

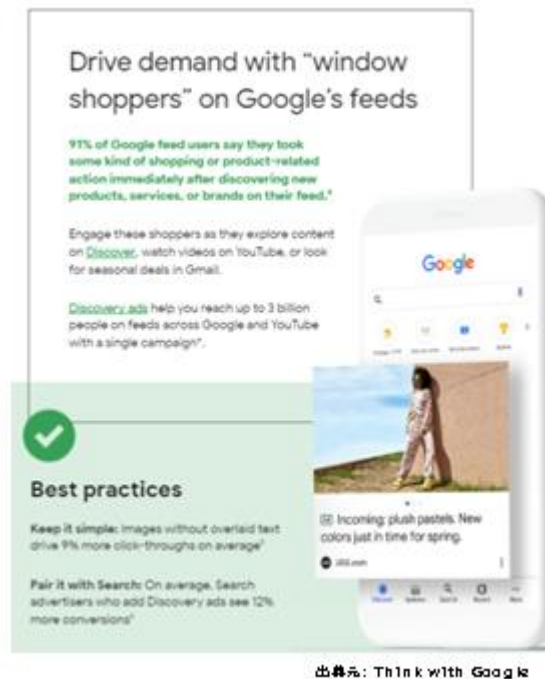
グローバルマーケティングコラム

Google 最新リテールガイド

ポスト・コロナの消費者のオンライン行動トレンド

Google が、最新の小売業向けのガイドを公表しています。主に米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、イタリア、オーストラリア、日本、ロシア、インド、中国、ブラジル、メキシコ、スペイン、南アフリカ、韓国の Google 委託 Ipsos Covid-19 トラッキングデータをもとに新しい消費行動にリーチするためのコツを紹介しています。81%の消費者はパンデミック期間中、オンラインで新しい製品やサービスを見つけたと答えています。また、半数以上の消費者が、実店舗で購入する場合も、オンラインでリサーチをすると回答しています。Google ディスカバーを利用したことがあるユーザーのうち 91%が、画面に新しい商品やサービスが表示され、興味を持った場合、情報を検索したり、何かしら購入に関する行動を起こしたとも答えています。いわば、ユーザーは Google アプリや YouTube でウィンドウ・ショッピングをしているのです。Google ファインドキャンペーンは最大 29 億の Google と YouTube ユーザーへつながる窓となりえます。広告はシンプルに、がコツです。テキストの入っていない写真のほうが、クリック率が平均 9%向上します。また、検索広告とファインドキャンペーンを併用することで、平均 12% コンバージョン率が向上します。その他、スマート ショッピング キャンペーンやマーケットインサイトを利用したユーザーの平均コンバート値増加率など Google 各種サービスの効果をまとめています。(参照※1、図 1)

図 1



【出典元】

※1 A guide for retailers and brands in 2021 Think with Google

https://services.google.com/fh/files/misc/2021_us_retail_marketing_guide.pdf