

属性ターゲティングをとことん突き詰めて成果に変える——運用力で勝負する代理店のインタレストマッチ活用術

Web編集部 2013/1/31(木) 23:08 (3) いいね! <11 印刷用

SEM | 事例/インタビュー | SEM | Yahoo!プロモーション広告

この記事を読むのにかかる時間： 約 4.5 分

▶ [インタレストマッチ活用講座](#) のバックナンバーを見る

※2013年1月29日より、興味関心運動型広告「インタレストマッチ」は「Yahoo!ディスプレイアドネットワーク (YDN)」という総称に変わりました。インタレストマッチは広告掲載方式のひとつとして存続します。

[PR]

“

新しいお客さまに、
的確に、広く、安くリーチできること
それがインタレストマッチのいいところです。

こう語るのは、大阪で広告代理店を展開する株式会社プロモのメディア部マネージャーの錦織俊史氏だ。

同社は、1999年からネット広告を扱っている関西圏では老舗の代理店だ。クライアントは中小企業を中心に、幅広い業種や商品の案件を扱っている。その中には、Yahoo!プロモーション広告を使った提案も数多く含まれるが、特に **この半年でインタレストマッチの実績が飛躍的に伸びている**。その理由とインタレストマッチの魅力について、錦織氏は次のように説明する。

「ネット広告は費用対効果が見えるので、当然お客さまもそこを重視します。どこでも同じでしょうが、特に **関西圏はCPA（顧客獲得単価）に対してシビアな傾向があります**。東京だとブランディングの広告も多いかと思いますが、関西ではまず『いくらかけたら、どれだけとれるの?』と聞かれます。

運用を任される側としては、いかに獲得数を伸ばせるか、最適なKPIを設定して費用対効果を最大化できるかが、勝負になります。まずリスティング広告がご提案の基本になります。ただし、 **社名、商品名、サービス名でコンバージョンが取れない中小企業のお客さまだと、CPAが高くなりがち**です。

費用対効果をどう引き上げるか。さらに潜在顧客層にどうアプローチし、獲得件数を増やしていくか。これらの課題を解決できる広告がインタレストマッチです。

2012年6月のバージョンアップと機能拡充で、インタレストマッチの広告と掲載ページ（コンテンツ）のマッチング精度が大幅に向上しました。さらに **ターゲティングも細かくできるので、PDCAを突き詰めていけば高い費用対効果が期待できます**。

つまり、きちんと運用さえできれば、新しいお客さまに、的確に、広く、安く、リーチできて、着実に成果を上げられる広告というわけです。弊社の強みは広告の運用ですし、いち早く取り組んで提案を行ったことが実を結びました。

また、Yahoo! JAPANの担当者からバージョンアップの情報や市場データなど提供してもらったり、営業担当を交えた社内勉強会にも協力してもらえたりしたことも、拡販体制を整えるための助けになりました」（錦織氏）



株式会社プロモ
メディア部 マネージャー
錦織俊史氏

◦ 公式ラーニングポータル

Yahoo! JAPAN：公式ブログ

◦ Yahoo!プロモーション広告 公式ブログ

最新記事

Yahoo!リスティング広告のセミナー開催について
むさし府中商工会議所の秋山様にインタビューしました

サービスマネージャーに聞く、Yahoo! JAPANが目指す「インターネット広告とユーザーのマッチング」とは

【セミナー開催報告】10/31（水） 函館商工会議所「検索運動型広告活用セミナー」

【セミナー開催報告】10/23（火） 西東京商工会「検索運動型広告活用セミナー」

【成功事例】株式会社水野染工場

続き

Yahoo! JAPAN：イベント・セミナー情報

◦ Yahoo!プロモーション広告導入説明会
→詳細・お申し込みはこちら

SEM関連で今注目されている記事

👑 セプター二、コンバージョン率最大化サービス「LPOプラクティカ」を販売開始

👑 アイレップが最新技術や動向・予測を解説するSEO最新戦略セミナーを10月27日に開催

👑 アイレップがLPOサービスを効果の改善に応じた課金額の成果報酬型で提供開始

4 【業界初の無料レポート作成ツール】 リスティングレポートメーカーのバージョンアップ版をリリースしました

5 タイトル・説明文作成時のチェックポイント

SEM関連の人気記事トップ10（過去7日間）

👑 属性ターゲティングをとことん突き詰めて成果に変える——運用力で勝負する代理店のインタレストマッチ活用術

👑 【再リリース！】リスティング広告運用に便利なツール集「QMC」に、新機能を追加し無料配布いたします

👑 潜在ニーズを呼び起こす「属性×キーワード×ランディングページ」の合わせ技——高年取者限定転職サイトのターゲティング術

4 大好評お申込み受付中！多言語による検索エンジンマーケティングと、外国人顧客対応コミュニケーションツール導入で、グローバル市場展開へのチャンスロス回避！1/30 東京

