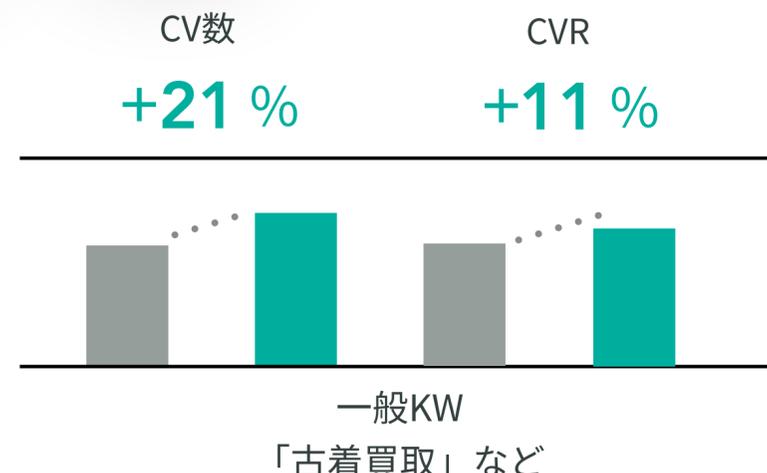
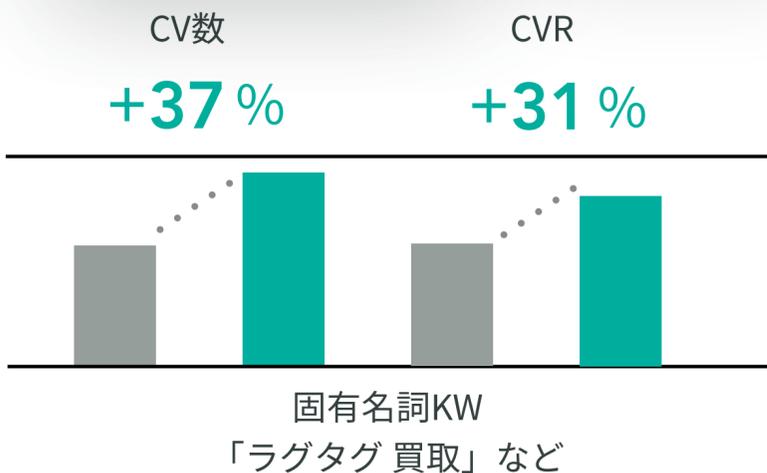
- RAGTAGオンラインでは、販売/買取共に対応しており、デジタル広告を利用した集客でもそれぞれに対して施策を投じている。一般的なアパレルECと異なり、リユース（再販型）となるため、商品在庫の調達として、洋服をお売りいただくお客様にご利用いただくことが重要となり、買取に至る顧客の獲得にも力を入れていた。
- 今まで以上に親和性の高いお客様を獲得するための方法を模索しており、他ツールの検討も行なったが、ターゲティングセグメント作成の工数や使い易さを考慮した結果、KARTE Signalsの導入を決め、カスタマーマッチを実施。

💪 取り組み

- 配信シェアの最も多い、Google広告を主軸に実施を決定。投下施策のチャネルは買取を選定。リターゲットとしての活用および、類似拡張の活用を軸に施策の選定を行った。
- 対象は過去買取実績の多いユーザー群や、アパレル関係者属性をセグメントとして抽出し、配信に活用した。

🎯 成果・学び

- カスタマーマッチによる直接的な獲得の増加はなかったが、間接的な効果が見受けられた。カスタマーマッチ配信期間前後のチャネル別集客・獲得数について調査を実施。
- 調査対象のチャネルは、①自然検索、②広告：固有名詞KW、③広告：一般KWで分類。結果として、①（自然検索）経由では獲得数の上昇は見られず、②③（広告）経由では、獲得数の上昇を読み取ることができた。



*調査期間 2022.10.13 - 2022.11.31

CASE STUDY

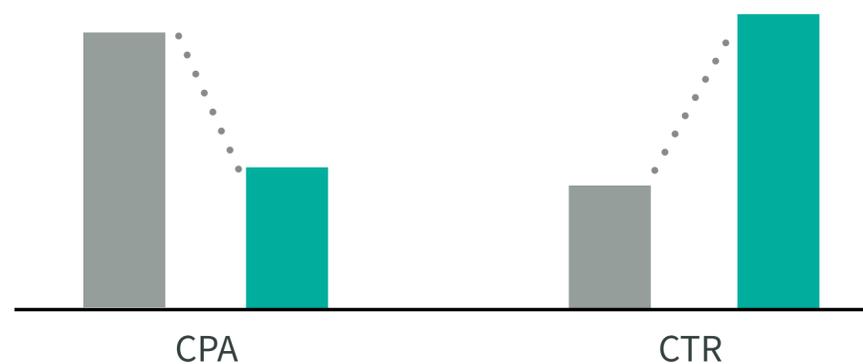
株式会社ビオスタイル様

コンバージョンAPIへの対応を迅速に完了し、広告効果を大幅に改善

CPA -73%、CTR +85%

CPA
- 73 %

CTR
+ 85 %



Facebook広告、調査期間：
2022/8/31~2022/11/30

EC

CV補完

💡 背景・課題

- 媒体計測のCV数と実際のCV数に乖離があることを認識していたが、自社の工数起因でコンバージョンAPIの連携ができなかった。
- 社内のエンジニアは情報システム部におり、多忙を極めるなかで広告施策にエンジニア工数を割くことが難しい状態であった。

