

ビービットのネット広告効果測定ツール「ウェブアンテナ」、 携帯版が検索サイト・ソーシャルメディアの効果測定に対応

株式会社ビービット(本社:東京都千代田区、代表:遠藤直紀)の提供するネット広告効果測定ツール「ウェブアンテナ」は、新機能として、携帯(フィーチャーフォン)向け検索サイト・ソーシャルメディア経由の効果測定、および広告・検索・ソーシャルを含めた間接効果の測定機能を提供します。本機能は2011年10月15日(土)に提供を開始します。

■リリースの背景

スマートフォンの普及が急速に進む中、日本国内の携帯電話市場において一般携帯電話(フィーチャーフォン)の利用者数は圧倒的に多く、メイン端末としての利用は一般携帯電話が約93%、スマートフォンが約7%と、依然として大きな存在感を持っています。さらに、2010年のモバイルコンテンツ市場(スマートフォン市場を除く)は6465億円(前年比117%)、モバイルコマース市場は1兆85億円(前年比104%)[※]と、引き続き活況を呈しており、携帯向けコンテンツ、物販・サービス提供企業にとって、自社サイトへの集客・売上を拡大すべく、キャンペーンの実施および効果測定は重要な課題となっています。

従来の携帯サイト向け効果測定ツールは広告の直接的な貢献のみを計測するものが多いため、広告以外の集客経路のボリュームが把握できない、間接効果が測定できないなどが、広告主に共通した主な課題でした。しかし、現在の携帯端末の普及・市場成長を鑑みると、広告主にとって、上記はこれまで以上に看過できない重要な課題になっているため、今回の「ウェブアンテナ」携帯版の機能強化に至りました。

図:バージョンアップ後の「ウェブアンテナ」画面

The screenshot shows the WebAntenna interface with the following elements:

- Navigation tabs: 総括, バナー, テキスト, メール, リスティング, アフィリエイト, **自然検索**, その他流入, コンバージョンレポート
- Search filters: キーワードから, 検索, 表示項目オプション
- Table columns: 検索エンジン, キャリア, キーワード, クリック数, 直接CV(合計), 会員登録(直接), 申し込み(直接), 資料請求(直接)
- Table data (highlighted rows):

検索エンジン	キャリア	キーワード	クリック数	直接CV(合計)	会員登録(直接)	申し込み(直接)	資料請求(直接)
Google	docomo	ネット広告 効果	31	3	2	1	0
iMenu検索	au	WebAntenna	9	9	1	0	1
au one検索	docomo	ユーザビリティビービット	-	-	-	0	0
au one検索	docomo	ネット広告 効果	-	-	-	0	0
Yahoo!	docomo	ネット広告 効果	22	2	1	0	1
Yahoo!	docomo	ウェブアンテナ	33	2	1	1	0
Bing	docomo	ネット広告 効果	31	2	2	0	0
Bing	docomo	インターネット 広告効果	34	2	1	0	1
iMenu検索	docomo	ビービット	23	1	1	0	0
iMenu検索	SoftBank	ビービット	9	1	0	0	1
合計			2,621	58	36	12	10

Annotations in the image:

- A red box highlights the '自然検索' and 'その他流入' tabs.
- A red box highlights the search results for 'ネット広告 効果' across multiple carriers and engines.
- Red arrows point from the annotations to the corresponding UI elements.
- Text annotation: 自然検索、外部サイト(ソーシャル)に対応
- Text annotation: キャリア公式ページ含む、各種検索エンジンに対応
キャリア別集計も可能

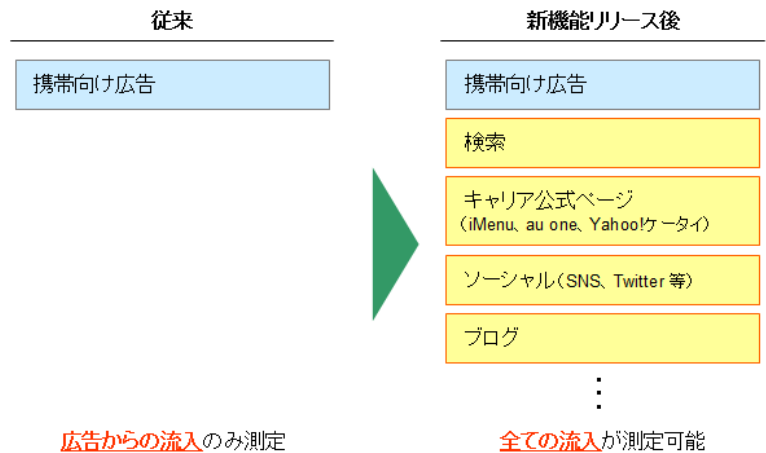
beBit

■新機能の概要

(1) 測定領域の拡張

以下の流入経路が測定可能になります。

- 自然検索流入
 - ✓ キャリア公式ページが提供する検索機能からの流入
 - ✓ Google、Yahoo!など検索サイトからの流入
- キャリア公式メニューからの流入 (iMenu、au one、Yahoo!ケータイ)
- SNS、Twitter
- ブログなど一般サイト
- お気に入り



