

400社が導入するリターゲティング広告 の活用ノウハウ

株式会社マイクロアド
代表取締役社長 渡辺健太郎

リターゲティングとは

● MicroAd Retargeting

① 広告主サイトを訪問

② サイトから離脱

③ 後日、ブログ等を閲覧



サイト訪問者＝見込み客

リターゲティングは見込み客への
コミュニケーション。

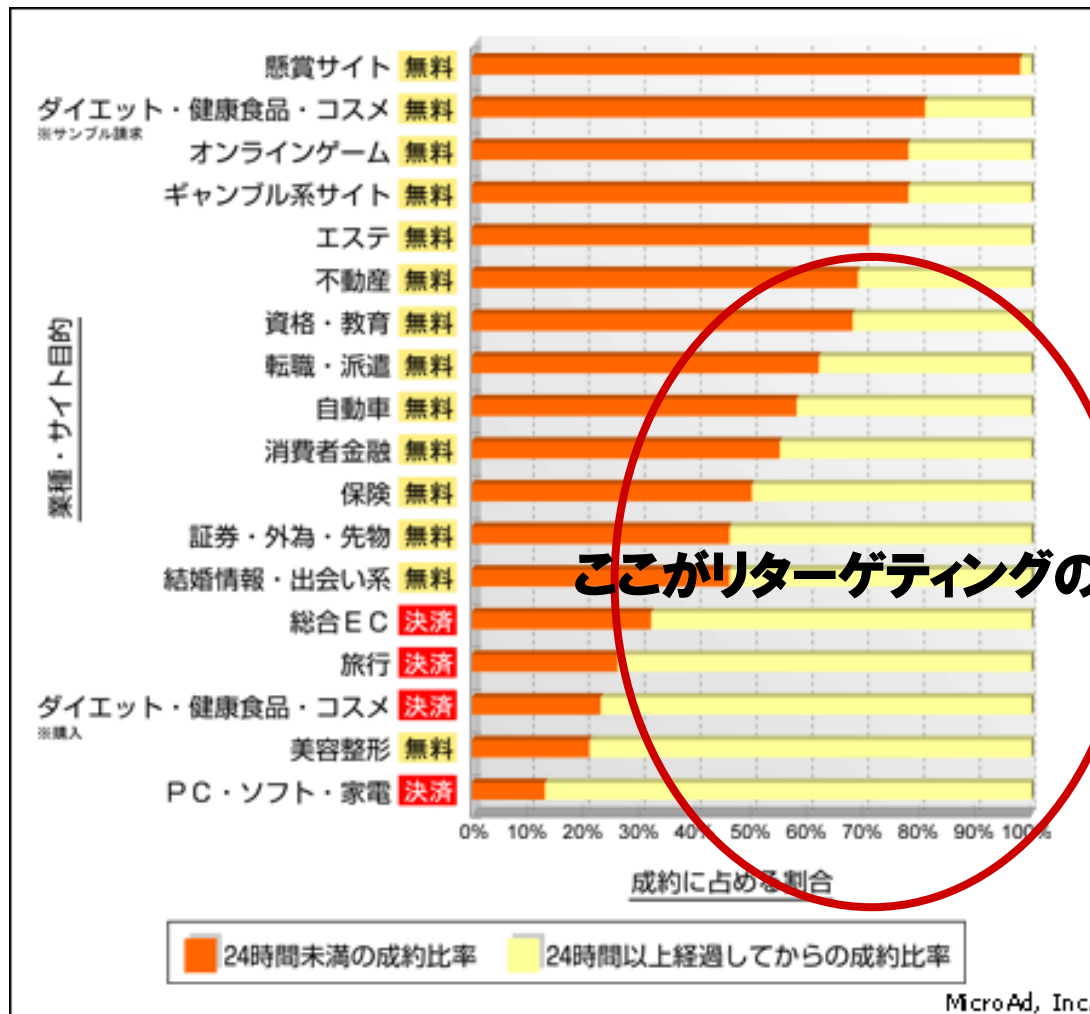
今までメールマガジンなどではか
アプローチできなかつた領域が、
Webで可能に！

