

株式会社〇〇御中

リスティング広告アカウント閲覧権限による  
配信設計のご診断レポートサンプル

1

会社概要

2

アカウント分析

3

リスティング広告

4

ディスプレイ広告

5

配信シミュレーション

# 1. 会社概要

名称	株式会社DYM (英語表記 DYM co.,ltd)	主要事業	WEBプロモーション事業 新卒紹介事業 研修事業 エグゼパート事業 医療事業
代表取締役 取締役 取締役 社外取締役 社外取締役	水谷 佑毅 沖之城 雅弘 金 裕 松室 哲生 森部 好樹	所在地	■ 本社 東京都品川区西五反田2-28-5 第2オークラビル 3・4・5F TEL : 03-5745-0200  ■ セミナールーム 東京都品川区西五反田2-27-3 A-PLACE五反田 8F  ■ 大阪事業所 大阪府大阪市北区大深町4-20 グランフロント大阪タワーA 16F TEL : 06-6372-1015  ■ 福岡事業所 福岡県福岡市中央区天神2-14-13 天神三井ビル 6F TEL : 06-6372-1015
従業員数 会社設立 資本金	単体224人、連結372人 (2016年4月30日現在) 2003年8月22日 5,000万円		
売上	第15期売上高 約111億円 (計画) 第14期売上高 約74億円 第13期売上高 約60億円 第12期売上高 約44億円 第11期売上高 約31億円		
株主構成	水谷佑毅 (79.15%) 株式会社インタースペース (11.02%) その他 (9.83%)		

関連会社

- DYM Thailand(タイ)  
44/7-8 2nd Floor,  
Soi Sukhumvit 55(Thonglor 13) Sukhumvit Rd,  
Klongton Nua,Wattana Bangkok 10110  
TEL +66(0)2-712-5482
- DYM GLOBAL (シンガポール)  
10 Anson Road #14-06,International Plaza,  
Singapore 079903  
TEL : +66(0)2-210-0275
- 上海迪跃美健康管理咨询有限公司 (上海法人)  
4801A Office Tower 2, Plaza 66 Hang Lung Plaza,  
1266 West Nan Jing Road Shanghai 200040  
TEL +86(0)21-6019-7368



本社



大阪事務所



タイ支社





## Yahoo!正規代理店 ゴールドを獲得

信頼と実績のあるパートナーに送られる「ゴールド」パートナーを獲得。  
今期は「プラチナ」パートナーの獲得を目指しております。



## Google Excellent Performer Award Gold Award 受賞

約7,000社あるGoogleパートナーの中から8社に送られた  
Google Excellent Performer Award Gold Award  
(2013年1月-6月) を受賞致しました。



## 検索連動型広告運用額 前年比200% 増の実績

取引実績は500社以上あり  
お客様からご依頼頂いている運用金額は前年比200%拡大しております。  
Yahoo!正規広告代理店の800社の中でも、運用実績や純増額の総合評価は  
上位3社に分類され、非常に注力頂いております。



## ①最先端のアカウント構築

**Google**から**注力代理店**として選定され、**アカウント構成改善プロジェクト**を共に進めております。  
従来の、世間で定石とされていた運用とは異なった  
新しい方針での運用を行い、効果も大きく改善されております。



## ②Yahoo , Google 担当者様の常駐

Yahooからは正規代理店3ツ星、Googleからは注力代理店として  
それぞれ認定いただき、それぞれの媒体の担当者様が常駐しております。  
**業界や競合情報を共有**したり**配信トレンドや新しいツール**を用いた  
運用の最適化にご協力いただき、広告の効果改善が実現しております。



## ③制作から運用までワンストップでご提供

広告運用だけでなく**バナーやLPの制作**も一括で行うことにより、  
WEBプロモーションをトータルサポート致します。



1

会社概要

2

アカウント分析

3

リスティング広告

4

ディスプレイ広告

5

配信シミュレーション

ご提案の目的

リスティング広告アカウント閲覧権限による配信設計のご診断

対象URL

<http://www.〇〇.co.jp>

配信地域

日本全域

ご診断媒体

Yahoo!プロモーション広告(スポンサードサーチ/YDN)  
Google AdWords

KPI

CV件数(CPA)

### ▼ 貴社運用実績

#### ■ 期間別レポート

合計	2016年3月	2016年4月	2016年5月	2016年6月	2016年7月	2016年8月	2016年9月	2016年10月	2016年11月	2016年12月	2017年1月
コスト											
CV件数											
CPA											
Yahoo!	2016年3月	2016年4月	2016年5月	2016年6月	2016年7月	2016年8月	2016年9月	2016年10月	2016年11月	2016年12月	2017年1月
コスト											
CV件数											
CPA											
Google	2016年3月	2016年4月	2016年5月	2016年6月	2016年7月	2016年8月	2016年9月	2016年10月	2016年11月	2016年12月	2017年1月
コスト											
CV件数											
CPA											

### 【診断POINT】

繁忙期：○月～○月

閑散期：○月～○月

- ・ 繁閑に沿った年間広告予算分配ができていないか。

### ▼ 貴社運用実績

#### ■ デバイス別レポート ※2016年3月～2017年2月

媒体合計	表示回数	クリック数	クリック率	平均CPC	費用	CV	CV率	CPA
スマートフォン								
パソコン								
タブレット								
合計								
Yahoo!	表示回数	クリック数	クリック率	平均CPC	費用	CV	CV率	CPA
スマートフォン								
パソコン								
タブレット								
合計								
Google	表示回数	クリック数	クリック率	平均CPC	費用	CV	CV率	CPA
スマートフォン								
パソコン								
タブレット								
合計								

#### 【診断POINT】

デバイスごとの獲得状況を把握し、効果のよいデバイスに配信を寄せることができるか。



#### 【応用診断POINT】

デバイスごとにアトリビューション分析ができているか。

### ▼ 貴社運用実績

■ 地域別レポート ※2016年3月～2017年2月

媒体合計	表示回数	クリック数	クリック率	平均CPC	費用	CV	CV率	CV単価
東京都								
神奈川県								
埼玉県								
千葉県								
合計								
Yahoo!	表示回数	クリック数	クリック率	平均CPC	費用	CV	CV率	CV単価
東京都								
神奈川県								
埼玉県								
千葉県								
合計								
Google	表示回数	クリック数	クリック率	平均CPC	費用	CV	CV率	CV単価
東京都								
神奈川県								
埼玉県								
千葉県								
合計								

