

Sun MicrosystemsのWebサイトでは リードコンバージョンが倍以上に

Sun Microsystemsは、コンピュータシステム、ソフトウェア、ストレージ、サービスを含む、ネットワークコンピューティングのインフラストラクチャを提供しており、世界100か国を超える国々で展開しています。数年前にSunは、その幅広いソリューションを顧客に紹介するため、リッチメディアコンテンツを同社のWebサイトエクスペリエンスの中心に据えました。それ以来、Brightcoveによる業界最高レベルのオンライン動画プラットフォームと、Omniture Genesisを介したOmnitureのオンラインマーケティングおよびアナリティクスプラットフォームの力を活用し、**リッチメディア戦略の展開**に取り組んできました。



Sun MicrosystemsはBrightcoveにより、Webサイトのリードコンバージョンを倍以上にすることができました。

成果の測定

リッチメディアおよびWebサイトマーケティングの取り組みを開始した当時、Sunには、動画やマルチメディアコンテンツの作成と配布を行うプロセスを効率化するための中央システムがありませんでした。Sun社はBrightcoveによる業界最先端のオンライン動画プラットフォームを導入することにより、2年間でリッチメディア戦略を全面的に刷新しました。Brightcoveを利用することにより、同社のオンライン動画公開および配布ニーズ全体をカバーする、一元化された包括的なソリューションを実現しています。



Brightcoveを使用することにより、Sunは動画の作成から管理、カスタマイズまですべてをBrightcoveプラットフォームを通じて行うことが可能になり、オンライン動画公開プロセス全体を短期間で効率化することができました。生産性向上の成果はすぐに現れ、動画アセットの投稿に最大24時間かかっていたのが、今では5分もかからずに投稿することが可能になりました。

SunはBrightcoveによって動画の制作、公開、配布のプロセスの効率化に成功したことで、次の課題を解決する必要性を認識しました。すなわち、成果を測定し、動画関連の取り組みを最適化する方法です。Brightcove導入の成果を拡大し、オンライン動画イニシアティブを次のレベルへ押し進めるために、どのコンテンツが、誰から、そのコンテンツが配置されたサイトのどこで反響を得ているかを確認するために、より詳細な方法が必要でした。

ブライトコーブとOMNITUREのソリューション

Sun社はOmniture SiteCatalystを使用して、同社のすべてのWebサイトにおける訪問者の活動を広範にわたって測定しました。OmnitureはBrightcoveプラットフォームとの間に、Omniture Genesisを介した密接な統合を構築しています。Omniture Genesisはマーケティングプラットフォームであり、Omniture Online Marketing Suiteのコンポーネントの1つで、併用するサードパーティアプリケーションをOmniture製品と統合します。Sunのようなマーケティング企業が、動画コンテンツのキャンペーンパフォーマンスやコンバージョンを最適化するためのソリューションを標準で利用できるようにすることを目的としています。

ケーススタディ SUN MICROSYSTEMS

ブライトコーブとOMNITUREのソリューション (つづき)

この統合により、SunのBrightcove動画アセットとOmniture SiteCatalystのオンラインアナリティクスとの間にシームレスなコミュニケーションが可能となります。これはSunが迅速にもっとも収益性の高いWebサイト上のパスを特定し、訪問者がサイトからどこへ移動しているかを確認し、オンラインマーケティングキャンペーンに不可欠な成功指標を特定するために役立ちます。



「OmnitureとBrightcoveの統合が勝因でした」と、Sunのメディア戦略および制作のグループマネージャであるLinda Crowe氏は述べています。「アセット1つ1つに対するオンライン指標をOmniture SiteCatalystから動画プレーヤへ追加できるのは、非常に強みになります。BrightcoveとOmniture SiteCatalystの組み合わせは、個々のアセットに対して、はるかに詳細なアナリティクスを提供します。これは、もっとも効果的な動画コンテンツや、最高の成果とリードコンバージョンが見られる場所を特定するために役立ちます。」

