

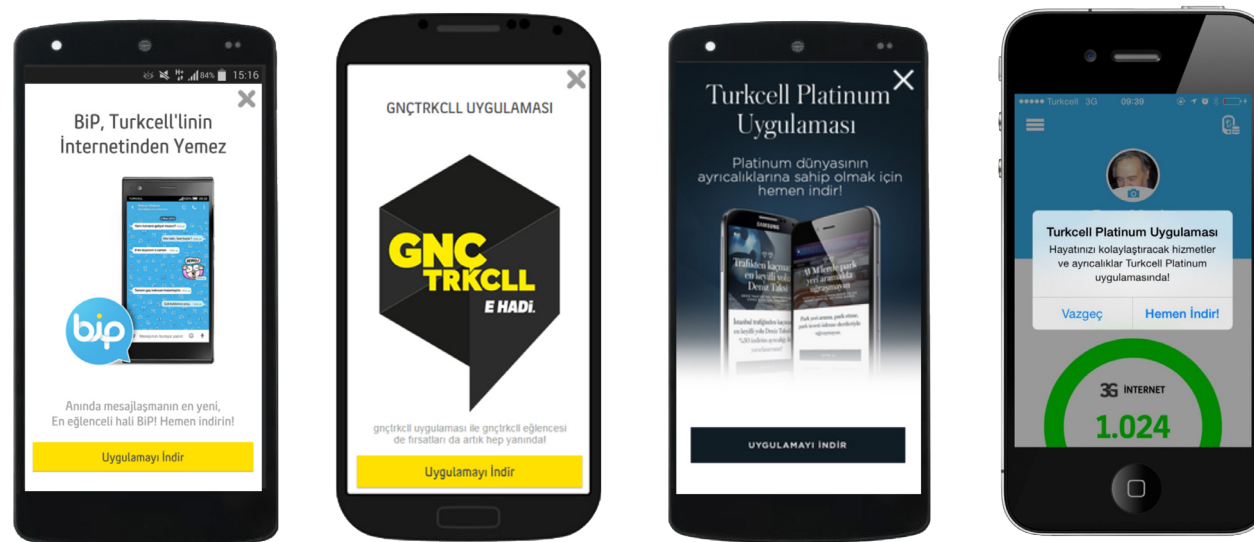
Turkcell、顧客ニーズを先取りして提供

トルコの大手電話会社、Adobe Experience Cloudによってパーソナライズされたアプリ内メッセージを駆使し、顧客が望むサービスへのアクセスを提供



「Adobe Experience Cloudを活用することで、どのような人たちがアプリ内メッセージをクリックし、どのようなデバイスを利用し、どの顧客セグメントに属しているかを容易に把握できます」

Merve Çevikoğlu氏 (Turkcell、web分析スペシャリスト)



ソリューション

Adobe Experience Cloudを構成する
・ Adobe Analytics Cloud: Adobe Analytics

成果



インサイト

複数の顧客接点をまたぎ、顧客の行動と趣向を可視化



的確性

パーソナライズされたアプリ内メッセージにより、エンゲージメントの向上とアプリダウンロード数の増加を促進



アプリのインストール数

他チャネルから訪問した顧客のインストール率10%に対し、アプリ内メッセージからアクセスした顧客のインストール率を36%まで向上



サービス利用者の増加

購入したサービスに含まれる機能に対する顧客の認知度が高まり、顧客にとってのサービス価値が向上

Turkcell

トルコ、イスタンブール

www.turkcell.com.tr

課題

- ・ブランドへのエンゲージメントを向上させるために、ターゲットに狙いを定めた、パーソナライズされたメッセージを配信したい
- ・主要な顧客グループでネイティブアプリの普及率を向上させたい
- ・付加価値サービスの認知度を高めてロイヤルティを獲得したい

「モバイルアプリとアプリ内メッセージ用にAdobe Analyticsを利用することで、顧客にリーチし、ペイドメディアを含む他の手段を超越するレベルまでエンゲージメントを引き上げられるようになりました」

Merve Çevikoğlu氏 (Turkcell、web分析スペシャリスト)

メンバーならではの特典を提供

多くの専門家が、2015年末までにスマートフォン利用者の数は20億人に達し、あらゆる国において確固たる地位を獲得すると予測しました。現在、多くの企業がこの小さな画面上でしのぎを削り、インターネットを検索したり、ゲームをプレイしたり、音楽を聴いたり、動画を視聴している消費者の関心を引こうと躍起になっているのも、不思議ではありません。

携帯電話会社は、新しいデバイスやサービス、アプリなどを利用者にいち早く紹介できるという、きわめて有利な立場にあります。トルコ有数の携帯電話会社でありインターネットサービスプロバイダーのTurkcellは、そうした利用者との関係で1歩先を進んでいます。同社はセグメントごとの異なる顧客ニーズに応えるため、複数のネイティブアプリを開発し、無料や割引サービス、メンバー限定オファー、コンシェルジュサービスなどを含むメンバー特典を利用しやすくしています。

Turkcellのデジタル marketer にとっての課題は、最適なメッセージを適切なタイミングで顧客に提供することです。Turkcellのweb分析スペシャリストであるMerve Çevikoğlu氏は「大切なのは、顧客一人ひとりにとって有意義なコミュニケーションを維持することです。ポジティブな会話で顧客との良好な関係を築きます」と語っています。