#### 【診断POINT】

都道府県ごとの効果分析及び配信、入札調整ができていますか。



#### 【応用診断POINT】

“市町村・区”単位で効果分析及び配信、入札調整ができていますか。

### ▼ 貴社運用数字まとめ

#### ■ ユーザーリスト別レポート ※2016年10月～2017年2月

Google	表示回数	クリック数	クリック率	平均CPC	費用	CV	CV率	CV単価
男性								
女性								
不明								
合計								
Google	表示回数	クリック数	クリック率	平均CPC	費用	CV	CV率	CV単価
18-24								
25-34								
35-44								
45-54								
55-64								
65+								
不明								
合計								
Google	表示回数	クリック数	クリック率	平均CPC	費用	CV	CV率	CV単価
既存ユーザー								
新規ユーザー								
合計								

#### 【診断POINT】

DFSA(DemograficForSearchAds)の導入、活用ができているか。



#### 【応用診断POINT】

RLSA(Remarketing List for Search Ads)の導入、活用ができているか。

### 課題と対策～全体の改善方針～

配信課題：獲得KWの分析不足  
懸念事項：一般KWの獲得のほとんどが“部分一致”による獲得となっており、入札の調整が難しい状況

改善方法

#### 完全一致のインプレッションシェアの改善

獲得KWのクエリを随時追加することで調整できるKWの範囲を拡張します。  
CV獲得件数を最大化します。

配信課題：広告グループの構成が細かすぎる  
懸念事項：広告ランクの低下によるCPC高騰  
データ分析が複雑になり改善が難しい

改善方法

#### グルーピングの簡略化

HAGAKURE構成による  
効果分析環境の再構築とCPC削減

配信課題：DFSAの未導入  
懸念事項：18歳～24歳の獲得状況はよいが、年齢層ごとの単価調整が行われていないため機会損失が発生している傾向。

改善方法

#### ユーザー層毎の効果検証

ターゲットごとに効果に合わせた入札調整を行い、効果の良い属性の流入を最大化します。

配信課題：市区町村単位での分析  
懸念事項：都道府県ごとだけでなく、市区町村単位での単価調整が出来てない状況

改善方法

#### 市区町村別の地域データ分析

地域ごとに効果に合わせた入札調整を行い、効果の良い地域の流入を最大化します。

1

会社概要

2

アカウント分析

3

リスティング広告

4

ディスプレイ広告

5

配信シミュレーション

## 施策

リスティング広告では下記施策に注力し、PDCAサイクルをまわし、広告経由の獲得を最適化していきます。

施策概要	施策詳細と期待される効果
1. キーワードの選定	過去の業界実績やトレンドキーワード、流入キーワードを網羅し、 <b>機会損失を最小限</b> にします。
2. 広告グループの設定	Googleが推し薦めているHAGAKUREのアカウント構成を実施することで広告の評価を上げ <b>CPCを削減</b> します。
3. 広告文のABテスト	広告文を常に複数設定し、安定して高いクリック率の広告文を配信することで <b>効率の良い流入</b> を図ります。
4. 広告表示オプションの設定	広告表示オプションをしっかりと設定し、 <b>クリック率や品質スコアの改善</b> を徹底します。
5. 入札戦略	ターゲットごとに細かく効果を分析し、獲得のよいターゲットへの配信を強化することで獲得を最大化します。

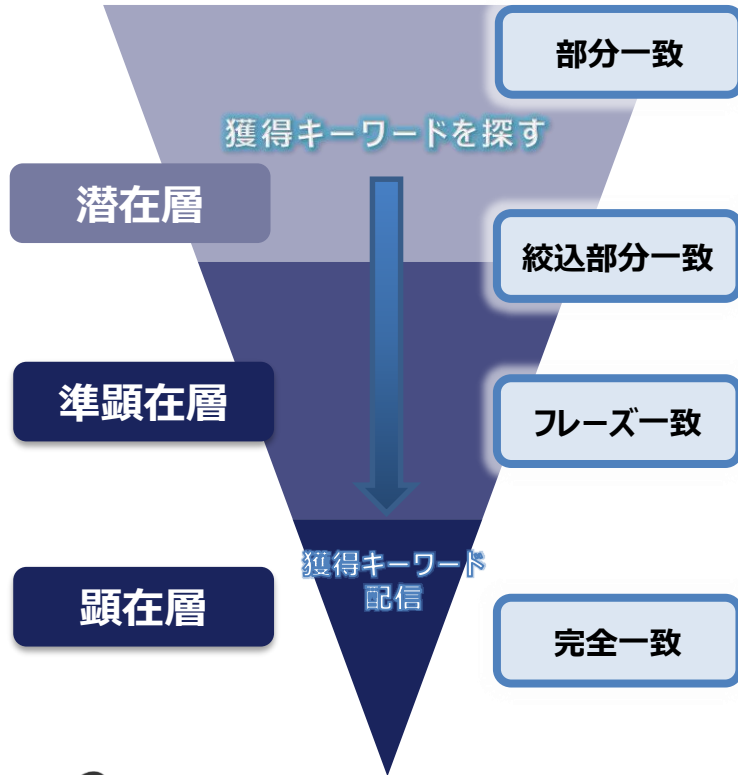
## DYMが大切にしているキーワード選定 4つのポイント



DYMの保有する  
マーケティングデータ

## マッチタイプ（全4種）をうまく活用

マッチタイプはすべてで4種類あります。これらをうまく活用することで、潜在的なユーザーの獲得から顕在層まで無駄なく獲得できます。



マッチタイプ	定義	キーワード	マッチする検索語句の例
部分一致	類義語や関連性のある語句なども広告掲載対象	テニスシューズ	テニスシューズ シューズ テニス テニス シューズ ブランド テニス 靴
絞込部分一致	指定したキーワードと同じ語順でない場合も広告掲載対象	テニスシューズ おすすめ	おすすめ テニスシューズ おすすめ ミズノ テニスシューズ
完全一致	検索語句がキーワードと完全に一致する場合に広告掲載対象	テニスシューズ	テニスシューズ
フレーズ一致	指定したキーワードと同じ語順で検索語句が入力される場合、広告掲載対象	テニスシューズ おすすめ	テニスシューズ おすすめ テニスシューズ ミズノ おすすめ