**訪問者へのターゲティングは
なぜ重要なのか？**

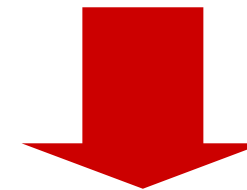
**初めて訪問したサイトで
モノを買いますか？**

成約までの時間

● 広告クリックから成約に至るまでの時間差に関する調査



個人情報の登録
WEB上での決済
商品単価が高いサービス

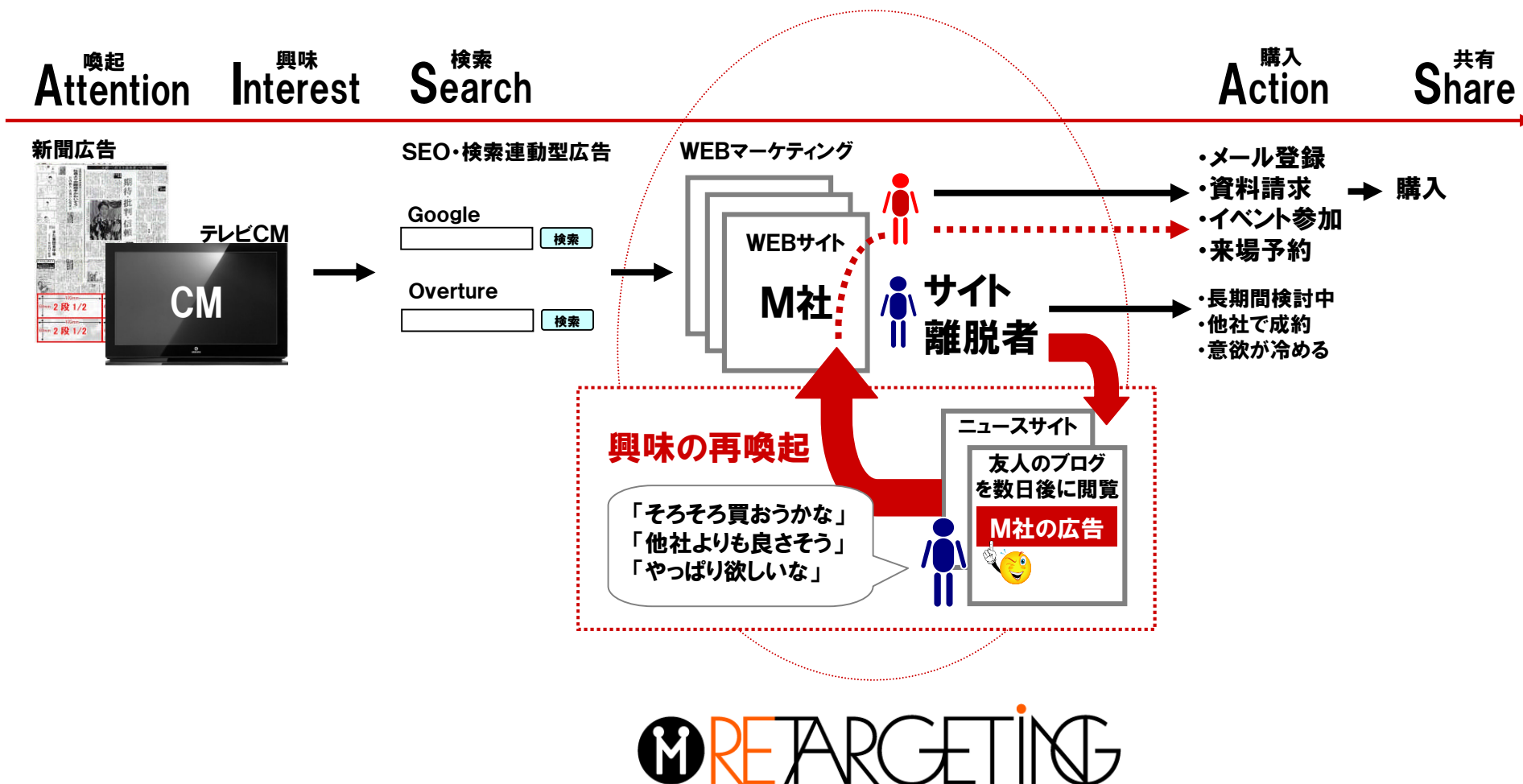


成約までの時間が長い

リターゲティングとは

**比較・検討中の消費者への
アプローチ**

比較・検討中の消費者へのアプローチ



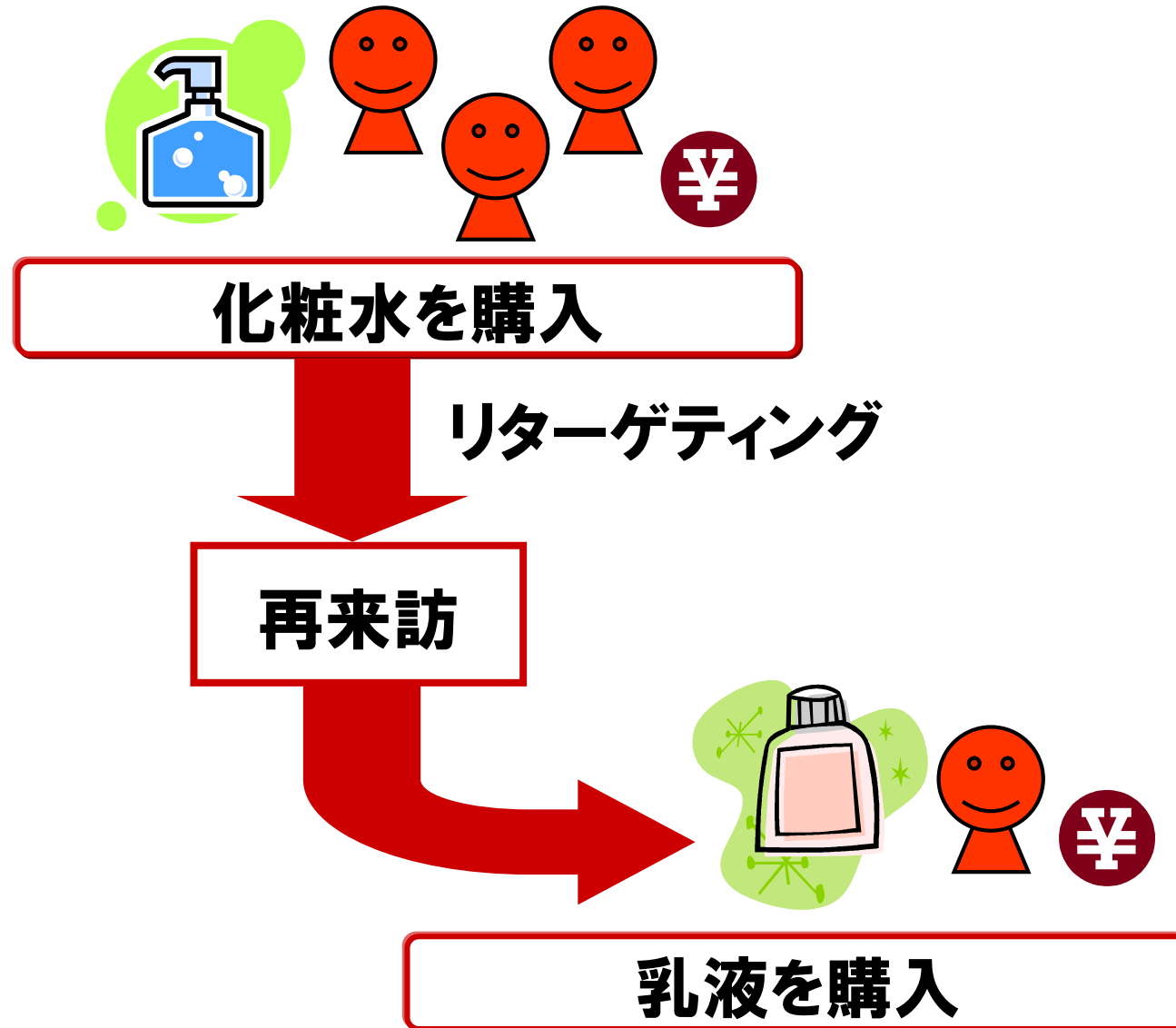
