

運用型広告についての基本知識



運用型広告 用語集

CPC	1クリックあたりにかかる金額のこと。クリック単価とも呼ぶ
CPM	広告表示回数1,000回あたりの金額のこと
CTR	広告表示回数に対してクリックされた割合のこと
インプレッション	ユーザーの画面に広告が表示された回数のこと
CV	コンバージョン数のこと（コンバージョン：広告主が設定する成果指標）
CPA / CPO	1つのコンバージョンに対してかかったコストのこと
CVR	クリックに対してのCVに至った割合
入札	企業がCPC・CPMの上限金額設定を行って広告を出稿すること
自動入札	LINE広告における定義として、AIが配信対象を最適化してくれた上で配信されるもの
手動入札	LINE広告における定義として、選択した配信対象に対してフラットに配信されるもの
ターゲティング	配信対象のこと（例：年齢、性別、居住エリア など）
リターゲティング	一度何かしらのアクションをしたユーザーを追いかけて広告配信すること
クリエイティブ	広告表示された際のバナーのこと
リーチ数	特定のコンテンツや広告を見てくれた数のこと。インプレッションに近い

運用型広告とは？

純広告

特定の枠を買って配信する

一定期間掲載期間があり、リアルタイムで設定や掲載箇所を変えるものではない

運用型広告

リアルタイムで配信設定を変えることができる

効果を見ながら検証を行うことができ、近年のインターネット広告では主流になりつつある

純広告



運用型広告



運用型広告の種類

運用型広告の例

- LINE広告
 - Facebook広告
 - Instagram広告
 - Twitter広告
- SNS広告**
- Google Display Network (GDN)
 - Yahoo! Display Network (YDN)

運用方法について

WEBで申し込み→運用画面が簡単にもらえる→設定して配信するだけ

	インハウス	代理店
運用方法	広告を出したい企業が直接自社で運用する	広告を出したい企業が 知見のある広告代理店に任せて運用する
メリット	<ul style="list-style-type: none">・ 自社で運用ノウハウが貯められる・ 出稿費用だけで運用ができる	<ul style="list-style-type: none">・ すでに知見のある方へ任せられるので安心・ 運用工数がかからない
デメリット	<ul style="list-style-type: none">・ 運用方法を自社で考える必要がある・ 運用工数がかかる	<ul style="list-style-type: none">・ 出稿料 + 運用手数料がかかる

料金について

LINE広告は「セカンドプライスオークション」を採用しています

セカンドプライスオークションとは？

各社が入札金額を決め、入札金額が高い企業から優先して表示されていく



1番高い金額で入札をかけている企業は、
2番目に高い金額で入札している企業よりも1円高い金額で枠を勝ち取る



たとえば…

東京都に住む30代の女性に向けてLINE広告を配信する場合

A社（コスメ系）



CPC **55円**で入札

VS

B社（人材系）



CPC **60円**で入札 **WIN!**

B社がA社の入札額より1円高い CPC 56円で優先表示

LINE Tagについて

タグ=プログラミングコードの一種

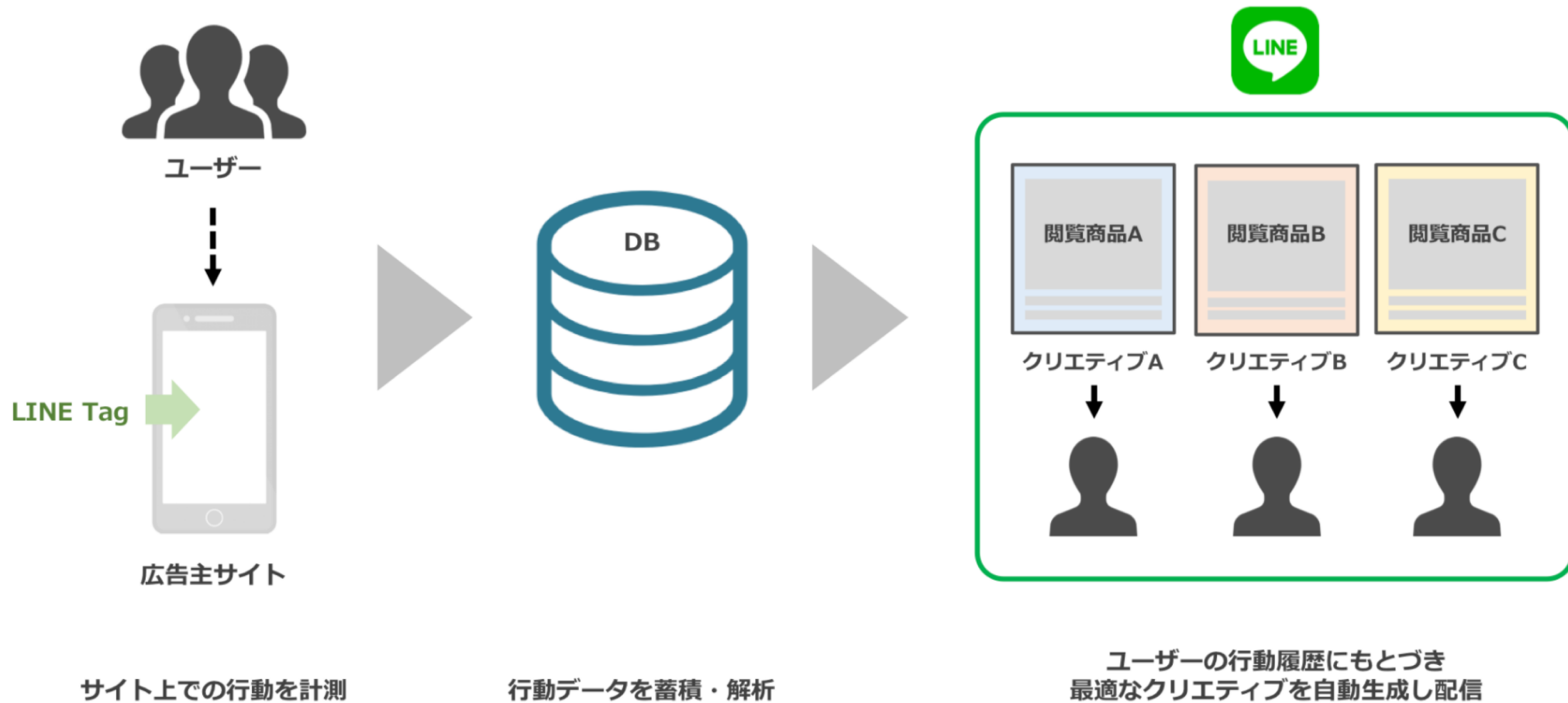
サイトに設置することで、リターゲティング・コンバージョンの計測が可能になる



プログラミングコードのため、ある程度知識がなければ設置が難しい
知識がある場合、Google Tag Managerなどのタグ管理ツールを利用して設置が可能

運用型広告において重要な“リターゲティング”

タグをサイト内に設置することで、訪問者にサイトを訪れたという証をつけることができる
リターゲティング＝一度サイトを訪問したユーザーを追いかけて広告を再表示させること



LINE