『部分一致』を活用し獲得キーワードを探し、  
**単価の安い『完全一致』で配信**し効果を改善致します。

## 膨大な業界実績をキーワードに反映

弊社が運用している膨大な業界実績を調査、分析し  
獲得効率の良いキーワードで配信



### 【キーワードの抽出】

- 500社以上の企業を抱えている弊社のデータを活用。
- 弊社に駐在している媒体担当者  
と連携することでさらに効率化。



**各業界の獲得キーワードの傾向・トレンド・実績**が蓄積されているため  
初月からキーワードの最適化が可能です。

## トレンドとなるキーワードを随時追加

弊社が運用している膨大な業界実績を調査、分析し獲得効率の良いキーワードで配信します

### Yahoo!虫眼鏡

YAHOO! JAPAN

検索ボックス: リスティング

約945,000件

検索ツール

検索結果: [リスティングとは](#) [リスティング広告 ログイン](#) [セーフリスティング](#) で検索

### Googleサジェスト

Google

検索ボックス: リスティング

- リスティング キーワード 芸能人
- リスティング とは
- リスティング 英語
- リスティング 運用
- リスティング キーワード
- リスティング td
- リスティング google
- リスティング 文字数

検索するには Enter キーを押します。

### Yahoo!サジェスト

YAHOO! JAPAN

検索ボックス: リスティング

- リスティング
- リスティング 意味
- リスティング 広告
- リスティング i like
- リスティング ログイン
- リスティング 代行
- リスティング yahoo
- リスティング 英語
- リスティング 運用
- リスティング neキーワード
- リスティング あ すぶら

キーワード入力補助 ON-OFF

### Googleトレンド

Google Trends

関連トピック	人気	関連キーワード	注目
1 検索連動型広告・トピック	100	1 リスティング 広告 代理 店 リンクル	急激増加
2 広告代理店・トピック	10	2 悠末明 治療 知 真 会	急激増加
3 アドワーズ・トピック	10	3 リスティング 株式 会社 ニヤース 広告 リス...	急激増加
4 検索エンジン最適化・トピック	5	4 胡蝶 蘭 東京 胡蝶 蘭 通販	急激増加
5 ヤフー株式会社・企業	5	5 クリーン スマイル 認定 業者	急激増加

## 実際にサイトに流入したキーワードを追加

流入キーワードの効果に応じて、除外・追加設定することで無駄クリックや流入機会損失を最小限に抑えます。

### ▼一般ワードで獲得が多い検索クエリ

<input type="checkbox"/>	●	キーワード	マッチタイプ [?]	表示回数 [?]	クリック 数 [?]	クリック 率 [?]	平均クリック 単価 [?]	費用 [?]	コンバージ ョン [?]	コンバージョ ン率 [?]	コンバージョ ン単価 [?]
			-								
<input type="checkbox"/>	●		完全一致								
<input type="checkbox"/>	●		部分一致								
<input type="checkbox"/>	●		部分一致								
<input type="checkbox"/>	●		部分一致								
<input type="checkbox"/>	●		部分一致								
<input type="checkbox"/>	●		部分一致								
<input type="checkbox"/>	●		部分一致								

キーワードの追加・除外を繰り返すことで  
**検索広告の完全一致の  
 インプレッションシェア**  
 を改善し、細部の調整精度を高めます。

### 【診断POINT】

キーワードの部分一致で拾っている、獲得実績のあるクエリを都度追加し、獲得が見込めるキーワードから流入を最大化できているか。

## 実際にサイトに流入したキーワードを除外

流入キーワードの効果に応じて、除外・追加設定することで無駄クリックや流入機会損失を最小限に抑えます。

目的	2ch	部分一致	なし				
目的	後悔	完全一致 (類似パターン)	なし				
目的	失敗	フレーズ一致 (類似パターン)	なし				
目的	失敗	部分一致	なし				

※アカウント検索クエリを一部参照

### 【診断POINT】

サービス外のワードやネガティブワードを拾い無駄コストが発生してしまっていないか。  
例) 「2ch」「失敗」「後悔」など

## HAGAKURE (Google 共同プロジェクト)

Googleが近年推奨しているアカウント構成法。従来の、広告グループを細かく設定しキーワードと広告文をマッチさせるよりも効果検証のしやすさ、データ量の多さと信憑性を重視したアカウント構成。

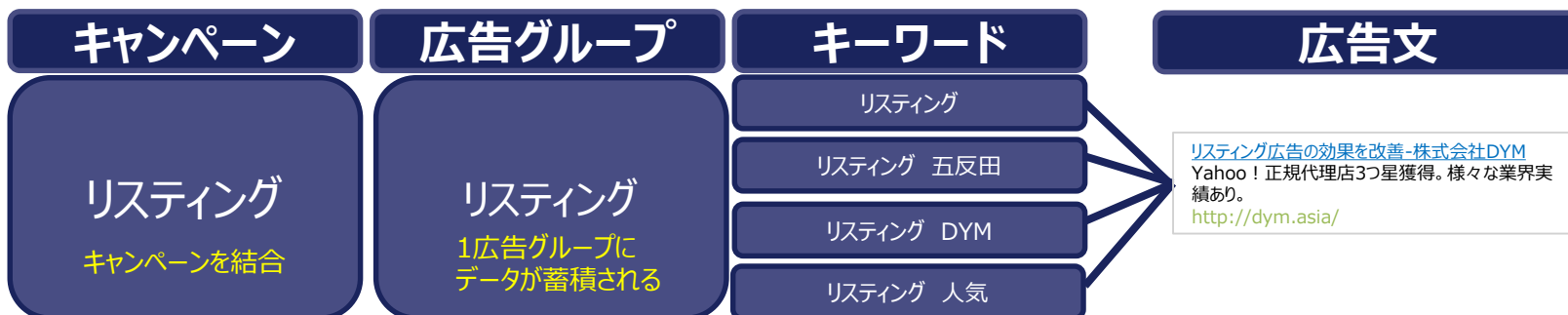


### 【診断POINT】

Googleの推奨するように広告グループが統合されデータ量を確保できる設計になっているか。

## HAGAKURE (Google 共同プロジェクト)

Googleが近年推奨しているアカウント構成法。従来の、広告グループを細かく設定しキーワードと広告文をマッチさせるよりも効果検証のしやすさ、データ量の多さと信憑性を重視したアカウント構成。



1つの広告グループにデータを集める事で親和性を高め、  
**品質を向上させクリック単価**を削減します。

## HAGAKURE (Google 共同プロジェクト)

Googleが近年推し薦めているアカウント構成法。従来の、広告グループを細かく設定しキーワードと広告文をマッチさせるよりも効果検証のしやすさ、データ量の多さと信憑性を重視したアカウント構成。

### ▼従来の設定法(貴社の現設定法)

※アカウント閲覧権限より参照

キャンペーン	広告グループ	キーワード	マッチタイプ
180178011	180178011	180178011	完全一致
	180178011	180178011	部分一致
	180178011	180178011	完全一致
	180178011	180178011	部分一致