5 アイレップとGoogle、「次世代の最新アドテクロジー戦略セミナー」を東京と大阪で2月開催

6 【コラム】リマーケティングは「普通の人」にどう見える？

7 初級ウェブ解析士認定講座／1月16日(水)@東京駅 一体系的にウェブ解析を学ぶ

8 多言語による検索エンジンマーケティングと、外国人顧客対応コミュニケーションツール導入で、グローバル市場展開へのチャンスロス回避！1/30 東京

9 “潜在層への訴求とターゲティング”検討期間が長くても高価な商品の広告に効果的なインタレストマッチ——代理店フルスピードが明かすノウハウ

10 アイレップが「ユニバーサル検索とパーソナライズ検索の拡大」など今年のSEMトピック

結婚紹介所の集客を細かな属性ターゲティングで最適化



株式会社プロモ
メディア部 SEMチーム
重成美恵氏

プロモでYahoo!プロモーション広告の運用を担当しているのが、メディア部SEMチームの重成美恵氏だ。担当する結婚相談所の案件では、インタレストマッチのターゲティング機能を活用している。

結婚相談所では、会員登録がコンバージョンとなり、そこに至るまで「広告」→「Webでの仮登録」→「本登録」という段階を踏む。

「インタレストマッチの運用では、ターゲティング機能を有効活用しています。性別や年齢に加え、急速に利用者が広がっているスマートフォンも、PCとユーザーの意識が異なるため、キャンペーンを分けて運用しています。

それぞれのキャンペーンを分けて運用することで、適切な入札が可能になり、さらにそれぞれのターゲッ

トに向けて異なる広告を配信できます。同じ20代後半で結婚を考えていても、女性と男性では結婚に対する考え方は異なります。同様に、女性でも20代と30代では違いがあります。

そこで、インタレストマッチのターゲティング機能を使って、性別や年齢の違いに合わせて広告文も分けて設定します。そして、ターゲットと広告文の組み合わせごとにストーリーを組み立ててアプローチすることで、効果の改善や獲得の増加が可能になります。

たとえば、『出会い』というキーワードは、若い方にとっては、恋愛という意識で興味を引くものの、なかなか結婚には結び付きません。クリック率やWebでの仮登録は高いが、その後の本登録率は下がることとなります。一方、年配の方にとっては、結婚を意識したものになります。同様に、『見合い』『婚活』といったキーワードも、年齢や性別の組み合わせで結婚に対する温度感に差があります。

当然、CPAも異なってきますので、ターゲットごとに目標CPAを設定したうえで最適化するという運用をしています」（重成氏）

広告テキストでユーザーの曖昧なニーズを顕在化

重成氏と同じくメディア部SEMチームでリスティング広告の運用を担当するのが、大倉圭輔氏だ。広告文の考案からターゲティング設定、成果の分析までを手掛けている。

「インタレストマッチの場合、スポンサードサーチとは違って、ユーザーは明確なニーズを持って広告に接触しているわけではありません。

スポンサードサーチでは、他社との違いを明確に表現して、強みや実績をアピールすることが重要です。一方のインタレストマッチでは、潜在的なニーズに響く広告文の作成が求められます。

また、それに答えるランディングページも重要になります。検索のようにニーズがあるわけではないので、ランディングページが広告文とマッチしている必要があります。

ユーザーの潜在ニーズを引き出すような広告コピーを作り、そのニーズをランディングページで顕在化させ、新規顧客を獲得するといったプランニングが必要になります」（大倉氏）



株式会社プロモ
メディア部 SEMチーム 兼 情報・セキュリティ管理者
大倉圭輔氏

「回転寿司でラーメン？」の意外性をインタレストマッチで認知



株式会社プロモ
営業企画部
岩河勇太氏

プロモが手掛けた案件の1つに、回転寿司チェーンの「くら寿司」（株式会社くらコーポレーション）が2012年11月に発売したラーメンがある。新製品であるにもかかわらず、告知はリスティング広告のみだったこのキャンペーンについて、営業企画部の岩河勇太氏は次のように振り返る。

「くら寿司様は、いつもはテレビCMや新聞チラシといったマス媒体に広告を打つような企業です。ところが、ラーメンのキャンペーンでは予算が限られていたうえ時間もなかったため、ターゲットへのリーチ単価を抑えつつ、なるべく広い層にアピールできるネット広告を使うことになりました。

実は、くら寿司様にとって初めてのネット広告でもあったのですが、弊社が得意とする案件ということで、お手伝いさせていただきました。商品自体も『回転寿司のラーメン』という意外性のあるものですし、プロモーションでも新しい試みをされたということですね。

広告の目的は店舗への集客ですが、**ラーメンというセグメントでターゲティングできる媒体で、多くの方に商品を知ってもらおうとインタレストマッチを使用しました。**ネット広告から店舗への誘導なので効果を測定しづらいですが、ねらいどおりのページ誘導数とコストで、認知という目的は達成できたと考えています。