確度の高い見込み客へのターゲティング

**初めての訪問で購入にいたる
ケースは少ない**

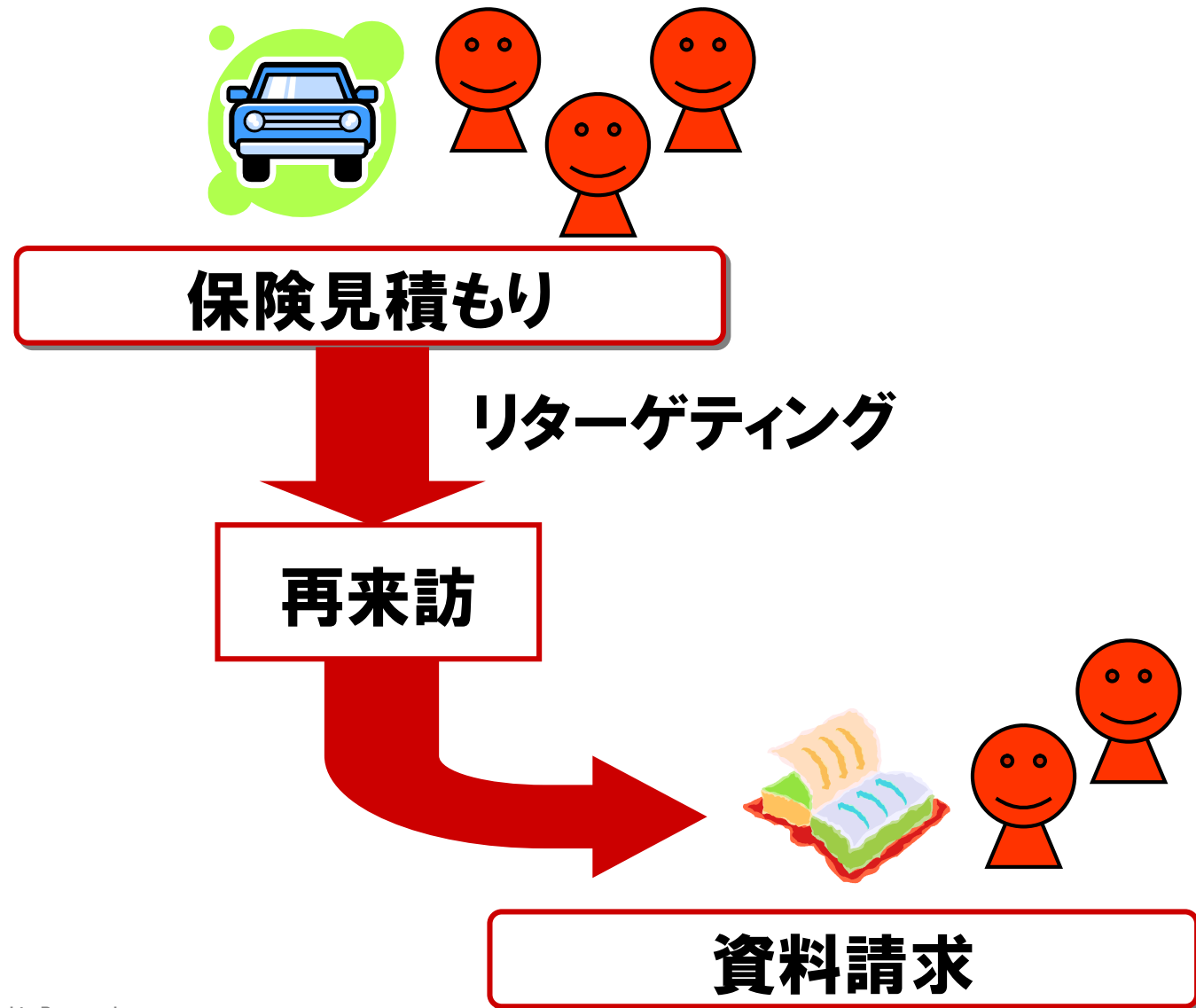
**比較・検討中のユーザーへの
コミュニケーションがコンバージョンを生む**

リターゲティングの活用事例

購入者へのアプローチ(別商品の提案)