従来主流だった設定法ではキーワード、マッチタイプ毎に広告グループが存在し1広告グループの表示回数が確保できない設計でした。

### ▼弊社設定案

キャンペーン	広告グループ	キーワード	マッチタイプ
180178011	180178011	180178011	完全一致
		180178011	部分一致
		180178011	完全一致
		180178011	部分一致

広告グループを統一することで1広告グループの表示回数が確保でき、軸ワード毎のデータが集まる設計となります。

### 【診断POINT】

HAGAKURE構成になっていない場合は変更方法を具体的に指摘。

## HAGAKURE (Google共同プロジェクト)

Googleが近年推し薦めているアカウント構成法(HAGAKURE)は、業界に問わず、数多くのクライアント様でクリック単価の減少、獲得数の増加が実現しました。

広告グループ	キーワード	広告文
犬 保険 価格	犬 保険 価格	大切な愛犬に保険を-月額1,590円から。まずは見積
犬 保険	犬 保険	犬猫のペット保険なら-安心の充実補償・業界最安値
犬 保険 おすすめ	犬 保険 おすすめ	おすすめの犬の保険なら-まずは簡単お見積から

アカウント再構築

広告グループ	キーワード	広告文
犬 保険	犬 保険 価格	大切な愛犬に保険を-月額1,590円から可能
	犬 保険	
	犬 保険 おすすめ	

CPCが**17%**改善 さらに獲得数が**21%**アップ

### <成功事例②> バイク買取

広告グループ	キーワード	広告文
バイク 査定	バイク 査定	最大5社でバイク買取査定-わずか1分で簡単無料査定
バイク 一括査定	バイク 一括査定	6社でバイク一括査定-比較して最高額で売ろう
バイク オンライン査定	バイク オンライン査定	オンラインでバイクを査定-隙間時間に査定が可能

アカウント再構築

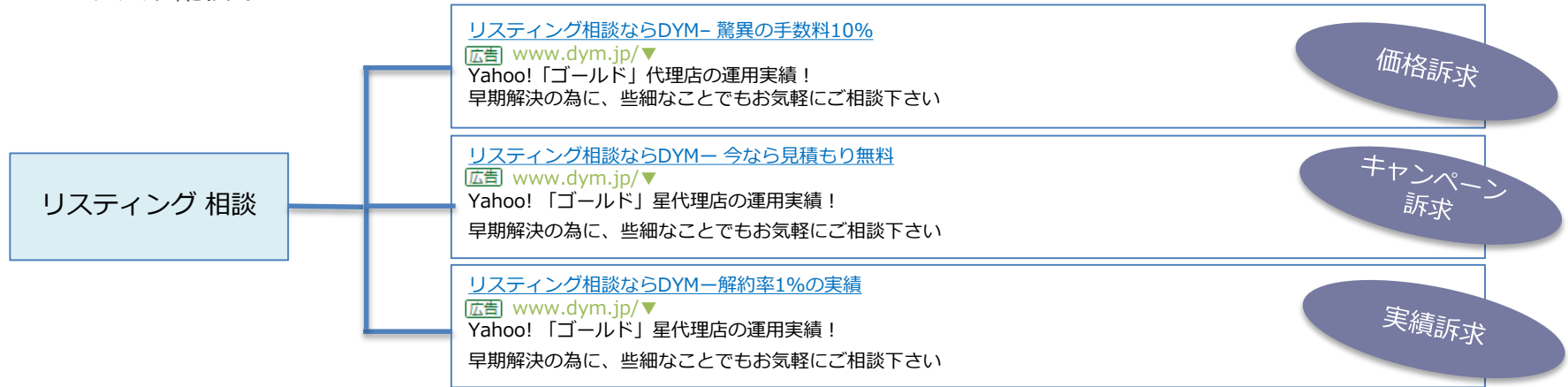
広告グループ	キーワード	広告文
バイク 査定	バイク 査定	最大5社でバイク買取査定-わずか1分で簡単無料査定
	バイク 一括査定	
	バイク オンライン査定	

CPCが**23%**改善 さらに獲得数が**25%**アップ

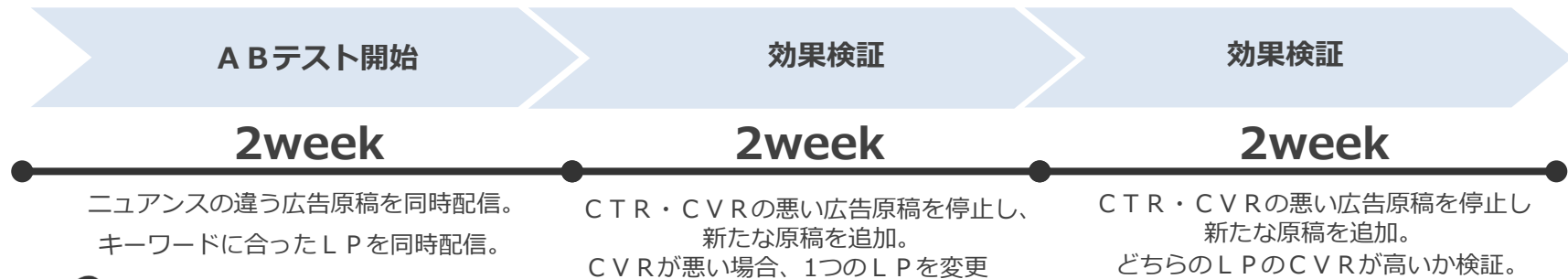
## 広告文作成～ABテスト～

1つの広告グループに対して2個～3個の広告文を設定し常に最適な広告文で配信します。

### ■ABテスト配信イメージ



### ■ABテスト実施想定スケジュール



## 広告表示オプション

広告表示オプションの設定はGoogleによって推奨されており、オプションの設定内容は品質スコアに直接影響する要素です。スコアが良くなることで同じクリック単価でも上位掲載が見込めます。

- 広告表示オプション (全11種類)
- 住所表示オプション
- コールアウト表示オプション
- サイトリンク表示オプション
- 電話番号表示オプション
- 構造化スニペット表示オプション

※一部抜粋 (代表例)



広告表示オプションは品質スコアを高めるだけでなく画面の占有面積が拡大されるため**平均クリック率が15~30%向上**します。

## 広告表示オプション

広告表示オプションの設定はGoogleによって推奨されており、オプションの設定内容は品質スコアに直接影響する要素です。スコアが良くなることで同じクリック単価でも上位掲載が見込めます。