スポンサーサーチも併用しましたが、**CPC（クリック単価）は圧倒的にインタレストマッチのほうが低く抑えられました。**実際のラーメンの売れ行きも、完売店が多数出るなど好評でした」（岩河氏）

自社だけでなくクライアントと媒体も潤うことで成長

今後の展望について、錦織氏は次のように語ってくれた。

「弊社のモットーは『みんなが潤う』ですので、弊社もクライアントも媒体も、すべての皆さんがうまくいくように努めるとことです。既存のお客さまとの信頼関係を第一に、新たな開拓もしていきます。

大手の代理店と比べると人数は少ないかもしれませんが、社員それぞれがプロフェッショナルとしてのスキルを磨いて、お客さまと向き合っています。社員の中には、Yahoo!プロモーション広告プロフェッショナル認定試験で満点を獲得した者もいるなど、意識の高い精鋭がそろっています。

弊社としては、きちんと成果をお返すことでお客さまのビジネスが成長して、それでもた弊社も成長できるという循環を築いていきたいです」（錦織氏）



株式会社プロモ

- ▶ 本社所在地 ● 〒530-0047 大阪市北区西天満2丁目6-8 堂島ビル4F
- ▶ 事業内容 ● 企業のプロモーション活動の総合的な企画立案・制作の実施、インターネット広告をはじめ各種メディアの取扱いなど。
- ▶ URL ● <http://www.promo-ad.co.jp/>



🐦 (3) 👍 いいね! 11人が「いいね!」と言っています。Facebookに登録して、友達の「いいね!」を見てみましょう。

用語 [スポンサーサーチ](#) / [リスティング広告](#) / [CPC](#) / [SEM](#) / [CP](#) / [CPA](#) / [広告代理店](#) / [クリック率](#) / [コンバージョン](#) / [顧客獲得単価](#) / [KPI](#) / [スマートフォン](#) / [キャンペーン](#)

この記事は難しかったですか？ 簡単でしたか？

83 簡単 難しい
あなたの評価: なし 平均: 1 (投票数: 1)

[コメントを追加](#)

前の記事/次の記事

◀ [潜在ニーズを呼び起こす“属性×キーワード×ランディングページ”の合わせ技——高年取者限定転職サイトのターゲティング術](#)

バックナンバー

- ▶ [インタレストマッチの広告管理ツールに「配信予測シミュレーター」が登場](#) (11/03/29)
 - ▶ [集客はもちろん、クリエイティブ評価にも応用/Z会のインタレストマッチ活用術](#) (11/05/25)
 - ▶ [地域密着型ビジネスに効くインタレストマッチ活用術～市区郡単位での地域ターゲティングでCVRアップ&CPAダウン!](#) (12/03/28)
 - ▶ [“潜在層への訴求とターゲティング” “検討期間が長くて高価な商品の広告”に効果的なインタレストマッチ——代理店フルスピードが明かすノウハウ](#) (12/11/30)
 - ▶ [潜在ニーズを呼び起こす“属性×キーワード×ランディングページ”の合わせ技——高年取者限定転職サイトのターゲティング術](#) (12/12/28)
- いま表示している記事** ▶ [属性ターゲティングをとことん突き詰めて成果に変える——運用力で勝負する代理店のインタレストマッチ活用術](#)
- [→このコーナーの記事をすべて見る](#)

フォローする

編集長の個人Twitterアカウントでは記事化されないネタも含めたニュースを、Web担の公式Twitterアカウントではサイトの更新情報をお知らせしています。

facebook

Facebook上にもWeb担のファンページがありますので、「いいね!」してください。

メールマガジン Web担のマーケティング **登録受付中!** → [Web担のメルマガを試してみる](#) (毎週月曜日配信)

ホワイトペーパーダウンロード

- [【EC】オーダーメイド販売が可能なECサイトを構築し、ユーザーを逃がさない!](#)
- [【CMS】ここはおさえておきたい! CMS選定のポイント](#)
- [【アクセス解析】大和ハウスが実践した、ヒートマップでサイト改善のPDCAを高速に回すアクセス解析テクニック](#)
- [【導入事例】GREEでプレイできるソーシャルゲーム「宇宙戦艦ヤマト」が選択したクラウドホスティングとは?](#)

Articles

この記事に関連のある **記事**

Products

この記事に関連のある **製品**

- この記事に関連する記事/製品のお勧めは準備中です

Powered by Preferred Infrastructure.

必見! はてブホットトリ記事

- ▶ [Webサイトを作ったらまずやるべきことチェックリスト](#) **2,928 users**
- ▶ [Dropbox徹底解剖 - 一度使ったら手放せなくなる! オンラインストレージサービ...](#) **2,233 users**
- ▶ [〇〇円ならどこまでできる!? ウェブサイト制作の相場早見表](#) **2,118 users**
- ▶ [Webサイトのメンテナンス中画面を出す正しい作法と.htaccessの書き方](#) **1,928 users**