Turkcellにとって最初のステップは、しっかりとした分析基盤によって顧客セグメントを詳細に構築することでした。プラチナメンバー、世帯を持つ顧客、若い世代の顧客といった基本要素に加え、どのようなデバイスでどのようにアプリを使用しているか、といった特性によって顧客セグメントを詳細に構築し、各セグメントにターゲティングされたメッセージを送ることで、より適切なエクスペリエンスを提供します。同時に、同社は顧客の趣向や使用デバイスにもとづき、アプリケーション内の新しい有用な機能の開発戦略を立案できます。

アプリがモバイルデバイスにダウンロードされるようになると、同社は、どのサービス、コンテンツ、ゲームがユーザーを魅了しているかを把握し、メッセージをさらに精緻化したいと考えました。「私たちはすばやく手軽な成果だけを求めていたわけではありません」とÇevikoğlu氏は言います。「顧客の行動や顧客との関係が複雑化する中で、私たちはエクスペリエンスを継続的に改善できる基盤を求めていました」と同氏。

企業と顧客にサービスを提供

顧客に適切なアプリ内メッセージを配信するために必要なインサイトを得るため、Turkcellは、モバイルアプリソリューションおよびモバイルコアサービス向けのAdobe Analyticsを含むAdobe Experience Cloudを導入することにしました。アドビのソリューションを活用することにより、コンバージョンファネル全体を通じてトラフィックを測定し、データを実用的なインサイトに変換するためのエンドツーエンドのしっかりとした基盤を手に入れました。

現在、Turkcellでは、豊富な分析機能とレポート機能により、コンテンツに魅力を感じている利用者を把握し、オーディエンスをセグメントごとに分類して、メッセージをカスタマイズしています。また、クロスチャネル分析機能もモバイル中心のビジネスに役立てています。

「アドビのソリューションとアプリ内メッセージが奏功していることは、この結果から見ても明らかです」

Merve Çevikoğlu氏 (Turkcell、web分析スペシャリスト)

ソリューション概要

- ・ Adobe Experience Cloudの主な利用機能：
 - ・ マーケティングレポートおよび分析
 - ・ 高度分析
- ・ モバイル コアサービス

詳細情報

www.adobe.com/jp/experience-cloud.html



Adobe Systems Incorporated
345 Park Avenue
San Jose, CA 95110-2704
USA
www.adobe.com/jp

「Adobe Experience Cloudを活用することで、どのような人たちがアプリ内メッセージをクリックし、どのようなデバイスを利用し、どの顧客セグメントに属しているかを容易に把握できます。このレベルの詳細な情報があれば、ビジネス成果につながる意思決定が可能になります」とTurk氏は述べています。

Turkcellは、Adobe Experience Cloudの導入によって、同社のアプリに関心を持つ顧客を増やすことができただけでなく、アプリからの料金支払いなど、主なセルフサービス機能を利用する顧客を増やすことにも成功しました。また、同社の顧客は、アプリ内メッセージを通じて受け取った対象者限定のプロモーションコードを使用して、モバイル動画を含む他の付加価値サービスも利用しています。

さらに特筆すべき点は、価値の高い顧客が新しいアプリとサービスを追加すればするほど、Turkcellはさらに深くパーソナライズされたオファーを提供できるようになるという点です。「モバイルアプリとアプリ内メッセージにAdobe Analyticsを利用することで、顧客にリーチし、ペイドメディアを含む他の手段を超越するレベルまでエンゲージメントを引き上げられるようになりました。データによって裏付けされていることで、正しい選択をしていると確信できます」とCevikoğlu氏は述べています。

精緻化に向けた検証

Turkcellのマーケターは、顧客とやり取りをする手段としてアプリ内メッセージを最重視するという戦略について、徹底的に検証を積み重ねてきました。同社は、Adobe Experience Cloudを使用して、アプリ内メッセージからGoogle PlayストアおよびAppleストアのアプリページへのコンバージョン率が32%近くに達することを確認しました。これは他のチャネルからのコンバージョン率より4倍以上高い値でした。これら2つのグループにおけるアプリインストール率は、アプリ内メッセージからアクセスした顧客の場合36%であったのに対し、他の顧客の場合はわずか10%でした。全体として、新しいアプリ内メッセージからアプリダウンロードへのコンバージョン率は12%に達していました。

アプリ内メッセージが顧客にリーチする最善の手段であることをまず確認した後、同社が次に注目したのは、顧客にアピールするメッセージのタイプでした。比較の結果、ターゲットに狙いを定めてパーソナライズされたアプリ内メッセージのクリックスルー率は、パーソナライズされていないメッセージの約6倍に達することがわかりました。特定のオーディエンスに向けたアプリ内メッセージでおこなった最初のテストでは、わずか1週間で5,000回のダウンロードを記録しました。

「Adobe Experience Cloudのおかげで、顧客とどうつながるべきかという議論が不要になりました。現在、月間平均で約15,000回のアプリダウンロードを記録しています。アドビのソリューションとアプリ内メッセージが奏功していることは、この結果から見ても明らかです」とÇevikoğlu氏は評価しています。