### ▼貴社の広告表示オプション出稿状況

#### ・ サイトリンク

未導入

サイトリンク表示オプションの詳細

+ 広告表示オプション 削除 アカウントの表示オプション キャンペーン of 広告表示オプション 広告グループ of 広告表示オプション

アカウント of サイトリンク表示オプション

アカウント単位でサイトリンク表示オプションは追加されていません。  
[+ 広告表示オプション] をクリックすると、アカウント単位で広告表示オプションを追加できます。

#### ・ コールアウト

導入済

コールアウト表示オプションの詳細

+ 広告表示オプション 削除 アカウントの表示オプション キャンペーン of 広告表示オプション 広告グループ of 広告表示オプション

アカウント単位 of コールアウト表示オプション

#### ・ 構造化スニペット

導入済

構造化スニペット表示オプションの詳細

+ 広告表示オプション 削除 アカウントの表示オプション キャンペーン of 広告表示オプション 広告グループ of 広告表示オプション

アカウント単位 of 構造化スニペット表示オプション

### 【診断POINT】

各オプション漏れなく設定できているか。  
Googleの新オプション表示機能を導入できているか。

# DYMが大切にする入札戦略6つのポイント

## 1 RLSA

ウェブサイトに訪問したことがあるユーザーに対しては通常よりも上位に広告を表示させる事となり、成果の見込みが高いユーザーへの強いアプローチが行えます。

EX)

- トップページに訪れたユーザーに対して入札単価を200円に引き上げる。
- 申し込みページに訪れたユーザーに対しては入札単価を350円に引き上げる

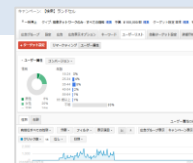


## 2 DFSA

特定の性別・年齢に当てはまる可能性の高いユーザーに絞り込んで広告の出稿が可能です。また、入札単価の調整も出来るため、獲得単価の最適化が可能です。

EX)

- 20代男性のユーザーに対して入札単価を200円に引き上げる。
- 50代女性のユーザーに対しては入札単価を350円に引き上げる



## 3 地域別配信の最適化

商圏が決まっているビジネスをしている場合などは、地域ターゲティング機能を使い、広告を配信したい地域にのみ絞って出稿することが可能です。



EX) リアル店舗のプロモーションをしたい企業様

- 兵庫県の神戸市に店舗を構えているため、その周辺にいるユーザーにアプローチがしたい。
- ターゲティング機能を利用し、「神戸市」にのみ配信設定

## 4 曜日別配信の最適化

コンバージョンの獲得状況により、入札単価に強弱をつけることが可能です。また、強弱をつけるだけでなく、配信を止めることも可能です。



EX) B to B企業様

- to B向けの商材であるため、土日にコンバージョンにつながる可能性が低い。
- 土日の配信量を減らし、平日に配信量を増やし曜日別で最適化を図る

## 5 時間帯配信の最適化

時間帯別に配信することが可能です。時間帯を時間・分単位で設定することができます。管理画面上で時間別の成果を分析することも可能です。



EX) 配信設定例

- 0:00~8:00は広告を配信しない。
- 9:00~16:00は比較的CPAが良いため、入札単価を120%にする。
- 17:00~24:00はコンバージョンはつくもののCPAがあまり良くないため、入札単価を85%に設定する。

## 6 デバイス別の最適化

近年マルチデバイス化が進み、デバイスごとの調整が重要になってきました。PC/タブレット/スマートフォンの3種類のデバイスにおいて入札調整が可能です。



EX) 若者向けECサイト企業様

- サイトもレスポンス対応しており多くのユーザーがスマートフォン経由で購入に至る傾向がある。
- スマートフォンの入札単価を引き上げることで獲得効率を上げる。

## RLSA (Remarketing List for Search Ads)

ウェブサイトに訪問したことがあるユーザーに対しては通常よりも上位に広告を表示させることとなり、  
成果の見込みが高いユーザーへ強くアプローチが行えます。

初めて貴社のサイトに訪れるユーザー

二回目以降サイトに訪れるユーザー



数日後

離脱



リスティング広告の運用を  
プロに任せたいな～

優秀賞受賞 リスティング代理店・SNS・動画広告・DSP・LP制作対応  
[広告] www.rincrew.jp/リスティング広告代理店  
実績豊富！リスティング広告正規代理店。500社以上の実績・3年連続受賞  
ヒートマップ分析無料・2015年度最上位受賞員・元G社社員在籍・運用特化型代理店

リスティング広告運用、もう限界・相談無料/手数料25000円～  
[広告] www.quartet-communications.com/リスティング運用代行専門  
社長自ら広告運用。このままでいいの？まずは電話で10分の無料相談。全国対応。  
リスティング広告専門。有資格者による運用。全国対応可能。効果的な改善提案  
メニュー・価格表 資格保持者へ直接電話相談。外注先をお探しの方。実績・お客様の声

リスティング運用者/求人情報・転職の『前も後も』充実フォロー  
[広告] www.akahaiaagent.jp/Web業界特化充実のフォロー  
時給2000円・年収600万円も可能！広告代理店・マーケティング専門の求人サイト  
お給料シミュレーション。働き方は自由に選べる。派遣・転職登録無料。経験者歓迎  
サービス: リスティング, SEM, Web広告, マーケティング, 転職, 派遣, 契約社員

リスティング広告で収益UP。少ないご予算でもご相談ください  
[広告] www.reachlocal-niitkg.com/リスティング  
電話・WEBの問合せを24時間受け付け。2,000社以上の運用実績  
世界11カ国でサービス展開。幅広いサービスに対応。完全オンラインレポート  
運用実績 料金体系 導入の流れ よくある質問 会社概要

4位表示



あ、運用会社決めるの  
忘れてた！

優秀賞受賞 リスティング代理店・SNS・動画広告・DSP・LP制作対応  
[広告] www.rincrew.jp/リスティング広告代理店  
実績豊富！リスティング広告正規代理店。500社以上の実績・3年連続受賞員  
ヒートマップ分析無料・2015年度最上位受賞員・元G社社員在籍・運用特化型代理店

リスティング広告運用、もう限界・相談無料/手数料25000円～  
[広告] www.quartet-communications.com/リスティング運用代行専門  
社長自ら広告運用。このままでいいの？まずは電話で10分の無料相談。全国対応。  
リスティング広告専門。有資格者による運用。全国対応可能。効果的な改善提案  
メニュー・価格表 資格保持者へ直接電話相談。外注先をお探しの方。実績・お客様の声

