

ビジネスを勝利に導く

Eurobetは顧客エンゲージメントを強化することで
収益向上を実現



「Adobe Experience Cloudを導入したことで、顧客がどこにいても、
一人ひとりに最適なエクスペリエンスを提供できるようになりました」

Alexis Grigoriadis氏 (Eurobet、オンラインマーケティングディレクター)

ソリューション

Adobe Experience Cloudを構成する

- Adobe Analytics Cloud: Adobe Analytics
- Adobe Marketing Cloud: Adobe Campaign、Adobe Target

アドビプロフェッショナルサービス

成果

キャンペーンのコンバージョン率が**20%向上**



複数の市場においてそのポジションを**確立**



チャーン率の低下および**顧客満足度**を向上



顧客の動向情報を**企業全体**で共有



Eurobet Italia

2006年設立

従業員数:250人

イタリア、ローマ

www.eurobet.it

課題

- ・ パーソナライズされた対話を通じて顧客との結び付きを強化する
- ・ 顧客の行動や好みを的確に把握する
- ・ データドリブン型の戦略を通じてサイトとキャンペーンの改善を促進する

アドビのソリューションには、顧客属性を正確に把握し、顧客維持率を高め、クロスセルの機会を拡大するのに役立つ機能、専門知識、ビジョンがすべて揃っていました」とGrigoriadis氏は述べています。

Alexis Grigoriadis氏 (Eurobet、オンラインマーケティングディレクター)

アクションを促す

競技場でも、レース場でも、カジノでも、賭け金上がるにつれて興奮も高まります。大試合のチケットを持っていないファンや、会場に足を運ぶ時間がないファンは、PC、ノートパソコン、タブレット、モバイルデバイスに手を伸ばして賭けをおこないます。今や、オンラインベッティングの市場規模は年間10億ドルを超え、あらゆる規模の企業が参入を計画しています。

Ladbrokes Coralグループ傘下のEurobetは、最も信頼のある大手ブランドの1つとして、イタリア市場で急成長を続けています。Eurobetは、親会社の力を借りながらも、独立した気風と体質を維持することにより成長を遂げてきました。Eurobetは、イタリアでオンライン賭博が解禁された2006年以来、850を超える実店舗の運営に加え、オンラインサービスも提供しており、ヨーロッパの賭博市場の革新者としての地位を築いてきました。

Eurobetは、スポーツベッティング、場外馬券販売、カジノスタイルのゲームなど、あらゆるレベルとスタイルで楽しめる、幅広いサービスを提供しています。Eurobetは2013年に、デジタルマーケティングソリューションを導入してこれらのサービスを積極的に宣伝し、顧客の獲得およびエンゲージメントの強化を図ることにしました。同時に、オンラインチャンネルとオフラインチャンネルの両方で、顧客維持率、クロスセル率、コンバージョン率を高めたいと考えていました。

Eurobetでオンラインマーケティングディレクターを務めるAlexis Grigoriadis氏は、次のように語ります。「当社では、以前からあらゆるタイプの顧客向けにベッティングサービスやゲームを提供してきましたが、顧客エンゲージメントを高めるために、顧客の人物像をより詳細に把握する必要に迫られていました。また、各チャンネルの可能性を最大限に引き出すために、カスタマージャーニーをより深く理解しなければなりませんでした」

Eurobetは、いくつかのベンダーからの提案を検討し、デジタルマーケティングカンファレンスにも参加した結果、Adobe Experience Cloudの導入に踏み切り、新しいサイトを立ち上げ、顧客一人ひとりのニーズに合わせたエクスペリエンスを提供することに決定しました。「ソリューションを検討するだけでなく、当社のデジタルマーケティング戦略の診断に、数ヶ月を費やしました。アドビのソリューションには、顧客属性を正確に把握し、顧客維持率を高め、クロスセルの機会を拡大するのに役立つ機能、専門知識、ビジョンがすべて揃っていました」とGrigoriadis氏は述べています。

最強の組み合わせ

Eurobetは、Adobe Marketing CloudやAdobe Analytics Cloudなどを含むAdobe Experience Cloudを選択し、アドビプロフェッショナルサービスによる支援を受けるようになったことで、顧客中心のエクスペリエンスの提供に向けて大きく前進したことを確信しました。また、Eurobetは、オンライン、モバイルアプリ、および実店舗を通じて顧客にアプローチする、クロスチャネルキャンペーンの展開というビジョンも掲げていました。「Adobe Experience Cloudを導入したことで、顧客がどこにいても、一人ひとりに最適なエクスペリエンスを提供できるようになりました」とGrigoriadis氏は述べています。

「Adobe Analyticsでは、閲覧する相手に合わせて必要な情報を抽出でき、各利用者はセルフサービスで作業できるため、デジタルマーケターは戦略的課題に専念することができます」

「無償のマーケティング製品では、ごく基本的な顧客情報しか入手できませんでした。Adobe Analytics Cloudを導入してからは、実用的なインサイトを入手できるようになり、収益が上昇して、コストが減少しました」

Alexis Grigoriadis氏 (Eurobet、オンラインマーケティングディレクター)

Eurobetでは、顧客の好みをより正確に把握するために、Adobe Analytics PremiumなどのAdobe Analytics Cloudソリューションを利用して、何が顧客の関心を引き、何が顧客の関心を引いていないのかをリアルタイムで調査しています。また、デジタルマーケターは、社内の関係者ごとにダッシュボードをカスタマイズして、各部署、役職、利用者に合わせて最も有用な情報を抽出することもできます。

「ソリューションの導入によって大きく変わったことの1つは、社内のコミュニケーションが改善したことです。Adobe Analyticsでは、閲覧する相手に合わせて必要な情報を抽出でき、各利用者はセルフサービスで作業できるため、デジタルマーケターは戦略的課題に専念することができます」とGrigoriadis氏は言います。

