

～折込チラシからスマホデジタルチラシへ～
スマホ×地域ターゲティングWEB広告のご提案

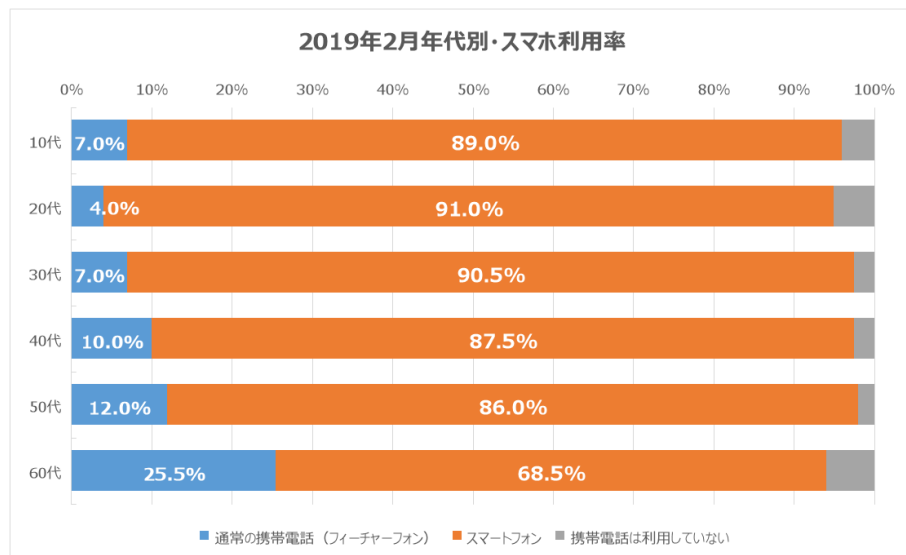


そのコミュニケーションに最適解を。

NIPPON AGENCY

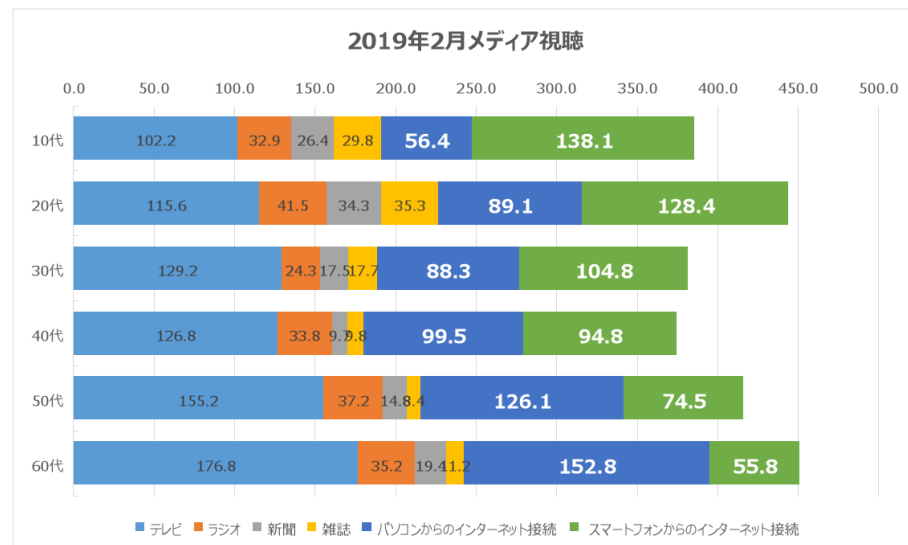
<スマホ利用率・年代別トピックス>