リスティング運用者/求人情報・転職の『前も後も』充実フォロー  
[広告] www.akahaiaagent.jp/Web業界特化充実のフォロー  
時給2000円・年収600万円も可能！広告代理店・マーケティング専門の求人サイト  
お給料シミュレーション。働き方は自由に選べる。派遣・転職登録無料。経験者歓迎  
サービス: リスティング, SEM, Web広告, マーケティング, 転職, 派遣, 契約社員

リスティング広告で収益UP。少ないご予算でもご相談ください  
[広告] www.reachlocal-niitkg.com/リスティング  
電話・WEBの問合せを24時間受け付け。2,000社以上の運用実績  
世界11カ国でサービス展開。幅広いサービスに対応。完全オンラインレポート  
運用実績 料金体系 導入の流れ よくある質問 会社概要

1位表示



初訪のユーザーと再来訪ユーザーで**広告文・ランディングページ・クリック単価を**  
**変更**しユーザーごとに最適な配信をすることが可能です。

## DFSA (Demographic for Search Ads)

特定の性別・年齢に当てはまる可能性の高いユーザーに絞り込んで広告の出稿が可能です。  
また、入札単価の調整もできるため、獲得単価の最適化が可能です。

### DFSAイメージ図

20代女性にアプローチ

4位表示

入札単価  
150円

30代男性にアプローチ

1位表示

入札単価  
320円

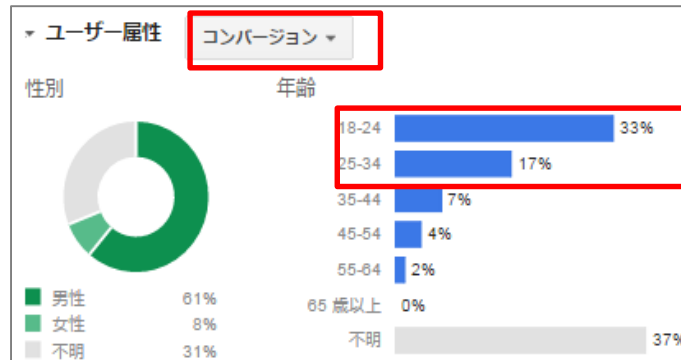
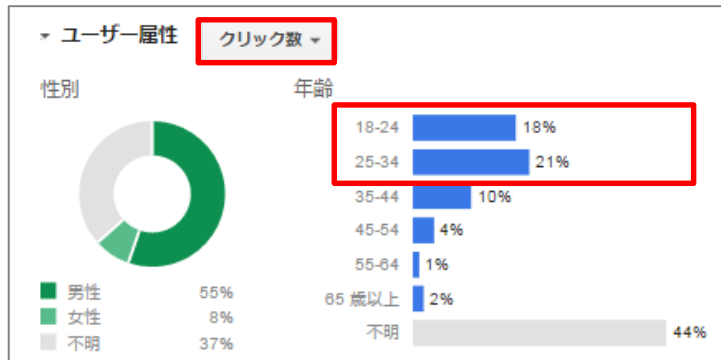


ユーザーの**デモグラフィックデータに合わせて入札単価を調整し最適な配信**が可能です。

## DFSA (Demographic for Search Ads)

特定の性別・年齢に当てはまる可能性の高いユーザーに絞り込んで広告の出稿が可能です。  
また、入札単価の調整もできるため、獲得単価の最適化が可能です。

### ▼データ分析例



**18-24歳にてCV数が多い  
にもかかわらず  
クリック数が少ない傾向。**

	表示回数	クリック数	クリック率	平均CPC	費用	CV	CV率	CV単価
Google								
18-24								
25-34								
35-44								
45-54								
55-64								
65+								
不明								
合計								

## 地域別入札調整

都道府県・細かくは市区町村単位で効果を計測し配信調整を行うことで、獲得の見込めるユーザーの流入を最大化します。

### ▼DYM設定例

市、区、店舗から半径○km単位で地域を設定



データを分析しながら効果にあわせた入札調整



効果のよい地域に対してはディスプレイ認知施策

地域	キャンペーン	入札単価 調整比 <sup>(7)</sup>
合計		
JP. [redacted] から半径 1.0キロメートル以内の範囲		+ 50%
JP. [redacted] から 半径 1.0キロメートル以内の範囲		+ 50%
JP. [redacted] から 半径 3.0キロメートル以内の範囲		+ 40%
町田市, 東京都, 日本		+ 30%
大田区, 東京都, 日本		+ 30%
品川区, 東京都, 日本		+ 30%
豊島区, 東京都, 日本		+ 30%
八王子市, 東京都, 日本		+ 20%
江東区, 東京都, 日本		+ 20%
中野区, 東京都, 日本		+ 20%
練馬区, 東京都, 日本		+ 20%
渋谷区, 東京都, 日本		+ 20%
目黒区, 東京都, 日本		+ 10%
港区, 東京都, 日本		+ 10%

### 【診断POINT】

実店舗の所在地やサービス利用地域を精査し入札を調整できているか。

1

会社概要

2

アカウント分析

3

リスティング広告

4

ディスプレイ広告

5

配信シミュレーション

## ディスプレイ広告

ディスプレイ広告は、検索連動型広告では配信出来ないユーザー層への接触が可能です。  
検索連動型広告と併用する事で、Webプロモーションの成果を最大化する事が出来る広告