BrightcoveとOmnitureの統合により、どの視聴者が特にどのコンテンツを好むかという詳細が提供され、Sunは制作プロセスを調整するための最善の方法を知ることが可能になりました。

「特にB2Bスペースの動画制作でよくあるのが、メッセージが2分より長いと見てもらえないという説です」とCrowe氏は述べます。「これは概要的なマーケティング指向コンテンツには当てはまります。しかしBrightcoveとOmnitureの統合により、技術的に深く踏み込んでみたところ、十分に充実したコンテンツであれば、視聴者は最大20分まで集中して話を聞くことが分かりました。結果として、Webサイトのコンテンツ戦略を調整して最適化し、より効果的な方法で多様な視聴者のニーズに対応することができました。」

「BrightcoveとOmniture SiteCatalystの組み合わせは...
もっとも効果的な動画コンテンツや、最高の成果とリードコンバージョンが見られる場所を特定するために役立ちます。」

飛躍的に向上したトラフィックとコンバージョン、そして制作効率

SunではBrightcoveアセットとOmniture SiteCatalystとの統合によって、さらに関連性の高い、対象を絞ったコンテンツを作成することが可能になりました。そして、こうしたコンテンツによって、Sun.comのサイト訪問者がより多くの動画コンテンツを視聴するようになり、滞在時間が増加しました。Sun社は、動画に付随するCall To Action (行動を喚起するメッセージ)のコンバージョンを劇的に向上させることができました。BrightcoveとOmnitureを統合する以前のSunでは、動画視聴のリードコンバージョン率が8~10%でした。今では、より効果的な計測とターゲティングが可能になり、コンバージョンは倍以上になりました。



またSunは、BrightcoveとOmnitureによって、動画制作コストを削減することもできました。

「コンテンツのターゲティングが向上したため、適正なコンテンツを制作して、誤ったコンテンツは制作しなくなり、動画制作コストを節約することができるようになりました」とCrowe氏は述べています。「BrightcoveとOmnitureの統合の結果として、より効果的でインパクトの強い動画コンテンツが制作されるようになり、予算の25%近くを削減することができました。」

さらに、SunはBrightcoveプラットフォームのオープン性と簡単な埋め込みおよび共有機能を活用することで、コンテンツシンジケーション戦略を進歩させました。Brightcoveにより、サードパーティのネットワークやサイトへ簡単に、動画コンテンツをシンジケートおよび配布することができます。SunはOmniture SiteCatalystのBrightcoveプラットフォームとの統合により、どの動画のバイラルの見込みが高いかということだけでなく、動画のどこで人気があり関心を集めているかということも正確に把握できるようになりました。Sunの社員2人が作成した、データセンタの振動やノイズがストレージ装置に与える影響についてコミカルに説明する動画は、多数のサードパーティサイトで取り上げられ、その中でもドイツの技術ジャーナルでは、初めの数週間で視聴回数が35,000回にのぼったこともあります。

2008年にBrightcoveを導入してから、Sunにおける動画の視聴回数の総合計は3倍に増えており、その数はさらに上昇を続けています。現在Sunでは、視聴回数は月150,000回にのぼり、2008年に動画ポータルChannelSunを開設した頃に記録した50,000回から、大幅な上昇を遂げました。SunはOmnitureとの統合により、どの動画が初めから終わりまで視聴されているかを計測できるようになりました。視聴者が要求する動画数が増えただけでなく、視聴時間も伸びたことが分かりました。

今後Sunは、動画戦略の展開を進め、BrightcoveとOmnitureの統合をさらに緊密にして、計測対象を動画だけでなく、音声コンテンツやインタラクティブコンテンツなど、他のマルチメディアアセットまで広げる予定です。同社は、新しいメディアタイプ、新しい計測フォーマット、そして新しいシンジケーション機能を提供したい考えです。

「これは決して難しいことではないとわかりました」とCrowe氏は述べています。「視聴者の好みを特定し、それを計測し、今後制作するコンテンツに関するより良い判断をするのです。」