また、関心に応じた顧客セグメントのターゲティングや、まだプレイしていないであろうゲームの宣伝などに、Adobe Analyticsを活用しています。

さらにEurobetは、アドビプロフェッショナルサービスのサポートを受けながら、Adobe Analyticsを利用して、最も重要なKPI（顧客離れ、クロスセル、ファーストタッチ/ラストタッチアトリビューション）に特化した独自のダッシュボードを開発しました。Eurobetのマーケターはこれらのツールを使用することで、各種のグラフを確認しながら、サイトを更新したり、クロスチャネルキャンペーンを作成したり、新しいベッティングサービスをテストできます。そして最も重要なポイントは、データを隅々まで管理できるようになったことです。アウトソーシングを行っていた時期もありますが、その後再び自社でデータ管理をおこなうようになりました。

Grigoriadis氏は次のように言います。「無償のマーケティング製品では、ごく基本的な顧客情報しか入手できませんでした。Adobe Analytics Cloudを導入してからは、アクションにつながるインサイトを獲得できるようになり、収益が上昇して、コストが減少しました」

マーケティングから賭けを排除

Eurobetはさらに、Adobe Analyticsから得られるインサイトを補うために、Adobe Marketing Cloudの構成ソリューションであるAdobe Targetを利用してサイトの更新をテストしてから、変更を適用しています。Eurobetでは、カスタマージャーニーのフェーズごとに、複数のコピー、クリエイティブ、新規プロモーション、レイアウトをテストして、どれが最もコンバージョンに結び付くかをテストしています。「Adobe Marketing Cloudを導入したことで、ビジネスへのリスクを最小限に抑えながら、新しいエクスペリエンスやゲームが、クリック数、クロスセル、賭け金の向上につながるかどうかをテストできるようになりました。そのおかげで、当社のビジネスは劇的に変わりました。以前は勘頼みだったデジタルマーケティングが、今では完全にデータドリブン型で進められています」とGrigoriadis氏は述べています。

また、Eurobetでは、Adobe Marketing Cloudの構成ソリューションであるAdobe Campaignを利用して、顧客ごとにメッセージをパーソナライズしています。同社では、カスタマージャーニーの重要なフェーズごとに、顧客一人ひとりに向けたメッセージを送付しています。例えば、サービスへの登録時や初めての入金時には、特典サービスや次取るべきアクションについてのメッセージが送付されます。

ソリューション概要

Adobe Experience Cloudの主な利用機能：

Adobe Marketing Cloud

- ・ Adobe Campaign
 - ・ キャンペーン管理
 - ・ 視覚的なクロスチャネル設定
 - ・ 統合顧客プロファイル
 - ・ パーソナライズされたターゲティング
- ・ Adobe Target
 - ・ 自動パーソナライゼーション
 - ・ ルールベースのターゲティング
 - ・ A/Bテスト
 - ・ 多変量分析テスト
- ・ Adobe Experience Manager
 - ・ サイト
 - ・ アセット

Adobe Analytics Cloud

- ・ Adobe Analytics
 - ・ マーケティングレポートおよび分析

アドビプロフェッショナルサービス

詳細情報

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

www.adobe.com/jp/experience-cloud/service-support/consulting-services.html



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

また、新しいプロモーションが開始されると、パーソナライズされた電子メールやアプリ内メッセージを通じて、ターゲットとなる顧客に通知が送付されます。Grigoriadis氏は次のように述べています。「当社では、すべての顧客に同じメッセージを一括送信するのではなく、セグメントごとに意義のある方法でメッセージを送付しています。Adobe Marketing Cloudを導入したことで、顧客との対話が有意義なものになり、一人ひとりの顧客に有益なメッセージを届けることが可能になりました。その結果、顧客のロイヤルティが高まり、ゲームに参加するかどうかに関わらず、以前よりも頻繁にサービスが利用されるようになりました」

Eurobetでは、これらの改善をおこなった途端にプラスの効果が現れました。全体的にチャーン率が最大3%減少し、クロスセルキャンペーンとアップセルキャンペーンの効果が最大20%向上しました。

そして、特に注目に値するのは、2014年に新しいサイトを立ち上げると、Eurobetはスポーツベッティングの賭け金総額において市場6位にランキングし、現在では市場2位にランキングしていることです。同社はカジノゲームの市場でも着実に順位を上げ続けています。

Grigoriadis氏は次のように述べています。「Adobe Experience Cloudは当社の年間成長率の伸びに対してきわめて重要な役割を果たしています。データドリブン型のアプローチを継続して、アドビプロフェッショナルサービスが推奨するベストプラクティスに従えば、市場シェアをさらに拡大できることは疑いありません。当社の成功はもう約束されたようなものです」

一貫した戦略

Eurobetの今後の展望は、Adobe Marketing Cloudを中心とした戦略を継続しながら、Adobe Experience Managerも活用した戦略へと拡大させていくことです。同社では、サイト改訂のたびにページを再公開するのではなく、Adobe Experience Managerのモジュール式テンプレートを使用し、オンラインやクロスチャネルキャンペーンを通じて、新しいコンテンツを継続的に顧客に提供していくことを計画しています。デジタルマーケターとコンテンツ制作者はバックエンドですばやくコンテンツを変更し、ブランドの統一感を保ちながら魅力的なコンテンツを作成できます。

「新しいエクスペリエンスを作成する場合でも、顧客に直接メッセージを送る場合でも、Adobe Experience Cloudには効果を最大限に高めるために必要となる、強力なソリューションがすべて揃っています」とGrigoriadis氏は語ります。