### ディスプレイ広告特徴

ディスプレイ広告のおもな特徴、メリット、デメリットをご紹介

Part I

### リマーケティング広告

一度サイトに訪れたユーザーに対して最適な配信

Part II

### オーディエンス広告

新規ユーザー、コンバージョンを最大化させる最適な配信

Part III

### 配信戦略・入稿規定

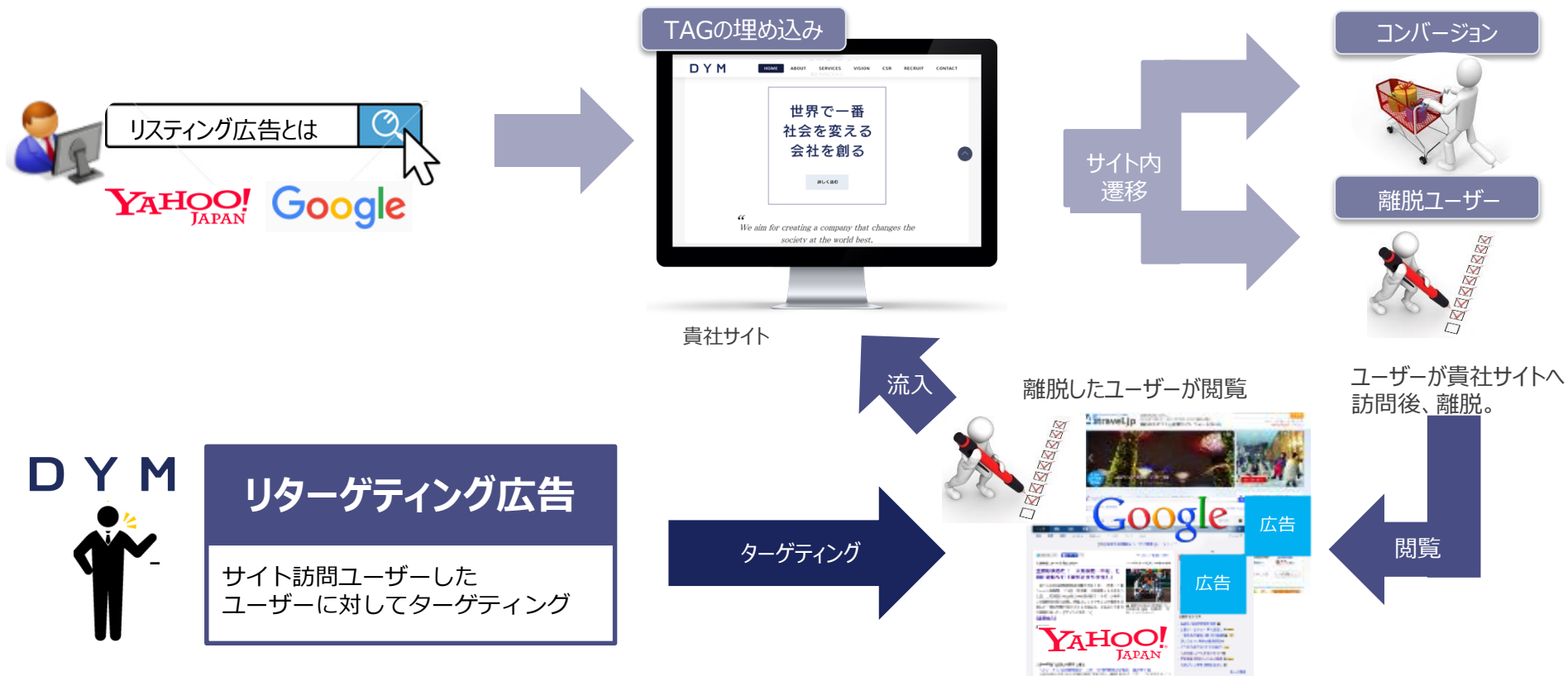
ディスプレイ広告でターゲットごとの配信戦略  
入稿規定

Part IV



## リターゲティングとは

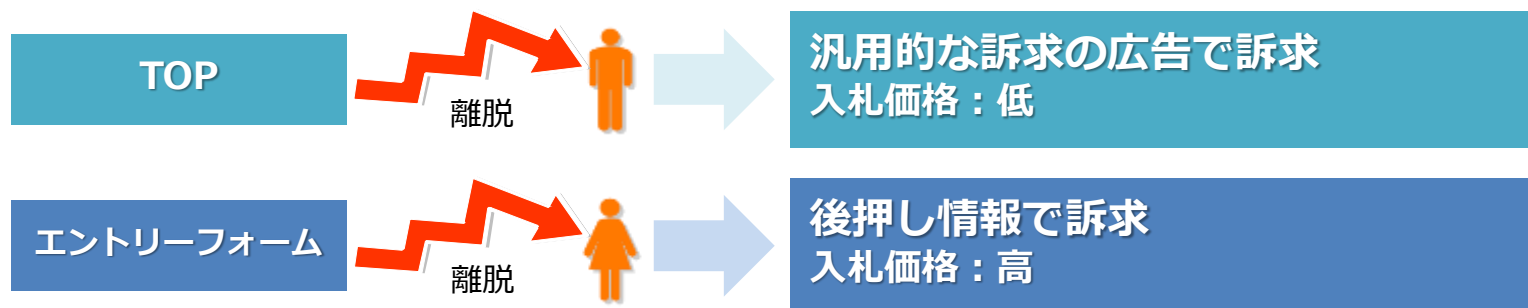
以前広告主様のサイトを訪問したことがあるユーザーやアプリを利用したことがあるユーザーに再度追跡して、広告をする配信する広告



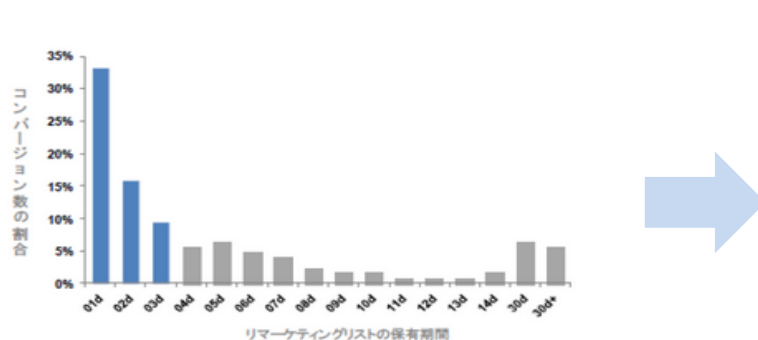
1度貴社内に訪れたユーザーなら、**リスティング、自然検索、SNS経由**  
**Yahoo!Google関係なく、追跡してターゲティング配信**が可能です。

## リマーケティング配信設計 ①

リマーケティングでは、追跡ユーザーによって表示させる広告や単価を分けることも可能です。コミュニケーション強化、再来訪からのアクション促進を効率的に行うことができます。