(2) 広告・検索・ソーシャル全体での間接効果の測定

携帯デバイス上での全施策(広告・検索サイト・ソーシャルメディア)を対象にして、間接効果を測定できます。さらに、いつ、どの施策に、どのような順番で接触したのかという詳細情報も取得可能です。

間接効果の測定例

最初、Twitter から流入して商品の存在を知り、途中、広告経由での情報収集を経て、最終的には商品名の指名検索でコンバージョンに至った。この場合、Twitter は初回認知に貢献したと評価できる。



■リリースの意義

本バージョンアップに伴い、利用企業には次のようなメリットが生まれます。

(1) 予算配分の最適化

従来は不可視であった領域の成果が可視化され、集客施策ごとの成果が明確になるため、プランニング時の最適な予算配分が可能になります。さらに、サイト来訪ユーザのボリューム感および伸びしろの把握ができることから、集客施策改善のインプットとして利用することも可能です。

(2) コミュニケーションの最適化

ユーザの接触タイミング・接触媒体に応じたプランニング・クリエイティブ制作が可能になり、コミュニケーションの最適化に役立ちます。

beBit

■ネット広告効果測定ツール「ウェブアンテナ」の特長

「ウェブアンテナ」はネット広告・自然検索・ソーシャルメディアからの流入数、獲得数を測定することで、幅広くウェブキャンペーンの効果を把握できるツールです。PC・携帯に対応しています。大手企業様・ネット先進企業様を中心に、300社以上の導入実績がございます。詳細は別紙をご参照ください。

■費用

初期費用：10万円(携帯版のみ。PC版の導入は無料)

月額費用：

本機能は追加オプションとなり、測定プランに応じて費用が異なります。

- 自然検索の測定 5万円
- ソーシャルなど他サイトの測定 10万円

※オプションご利用数に応じた割引をご用意しています。

■今後の見通し

企業と顧客との接点が多様化し、今後、デジタルマーケティングがより広範かつ複雑化することが予想されます。「ウェブアンテナ」は、企業がマーケティングデータを適切に収集・活用し、成果を上げられるよう、ソフトウェア・サポートサービスを通じた支援を行っていきます。

以上

■ネット広告効果測定ツール「ウェブアンテナ」 <http://www.bebit.co.jp/webantenna/>

概要 : 広告主および広告代理店の業務効率を上げ、その効果改善に貢献すべく、インターネット広告、自然検索(SEO 施策)、ソーシャルメディア等の効果測定に対応したツール。2008年2月のPC版サービス開始より、サントリー酒類、NTTコミュニケーションズ、セコム、マネックス証券等、幅広い業界で累計300社以上の導入実績を持つ。

■株式会社ビービット <http://www.bebit.co.jp/>

設立 : 2000年3月

代表取締役: 遠藤直紀

事業内容 : ユーザ中心アプローチによる企業のネットマーケティング支援

独自のネットマーケティング方法論「ユーザ中心 PDCA」やウェブサイト設計手法「ビービット UCD (User Centered Design)」を用い、ユーザ行動や心理を科学的アプローチで解明し、企業のネットマーケティングを支援。三井住友銀行、ホンダ、NTTドコモ、ベネッセといった大手企業の他、マネックス証券、Yahoo! JAPAN等のネット先進企業など、数々の企業ウェブサイトを成功へと導いている。インターネットマーケティングのコンサルティング経験を元に開発したインターネット広告効果測定ツール「ウェブアンテナ」を提供。

■本件に関するお問い合わせ先

担当 : 株式会社ビービット 瀧田 (wa_support@bebit.co.jp)

住所 : 〒102-0073 東京都千代田区九段北 4-2-1 市ヶ谷東急ビル 7階

TEL : 03-5210-3894

FAX : 03-5210-3895

i コムスコア発表、2011年2月。

http://www.comscore.com/jpn/Press_Events/Press_Releases/2011/2/Smartphone_Adoption_Continues_to_Grow_in_Japan

ii 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム発表、2011年7月。

