

報道関係者各位

2017年10月31日
株式会社ブレインパッド

ブレインパッドの MA ツール「Probance」を GMO リサーチが運営するアンケートサイト「infoQ」が導入 — パーソナライズした「ユーザーの声」の配信でアクティブ会員率が 1.4 倍に増加 —

株式会社ブレインパッドは、GMO リサーチ株式会社が運営するアンケートサイト「infoQ（インフォキュー）」に BtoC 向けマーケティングオートメーション（MA）プラットフォーム「Probance（プロバンス）」が採用され、「ユーザーの声」をパーソナライズして配信したことにより、新規登録会員の 1 ヶ月後のアクティブ率が 1.4 倍に増加したことを発表します。

「infoQ」は、GMO リサーチが 2004 年より運営する国内最大級のアンケートサイトです。アンケートへの回答はもちろん、ゲーム・クイズ・商品モニターに参加すると、「infoQ ポイント」を貯めることができ、現金や金券、提携する他社のポイントなどに交換できます。

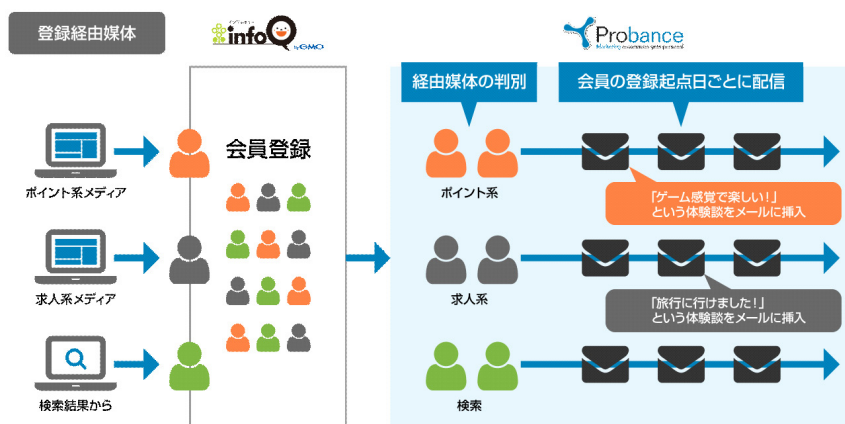
■新規登録会員のアクティブ化とその後の利用率向上が課題

「infoQ」はアクティブ会員を増やすことを課題としており、中でも会員登録後 1 ヶ月後のサービス継続利用が長期的なアクティブ率を左右する分岐点だと考えていました。そのため同サービスでは、新規登録会員のアクティブ化を図り、その後の利用率を上げることを目的に、「Probance」を導入しました。

従来、「infoQ」の会員登録後に配信する利用促進メールは画一的なものでしたが、「Probance」導入後は、会員の登録経路別にパーソナライズした「ユーザーの声」を、ステップメールにて配信しました。

具体的には、各種広告からの流入や「infoQ」サイトへの直接訪問など、会員が登録に至る際に経由した媒体ごとに、既存アクティブ会員から集めた「infoQ を利用してよかったエピソード」を、会員体験談としてコンテンツ化し、ステップメールに盛り込むという施策を実施しました。