💪 取り組み

- 既にKARTEで取得していた会員番号をKeyにCRMからKARTE Datahubの機能を用い、ノーコードで連携。
- KARTE Signalsを用い、ハッシュ化された個人情報を含む、ECの購入CVデータをFacebookコンバージョンAPIに連携。

😊 成果・学び

- **CPAが73%削減。** 自社顧客に合わせた配信が進み、獲得効率が向上した。
- KARTE Signalsの仕組みを用いることで**1ヶ月でCV補完が対応完了**。また、この取り組みをきっかけにKARTE Datahubに自社データを統合することができ、今後拡張的な施策に取り組むことに。

CUSTOMERS VOICE



第一線のマーケターはサードパーティCookie規制をいかに乗り越えたのか — KARTE Signalsを選んだ理由とは

株式会社Timers様

「Famm」は、お子様の写真・動画サービスから、子育て費用の相談会つき撮影会、ママのためのキャリアスクールなど、子育て家族の理想のライフデザインに寄り添うブランド。「どれだけ時代が変わっても、変わらない人の幸せに向き合い、社会に新たな選択肢をつくる」という企業理念に基づき多領域の事業を展開している。

全内容：https://cxclip.karte.io/friends/story/exchangewire_timers/

導入前（背景・課題）

自社サイトで活用している特殊なCMSやチャットボットにおいてもコンバージョン補完をしたい

- CPAが悪化していたため情報収集をしていたが、既存のツールやソリューションを通じて対応することができなかった
- 優秀なシステム部隊がいるが、必ずしも広告関連システムに特化した技術や知識を持っているわけではないため、課題解決のためには、適切な外部パートナーを見つけなければならなかった

導入の決め手

- チャットボットに対応できるという点（コンバージョンAPIに対応したチャットボットの事例はかなり少ない）
- スクラッチ開発となると、自分たちで管理できる範囲がかなり狭まるため、あらゆる媒体に対して横断的に機能する第三者ツールという点

導入後（成果・展望）

KARTE Signalsの月額利用料の10倍程度に相当する広告効果が出て、ROIが高い結果に。

- 最初の打ち合わせから1週間ほどでコンバージョン補完の実装が完了
- コンバージョンが補完されたことにより入札アルゴリズムが改善され、CVR+12%とパフォーマンス向上

本来追いたい指標である最終的な成約に至った獲得単価（CPO）を最適化するために、オフラインの行動情報も連携してCPOを追い求めていきたい。

- KARTE Signalsを使って説明会の予約数だけでなく、説明会後に申し込みに至ったオフラインの行動情報を連携してCPOを最適化していく

サポート



KARTE 銀行は手数料がお得
KARTE BANK
AD 詳しくはこちら



KARTE STORE
広告

学生の方必見！
今だけお得な特別価格で価格で使い放題。

KARTE STORE

今だけ
学割

KARTE.COM
KARTE STOREの学割
数多くのソリューションを提供します。 詳しくはこちら

いいね コメント シェア

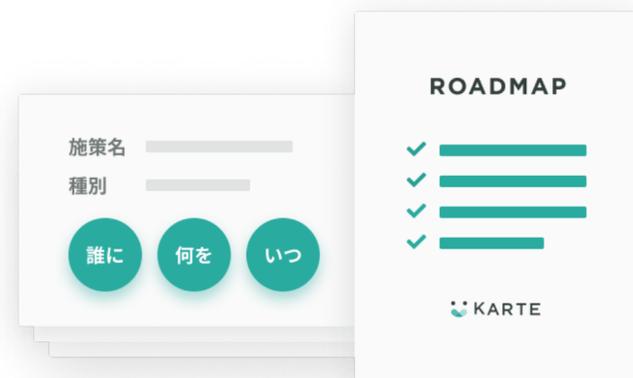
KARTE
広告

教
革

インストール



サポート・トレーニングプログラム



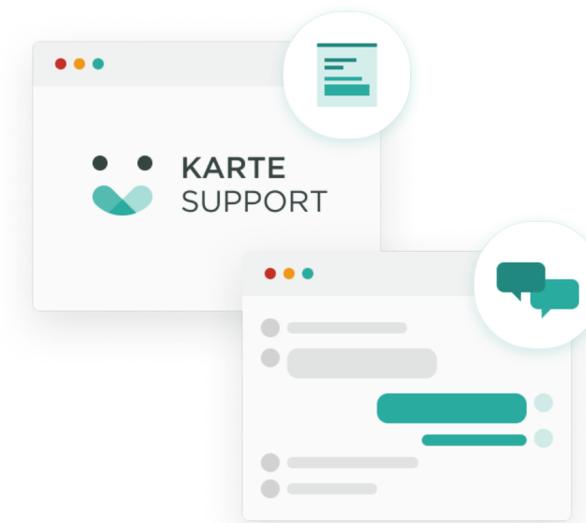
導入・運用サポート

KARTE Signalsの仕組みから実践的な使い方まで、この**プログラム**を受講いただくことでスムーズにご利用を開始できます。



Academy

よりKARTE Signalsの体系的な理解と実践力を身に付けられるようにサポートする**総合学習プラットフォーム**です。



サポートコンテンツ

運用時のご不明点やご利用方法に関して、**サポートドキュメント**や**チャット**などを用い、運用をサポートさせていただきます。



karte.io/enterprise/signals.html



お気軽にご質問、ご相談ください。