Cookie保有期間とCV数のボリューム割合



Cookieの保有期間	モチベーション	入札
1~3日	高	150円
4~7日	高	100円
8~15日	低	80円
16~30日	低	50円

### 【診断POINT】

離脱後日数や離脱箇所によって入札を行いアプローチ頻度を調整できているか。

## オーディエンス配信とは

ディスプレイ広告は、幅広いユーザーにリーチ可能。  
ブランディングや新規見込み客の創出に最適なターゲティングができます。

### ユーザーへのターゲティング

Target 5

**インタレストカテゴリターゲティング**  
興味関心が高いユーザー  
例、車好き・ゲーム好き・投資したい



Target 4

**時間別ターゲティング**  
時間・曜日別の設定  
例、平日の8時~22時まで



Target 3

**デモグラターゲティング**  
男女別・年齢別の配信  
例、25歳~34歳までの男性のみ



Target 2

**エリアターゲティング**  
地域別配信  
例、東京都新宿区、愛知県



Target 1

**類似ユーザーターゲティング**  
サイトに訪れたもしくは、  
購入したユーザーにいてるユーザー



### ユーザーの行動に対するターゲティング

検索ユーザー

リスティング広告とは



Target 2

**DSK・サーチターゲティング**  
キーワード検索履歴を利用しサイトに訪れなかった  
ユーザーに対して配信

閲覧ユーザー



Target 1

**プレイスメントメントターゲティング**  
指定したサイト・サイトカテゴリごとに配信  
例、yahoo不動産、cookpad

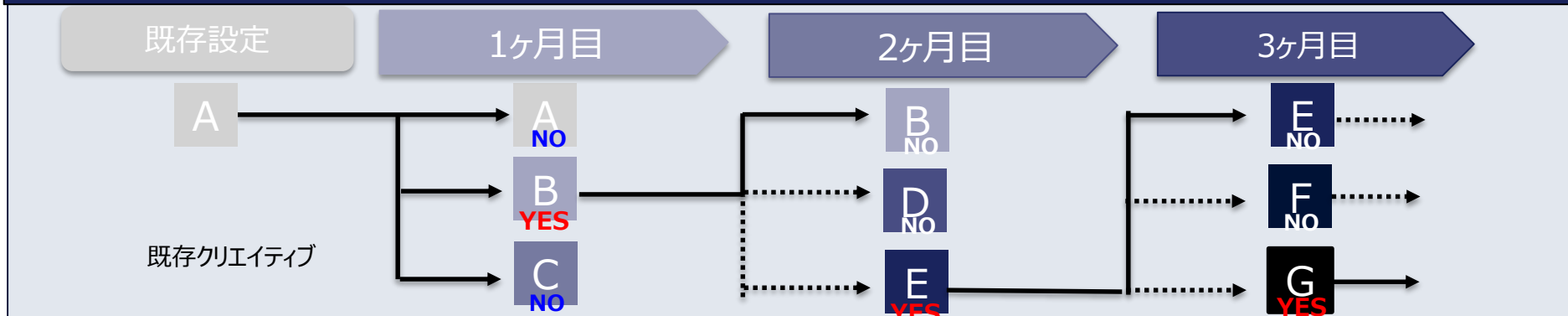
### 【診断POINT】

直近の獲得効果だけでなく中長期的獲得を見込んで認知施策を行っているか。

## ディスプレイ配信戦略

DYMの配信戦略は改善は下記のように、PDCAサイクルを回して配信いたします。

### クリエイティブの配信戦略



### 属性別の配信戦略

	<table border="1"> <thead> <tr> <th>年代</th> <th>CPC</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10代~20代</td> <td>×</td> </tr> <tr> <td>30代~40代</td> <td>¥100</td> </tr> <tr> <td>50代以上</td> <td>¥250</td> </tr> </tbody> </table>	年代	CPC	10代~20代	×	30代~40代	¥100	50代以上	¥250	<table border="1"> <tr> <td>10代~20代</td> <td>×</td> </tr> <tr> <td>30代~40代</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>50代以上</td> <td> </td> </tr> </table>	10代~20代	×	30代~40代		50代以上	
	年代	CPC														
10代~20代	×															
30代~40代	¥100															
50代以上	¥250															
10代~20代	×															
30代~40代																
50代以上																
<table border="1"> <thead> <tr> <th>年代</th> <th>CPC</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10代~20代</td> <td>¥100</td> </tr> <tr> <td>30代~40代</td> <td>¥300</td> </tr> <tr> <td>50代以上</td> <td>¥500</td> </tr> </tbody> </table>	年代	CPC	10代~20代	¥100	30代~40代	¥300	50代以上	¥500	<table border="1"> <tr> <td>10代~20代</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>30代~40代</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>50代以上</td> <td> </td> </tr> </table>	10代~20代		30代~40代		50代以上		
年代	CPC															
10代~20代	¥100															
30代~40代	¥300															
50代以上	¥500															
10代~20代																
30代~40代																
50代以上																

### 【応用診断POINT】

ターゲットごとに訴求が見込めるテストを行い、クリエイティブを最適化できているか。

1

会社概要

2

アカウント分析

3

リスティング広告

4

ディスプレイ広告

5

配信シミュレーション

## 既存配信からの改善シミュレーション【半年間推移概要】

・ 2016年3月～2016年8月実績

合計	2016年3月	2016年4月	2016年5月	2016年6月	2016年7月	2016年8月	半年間平均
コスト							
CV件数							
CPA							
Yahoo!	2016年3月	2016年4月	2016年5月	2016年6月	2016年7月	2016年8月	半年間平均
コスト							
CV件数							
CPA							
Google	2016年3月	2016年4月	2016年5月	2016年6月	2016年7月	2016年8月	半年間平均
コスト							
CV件数							
CPA							

・ 2017年3月～2017年8月  
DYM運用シミュレーション



合計	2016年3月	2016年4月	2016年5月	2016年6月	2016年7月	2016年8月	半年間平均
コスト							
CV件数							
CPA							
Yahoo!	2016年3月	2016年4月	2016年5月	2016年6月	2016年7月	2016年8月	半年間平均
コスト							
CV件数							
CPA							
Google	2016年3月	2016年4月	2016年5月	2016年6月	2016年7月	2016年8月	半年間平均
コスト							
CV件数							
CPA							

## 既存配信からの改善シミュレーション【配信方針】

- 2017年3月～2017年8月  
DYM運用シミュレーション

合計	2016年3月	2016年4月	2016年5月	2016年6月	2016年7月	2016年8月	半年間平均
コスト							
CV件数							
CPA							
Yahoo!	2016年3月	2016年4月	2016年5月	2016年6月	2016年7月	2016年8月	半年間平均
コスト							
CV件数							
CPA							
Google	2016年3月	2016年4月	2016年5月	2016年6月	2016年7月	2016年8月	半年間平均
コスト							
CV件数							
CPA							

### ▼配信方針

- ① 配信開始

② 配信開始後、配信回数が増加するにつれて、配信コストが低下する傾向にある。

③ 配信回数が増加するにつれて、配信コストが低下する傾向にある。
- ④ 配信開始後、配信回数が増加するにつれて、配信コストが低下する傾向にある。

⑤ 配信回数が増加するにつれて、配信コストが低下する傾向にある。

私たちに貴社のネット広告をお任せください。  
貴社の売上・利益向上に必ず貢献致します。



**D Y M**

株式会社DYM 〒141-0031 東京都品川区西五反田2-28-5 第2オークラビル4階・5階  
TEL: 03-5745-0200 FAX: 03-3779-8720 <http://dym.asia> 代表取締役 水谷佑毅