成約レベルの引き上げ(見込み客へのクロージング) **MicroAd**



**広告は初めまして
リターゲティングは2回目以降のアプローチ**

① 誰にリターゲティングするのか？

- A. 即離脱ユーザ
- B. 購入直前離脱ユーザー
- C. 購入ユーザー

前回の訪問はどうだったの？

② 原稿クリエイティブ（コミュニケーション内容）

もう一度訪問する理由。初めましてではありません。

③ 再誘導ページ（促したい行動）

で何をしてくれるの？ 前回見たものと同じなの？

リターゲティング広告のコツ ①対象ユーザー

● まず、誰をリターゲティングするかによって全体設計が決まる



フードカテゴリーページの閲覧者に、新入荷ワイン情報を届ける。

購入確認ページで離脱した人に、送料無料キャンペーンを届ける。

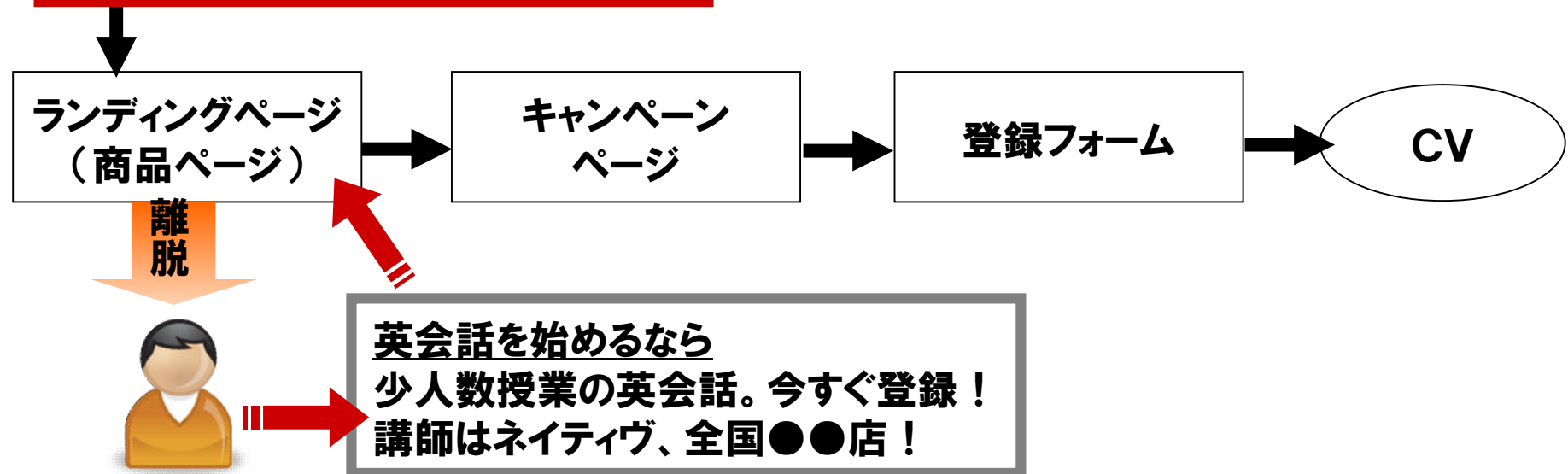
購入者に、お得意様限定商品情報を届ける。

リターゲティング広告のコツ ②③原稿と再誘導ページ **MicroAd**

● 原稿と再誘導ページのイマイチな例

純広告・リスティングなど広告出稿の原稿

**英会話を始めるなら
少人数授業の英会話。今すぐ登録！
講師はネイティブ、全国●●店！**



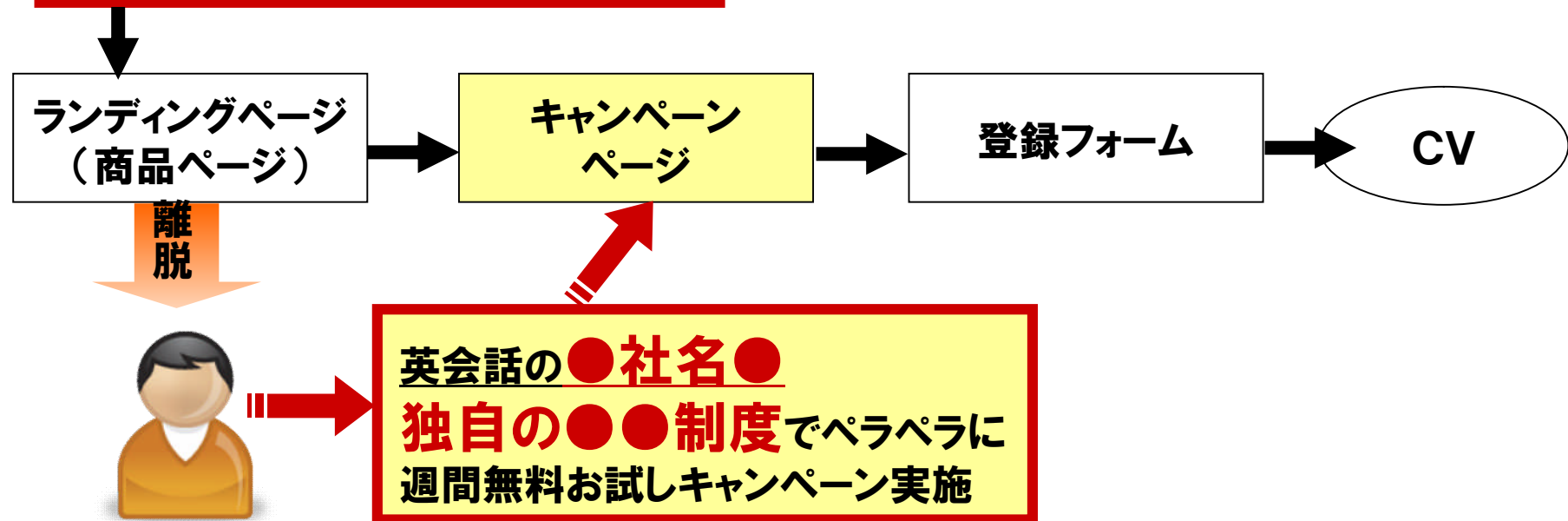
- ・もっとアテンションを引けるのでは？
- ・誘導したページの情報には既に知っているのでは？