「infoQ」が実施したパーソナライズ施策のイメージ

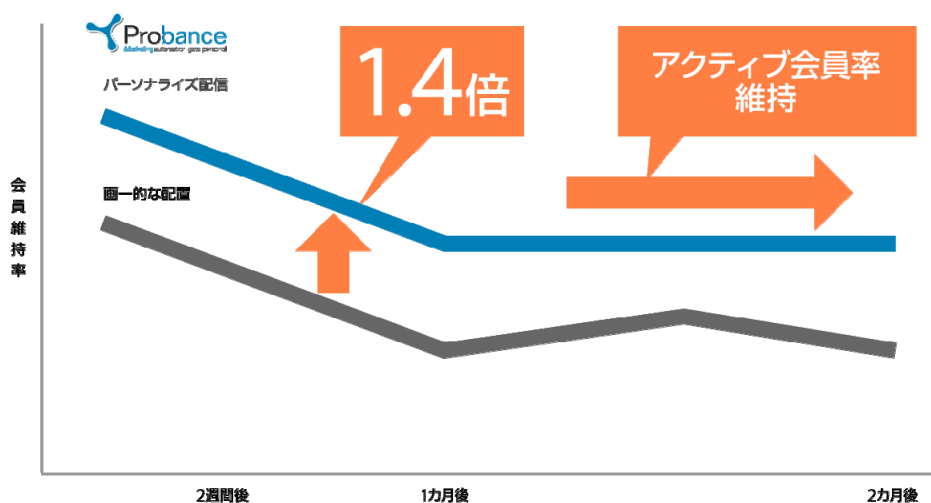


■新規登録会員の1ヵ月後のアクティブ会員率が1.4倍に！さらに2ヶ月後もアクティブ会員率を維持

新規登録会員が登録時に経由した媒体ジャンル別に、「ものは考えよう。年間で見ると会社員の月収程度のボーナス」という会員からの声や、「3万円の謝礼のおかげで息子と自分のグローブを購入して家族との絆が増えた」といったアクティブ会員の体験談を、メッセージに組み入れて配信しました。この施策により、具体的な利用イメージやポイントを貯める楽しさを想起させることができ、アクティブ会員率が「Probance」導入以前の1.4倍に向上しました。さらには、2ヵ月後のアクティブ会員率も下がることなく維持されました。

このように登録初期のモチベーションが高い状況での早期かつパーソナライズなアプローチを行うことで、アクティブ会員の維持率向上に成功しました。

アクティブ会員の維持率推移



■GMO リサーチ株式会社 パネルイノベーション本部 メディア開発部 メディアプロデュース課

リーダー 新谷 照信氏のコメント

アクティブ会員を増やすためには、会員を經由媒体や利用動機等で分け、手数をかけた「フォローメール」が必要だと感じておりましたが、弊社では運用リソースが限られ限界があったことから「Probance」の導入に至りました。私はこれまで10年ほど「infoQ」のお客様窓口を担当した経験から、「infoQ」を利用する動機は会員によって違うと感じており、それぞれのモチベーションに合致する「ユーザーの声」を入会して間もない会員に読んでもらうことが「モチベーション維持」の最短ルートだと見だし、今回の施策に至りました。今後は、このような効果のある「MA ツール×ユーザーの声」施策のバリエーションを増やし、CRM 全体に範囲を広げ、さらにアクティブ会員率の向上を図っていきたいと考えています。

<セミナーのご案内>

11月22日(水)、GMOリサーチにもご登壇いただくセミナーを開催し、MA活用とコンテンツ作りについてご紹介します。MA導入をご検討の方、コンテンツ作りで課題をお持ちの方は是非ご参加ください。

タイトル：担当者が語るコンテンツマーケティングとMA事例セミナー

～顧客ニーズを可視化するコンテンツの作り方とマーケティングオートメーション～

開催日時：2017年11月22日(水) 15:00～17:10

開催場所：ブレインパッド セミナールーム (東京都港区白金台3-2-10 白金台ビル)

▼詳細はこちら

<http://www.probance.jp/seminar/20171122>

■ご参考情報

●「Probance (プロバンス)」について <http://www.probance.jp/>

「Probance」は、機械学習を搭載し、Predictive Communication（顧客ニーズを予測するコミュニケーション）を実現する BtoC 向けマーケティングオートメーションプラットフォームです。顧客属性や取引データ、行動データなど、BtoC 企業が保有する膨大で多様なデータを安全かつ高速に処理し、機械学習アルゴリズムを用いて、個客一人ひとりの趣味・嗜好に基づいたレコメンド施策を実行します。さらに、オンライン・オフラインを統合したクロスチャネルマーケティングで、真の One to One コミュニケーションを実現します。

●GMO リサーチ株式会社について <https://gmo-research.jp/>

本社所在地：東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
設立：2002 年 4 月
代表者：代表取締役社長 細川 慎一
資本金：299 百万円（2015 年 12 月 31 日現在）
従業員数：99 名（2016 年 12 月現在）
事業内容：インターネットリサーチ事業

●株式会社ブレインパッドについて <http://www.brainpad.co.jp/>

（東京証券取引所 市場第一部：証券コード 3655）
本社所在地：東京都港区白金台 3-2-10 白金台ビル
設立：2004 年 3 月
代表者：代表取締役社長 佐藤 清之輔
資本金：332 百万円（2017 年 6 月 30 日現在）
従業員数：219 名（連結、2017 年 6 月 30 日現在）
事業内容：企業の経営改善を支援するビッグデータ活用サービス、デジタルマーケティングサービス

■お問い合わせ先

●製品・サービスに関するお問い合わせ

株式会社ブレインパッド
デジタルソリューション統括部 営業部
TEL：03-6721-7002 e-mail：info@brainpad.co.jp

●本ニュースリリースに関するお問い合わせ

株式会社ブレインパッド
コーポレート本部 経営企画部 広報担当
TEL：03-6721-7700 e-mail：marcom@brainpad.co.jp

*本ニュースリリースに記載されている会社名・商品名は、各社の商標または登録商標です。

*本ニュースリリースに掲載されている情報は、発売日現在の情報です。

以上