

Press Release



2016年3月23日
トランスコスモス株式会社

トランスコスモス、心理学を応用した広告クリエイティブ制作メソッド「Gorilla(ゴリラ)」を開発し、運用型広告サービスを強化

クリエイティブが最重要である、スマホ×インフィード広告の運用最適化に高い効果を発揮

トランスコスモス株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長兼 COO：奥田昌孝、証券コード：9715、以下、トランスコスモス）は、広告効果の向上を目的に、心理学を応用した広告クリエイティブ制作メソッド「Gorilla(ゴリラ)」を開発し、運用型広告のクリエイティブ制作サービスを強化します。

メディアのタイムライン上のコンテンツと同フォーマットで表示されるインフィード広告やネイティブ広告などの登場により、広告の入札や運用の最適化はもちろんのこと、バナーやランディングページなどの広告クリエイティブのパフォーマンスの向上と継続的な改善がこれまで以上に重要になっています。

トランスコスモスでは昨年、広告効果の向上やWebサイトのUI/UX改善を目的に、広告クリエイティブへの心理学の応用を研究する専門チーム「マーケティングサイコロジーラボ、（代表：城下勇一）を立ち上げました。このたびその成果として発表する広告クリエイティブ制作メソッド「Gorilla」は、デザイナーやプランナーの「勘や経験、に頼ったクリエイティブ制作ではなく、複数の心理学的アプローチを用いて論理的にクリエイティブを制作するものです。顧客の心理状態に応じて反応しやすい最適なキャッチコピーやグラフィックデザインをバナーやランディングページに散りばめることで、広告に対する顧客の興味や購買モチベーションを高め、その後のWebページ閲覧および、最終的な購買行動の促進につなげます。

実際にインフィード広告のクリエイティブを「Gorilla」で制作・運用した結果、クリックスルー率(CTR)が平均で20%向上した例や、コンバージョン率(CVR)を2倍に高めつつ顧客獲得単価(CPA)を1/3に抑えた例もあります。



トランスコスモスでは、広告クリエイティブ制作メソッド「Gorilla」を利用した広告クリエイティブ制作を2016年度中に60社に提供していく予定です。トランスコスモスは、今後もインターネット広告効果を向上するための研究と開発をすすめ、お客様企業のマーケティングを支援していきます。

※二要因理論とは：米国の心理学者フレデリック・ハーズバーグが提唱した理論で、労働意欲に関する調査から人間の満足を満たす要因と不満足を解消する要因は別のものであると示したもの。トランスコスモスではこれを商品やサービスの購買意欲に置き換え、クリエイティブ制作に活用できるようにアレンジしています。

※トランスコスモスは、トランスコスモス株式会社の日本及びその他の国における登録商標または商標です。

※その他、記載されている会社名、製品・サービス名は、各社の登録商標または商標です。

(トランスコスモス株式会社について)

トランスコスモスは 1966 年の創業以来、優れた「人」と最新の「技術力」を融合し、より価値の高いサービスを提供することで、お客様企業の競争力強化に努めて参りました。現在では、お客様企業のコスト削減を支援するコンタクトセンター・人事／経理／営業バックオフィス・受発注／SCM・システム開発／運用などのサービスを、また、お客様企業の売上拡大を支援するビッグデータ分析・インターネット広告・Web サイト構築／運用・スマートフォン／ソーシャルメディア活用・テレマーケティングなどのサービスを、アジアを中心に世界 29 カ国・159 の拠点で、オペレーショナルエクセレンスを追求し、提供しています。また、世界規模での EC 市場の拡大にあわせ、お客様企業の優良な商品・サービスを世界 40 カ国の消費者にお届けするグローバル EC ワンストップサービスを提供しています。トランスコスモスは高品質な BPO サービスを世界規模で提供する、お客様企業の「Global BPO Partner」を目指しています。<http://www.trans-cosmos.co.jp>