リターゲティング広告のコツ ②③原稿と再誘導ページ **MicroAd**

● 原稿と再誘導ページのよい例

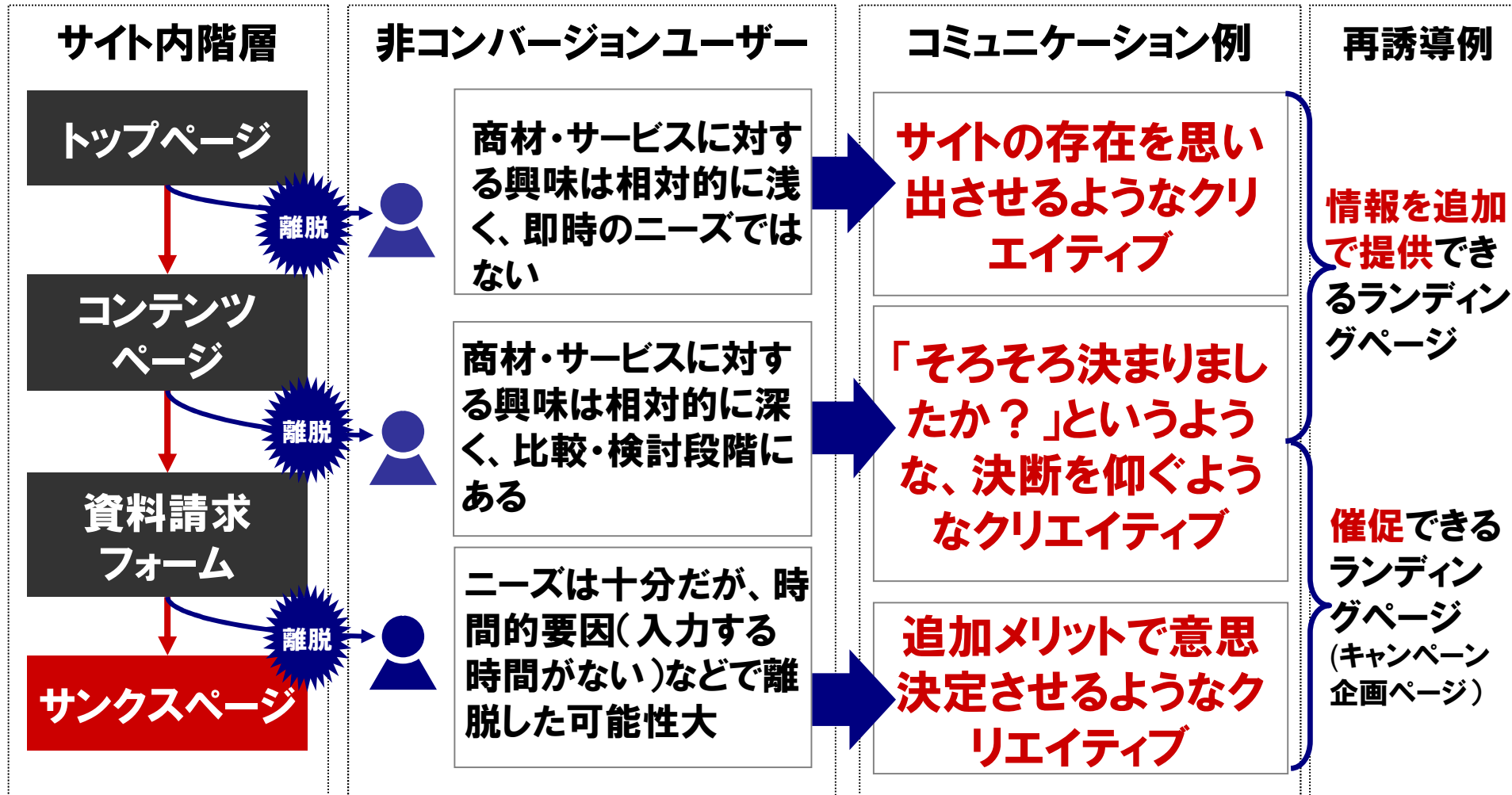
純広・リスティングなど広告出稿の原稿

**英会話を始めるなら
少人数授業の英会話。今すぐ登録！
講師はネイティブ、全国●●店！**



- ・記憶に残っているキーワードや画像を使う（原稿クリエイティブ）
- ・別の情報を提供して購入を促進すること（再誘導ページ）

リターゲティング設計の基本パターン



業種や目的、またページ内容を考慮して設計する必要がある

販促以外の領域での使用に領域が拡大 メールマガジンの代替としてのCRMツールへ

車は興味あるけどメールマガジンが毎回送られてくるのはウザイ

→スポーツカーのブランドサイトに訪問したユーザーへリターゲティング

自社サイトの更新時に再来訪を促すリターゲティング広告を配信

音響機器に関心があるユーザーへのアプローチ

→音響機器の商品ページを訪問したユーザーに新製品や別の商品

のリターゲティング広告を配信し定期的な情報を発信

**サイト訪問後のコミュニケーションは
新領域のマーケティング
まだまだ、広告効果を上げることができるはず**

ご清聴ありがとうございました。

アドネットワーク「MicroAd」

アドネットワーク「MicroAd」の特徴

MicroAd

精緻なターゲティング

最新のテクノロジーを駆使した多彩なターゲティング手法により生活者を狙い打ちします。

▶ リターゲティング

▶ 行動ターゲティング

▶ コンテンツ連動

▶ 地域ターゲティング

▶ メガリーチ

日本最大級のアドネットワーク

日本のネットユーザーの約50%に相当する2700万人へリーチ可能。

▶ ブログ

▶ ポータル

▶ 専門サイト

▶ SNS

多彩な課金方式と配信形式

各ターゲティングに最も適した課金方式。そしてバナーからテキストまで多様な配信形式。

▶ クリック課金(CPC)