- ・10代～30代では約9割に
- ・40～50代も8割越え
- ・60代でも7割に迫る



<1日あたりのメディア別視聴時間・トピックス>

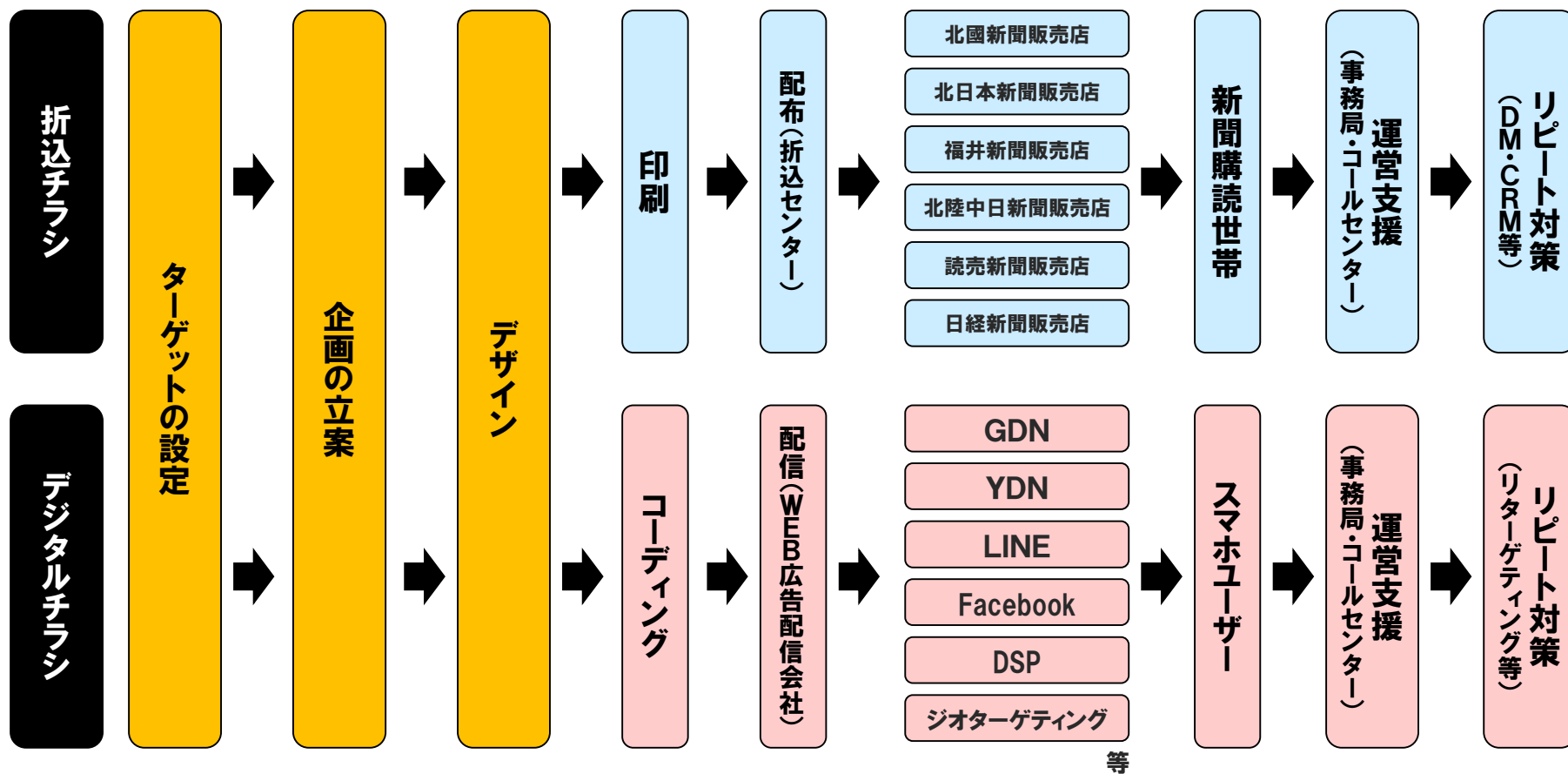
- ・10代～20代のスマホ視聴時間(1日平均)が約130分でテレビより長い
- ・30代～40代も約100分とテレビに匹敵
- ・50代～60代でも50分以上



