

エンジニア課長が実践！AI活用でマーケティングの『壁』に挑む

Q

AIが分析しやすいようにデータ収集基盤をカスタマイズしたとのことですが、この作業で難しかった点は何でしたか？それをどのように解決しましたか？困みに非エンジニアにはカスタマイズは難しいのでしょうか？

A

難しかったところは、AIサービスそのものより内部での運用面でした。チームメンバー全体がどこまでそのデータ収集基盤に負担なくデータを入力できるか、という点です。入力するサービスや項目が多いとどうしても抜け漏れがあったり、そもそも使ってもらえなくなるため、どこまでなら負担として許容してもらえるかをメンバーと話しながら解決していきました。今回のケースに限ってはkintoneを利用しておこないました。CMでもよく目にするサービスと思いますが、非エンジニアでも問題なく進められると思います。ただエンジニアの知識があった方がのちのち拡張性の高い基盤を作れると思います。

Q

Gensparkで生成したHPを修正する際、Gensparkに指示出しして修正するか、手作業で修正するかの判断基準（例：色変更くらいであればエンジニアが手作業で修正…とか）があれば教えてください

A

Gensparkで生成したHPは現状は手で修正しています。既存のHPを管理しているシステムにそのまま載せられないことと、小回りの利いた修正を依頼することが難しいためです。なのでたたき台の作成はGenspark、本番HPへの反映は手動、という風に使い分けています。

Q

「ビジネス成果の壁」の事例で、AIが「全体傾向の把握」に役立ったとありますが、AIが提供した具体的な指標や洞察はどのようなもので、それが広告パフォーマンスの向上にどのように影響しましたか？

A

分析を行う対象にもよるため、ひとつの例として回答します。たとえば広告に使うキーワードというのはそのキーワードごとに使用料というものがあります。ひとつの問合せを発生させるために、そのキーワードは費用バランスで見ても見合っているのか、それとも見合っていないから使用するのをやめた方がいいのか、などといった現状の評価とそれに値する次のアクションなどをあげてくれるような感じになります。

Q

広告についてのAIの利用は、数値についての理解促進や操作の為の活用で、ABテスト等の結果を分析してもらう使い方はされていないのでしょうか？

A

はい、ABテスト等の結果を分析してもらうような使い方もあります。与えるデータについてどういうデータなのか、といった前提となるような情報は必要ですが分析してもらえます。

Q

スライドがとても綺麗ですが、このスライドもgensparkで作成されたりしたのでしょうか？

A

はい、このスライドもgensparkで作成しています。ベースデザインはほぼそのまま利用していますが、フォントの変更や画像の変更などの微調整は加えています。

Q

具体的に売り上げなどに効果でましたか？

A

売上といえる程の効果はまだまだですが、お問合せ数の増加やコンテンツの生成による営業面でのリードタイムの短縮といった効果は出ています。