▶ インプレッション課金

▶ 期間課金

マイクロアド広告メニューラインナップ



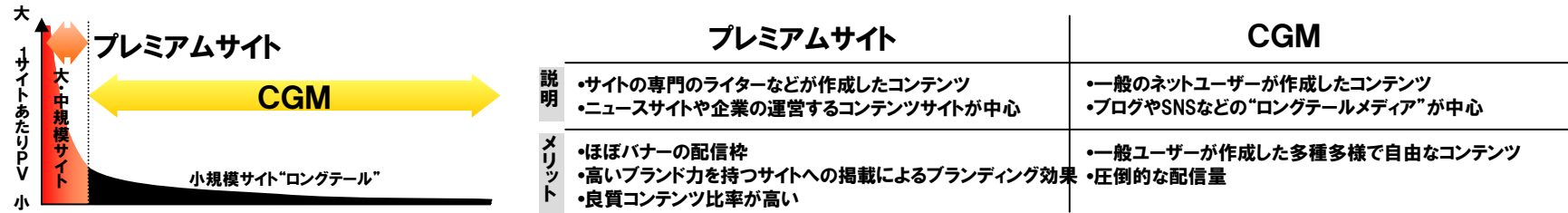
MicroAdは掲載メディアの種類とターゲティング手法によって、広告メニューをお選びいただけます。プロモーションの目的や狙うターゲット層によって使い分けます。

		ターゲティング種別				
		リターゲティング	行動ターゲティング	コンテンツ連動	地域ターゲティング	ノンターゲティング
掲載メディア種別		<ul style="list-style-type: none"> 貴社サイトを過去に訪問したユーザーのみに配信 	<ul style="list-style-type: none"> 過去のユーザーのWeb閲覧履歴などから興味・関心を類推 	<ul style="list-style-type: none"> 関連したコンテンツページに配信 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーのアクセス地域・回線を絞りこんで配信 	<ul style="list-style-type: none"> ランダム配信
	プレミアムサイト	<p>MicroAd Retargeting</p> <ul style="list-style-type: none"> 最もCVRの高い配信手法 <p>クオリティ: ★★★★★ 配信量: ★★★</p> <p>バナー (予定) ミニバナー+テキスト テキスト</p>	<p>MicroAd BTプレミアム</p> <ul style="list-style-type: none"> 高品質なプレミアムサイトのみ掲載 行動ターゲティングによる高いCVRが期待できる CVRが高く、ブランディング効果の高いバナー形式のみ <p>クオリティ: ★★★★★ 配信量: ★★</p> <p>バナー ミニバナー+テキスト テキスト</p>	<p>MicroAdターゲット</p> <ul style="list-style-type: none"> 配信量と効果は運用次第で自由に調整可能 <p>クオリティ: ★★★★★ 配信量: ★★★★★</p> <p>バナー ミニバナー+テキスト テキスト</p>	<p>MicroAdエリア</p> <ul style="list-style-type: none"> 商圏が限られる場合に最適 <p>クオリティ: ★★ 配信量: ★★★★★</p> <p>バナー ミニバナー+テキスト テキスト</p>	<p>MicroAdプレミアムリーチ</p> <ul style="list-style-type: none"> 高品質なプレミアムサイトのみ掲載 CVRが高く、ブランディング効果の高いバナー形式のみ <p>クオリティ: ★★★ 配信量: ★★★★★</p> <p>バナー ミニバナー+テキスト テキスト</p>
CGM			<p>MicroAd行動ターゲティング</p> <ul style="list-style-type: none"> 行動ターゲティングによる高いCVRが期待できる ターゲティング広告としては配信量も多い <p>クオリティ: ★★★★★ 配信量: ★★★★★</p> <p>バナー ミニバナー+テキスト テキスト</p>		<p>MicroAdスーパーリーチ</p> <ul style="list-style-type: none"> あらゆるサイトから大量誘導 MicroAd中で最大のリーチ <p>クオリティ: ★★ 配信量: ★★★★★</p> <p>バナー ミニバナー+テキスト テキスト</p>	<p>CGMメガリーチバナー</p> <ul style="list-style-type: none"> 多数のブログサイト等を横断して一斉配信 <p>クオリティ: ★★ 配信量: ★★★★★</p> <p>バナー ミニバナー+テキスト テキスト</p>