**スマートフォンは幅広い年代に普及しており、
毎日長時間視聴されるメディアとなりました。
広告リーチを獲得するインフラとして
TVや新聞などに匹敵する力があるのは明らかです。**

折込チラシからスマホデジタルチラシへ

《 折込チラシとスマホデジタルチラシの基本的流れは同じ 》



折込チラシからスマホデジタルチラシへ

スマホ

×

地域
ターゲティング

今まで見えなかったチラシの効果が数字で見える

スマホデジタルチラシはチラシ・DMなどの3つの悩みを解決！！

本当にリーチできている？

ポスティング、新聞折込、DM



全ての広告配信情報を「見える化」



いつ、どのサイトやアプリに配信したか？
スマホデジタルチラシなら全てを把握可能

リーチ後、どうしている？

即ゴミ箱行き or 熟読・検討



表示・リーチ・クリック／その後の行動も把握



特定の行動をとった人にリターゲティング可能



例：クリックした人を追跡して
広告再配信



どんな人が興味をもった？

顕在・潜在顧客の顔が見えない



性別・年齢・世帯収入・興味関心を把握

広告クリックしたユーザーの性別・年齢・世帯収入・興味関心などが把握できます。
(※使用メディアによって把握できる情報が変わります)

折込チラシからスマホデジタルチラシへ

《スマホデジタルチラシ運用のポイント》



WEB広告とターゲティングの種類

ディスプレイ広告

GDN

YDN

DSP

SNS広告

Facebook

Instagram

LINE

Twitter

動画広告

Youtube

GPS広告

ジオターゲティング

■ターゲティング方法

- ・地域
 - └市区町村
 - └半径〇〇km圏内
- ・年齢
- ・性別
- ・子供の有無
- ・年収
- ・メールアドレス
- ・電話番号
- ・興味関心
 - (例:子育て、貯金、旅行、マイホームなど)
- ・web行動履歴
 - └ホームページの〇〇ページを見た人
 - └ホームページの〇〇をクリックした人
 - └ホームページから〇〇を申込した人
 - └ホームページで〇〇を購入した人
 - └過去30日以内に〇〇を検索したことがある人
 - └SNSで〇〇にいいね!した人
 - └SNSで〇〇をフォローしている人
- ・GPS位置情報

■広告の目的

- ・ブランドの認知度アップ
- ・購入／申込数アップ
- ・店舗への誘導
- ・webサイトへのアクセス数アップ
- ・動画の再生数アップ

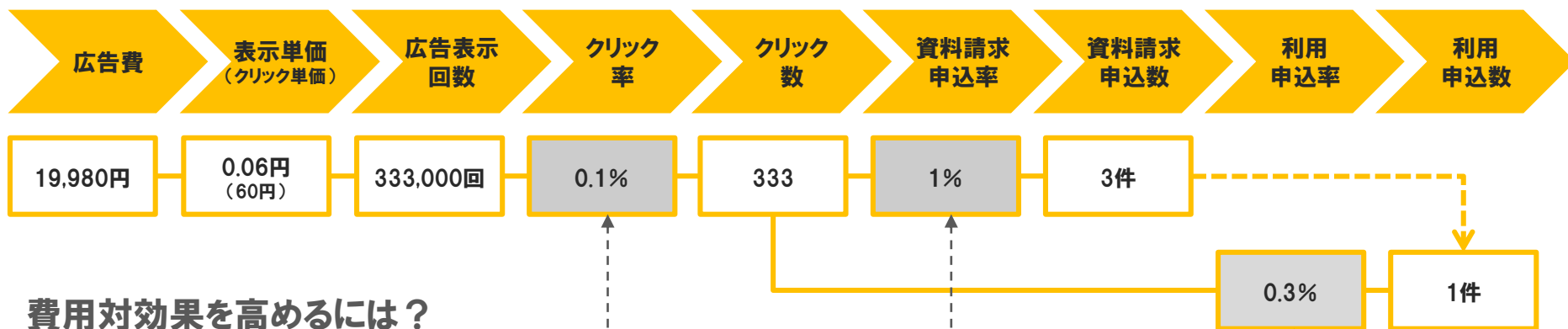
■課金方法

- ・クリックに対して課金
- ・表示回数に対して解禁
- ・動画再生回数に対して課金

WEBマーケティングの考え方

利用申込数を1件増やすために広告費はいくら必要か？

逆算して広告予算を設定



費用対効果を高めるには？

クリック率が高くなると単価が安くなる
= 同じ予算で多く広告が表示される

ユーザーごとに興味を引く
広告バナーが重要

反響率が高くなると
同じクリック数でも獲得件数が増える

ユーザーの興味を引き、申込しやすい
ランディングページ(LP)が重要

御社の課題・要望に合わせて
最適なプランと
予算シュミレーションを
ご提案します。
まずはお気軽にご相談ください。