マイクロアド提携サイトネットワーク



MicroAdは月間55億インプレッションに及ぶ、日本最大級のアドネットワークです。大規模なポータルサイトから小規模なブログサイトまで、幅広くネットワーク化されています。その中から、プレミアムサイトとCGM(消費者生成メディア)とに分類され、どちらへ配信するかを広告メニューによって選ぶことができます。



プレミアムサイト

- ポータル系: @nifty, excite, livedoor
- ニュース系: AFP BBNews, Record China, ORICON STYLE
- エンタメ系: サンスポ, WoW! Korea, web特化
- 専門媒体系: Walker plus, 日刊サイバー, eiga.com, SPACE SHOWER TV, 映画生活
- 地域・交通情報・その他: OKWave, inter-edu, BLEND A, MapFanWeb, WEATHER EYE, ファント蔵

CGM

- ブログ系: Ameba ブログ, livedoor Blog, goo ブログ, Seesaa BLOG
- 無料HP系: FC2, XREA.COM
- コミュニティ系: TOK2, BTpartner, meromero park, ブログ村, Magical Maker
- 専門媒体系: JPAOL.COM, MoCovideo
- アドネットワーク・その他: ONTV JAPAN, 引越大手比較.com, Listing PLUS, ちよびリッチ

等多数

※プレミアムサイトにもバナー形式ではない広告も配信されます。他にも数多くのサイトに配信され、ネットワークは常に変動いたします。サイトにより配信形態は異なります。配信媒体の個別指定はできません。一部のサイトでは一時的に24
 広告掲載を停止している場合があります。最新のネットワーク状況は弊社営業担当者までお問い合わせください。

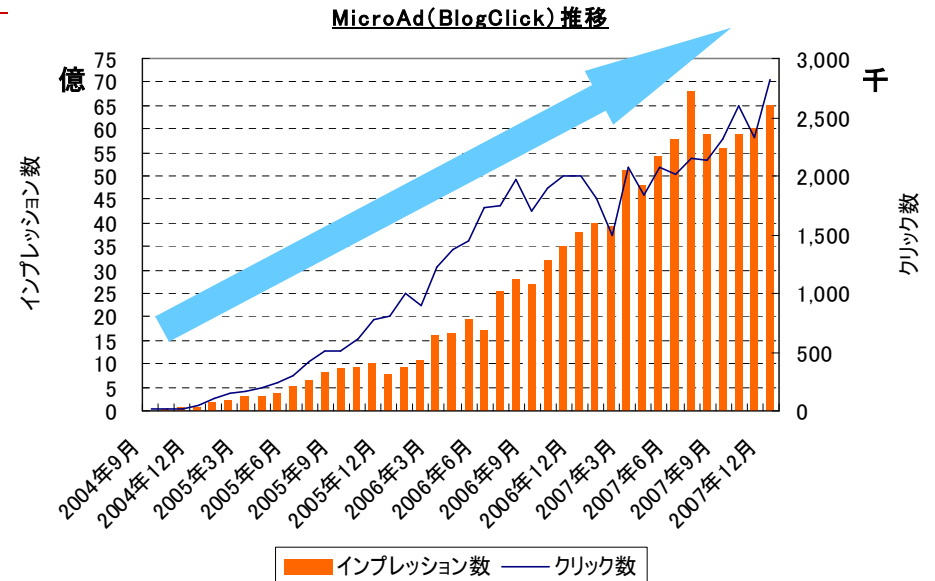
国内ネットユーザーの48%に接触



国内のネットユーザーの48%以上に対してアプローチ

プロパティランキング

No.	プロパティ名	UU [千人]	リーチ [%]
1	Yahoo! Sites	46,979	83%
2	Google Sites	36,390	64%
3	Rakuten Inc	32,084	57%
4	Microsoft Sites	30,134	53%
5	FC2 inc.	28,465	50%
6	NTT Group	28,158	50%
7	MICROAD.JP	26,997	48%
8	GMO Internet Group	23,612	42%
9	Livedoor	23,550	42%
10	Wikipedia Sites	23,373	41%
11	Nifty Corporation	22,814	40%
12	Amazon Sites	20,397	36%
13	CyberAgent	19,922	35%
14	NEC Corporation	17,962	32%
15	Sakura Internet	16,930	30%
16	Apple Inc.	16,582	29%
17	Sony Online	16,008	28%
18	Excite Japan	14,674	26%
19	Recruit Co., Ltd.	14,310	25%
20	SOFTBANK Group	13,850	24%



(出所)comScore 2008/7