

コロナでアクセス増加中

EC業界に特化したディスプレイ広告 の手法をご紹介します

2020年7月版



ディスプレイ広告



広告概要

ディスプレイ広告は、様々なWebサイトへ掲載することで潜在層への接触が可能で、リスティングと併用し、**Webプロモーションの成果を最大化する広告**です。

3つの特長

- ①：Yahoo・Googleが提携する**様々なWebサイトにバナー広告を掲載**
- ②：検索していなくても、興味・関心のある消費者に対してバナー広告を見せ、**幅広く告知が可能**
- ③：流入獲得の単価を低く抑えやすいため、**効率よくWebサイト流入を獲得**できる



ECのディスプレイ広告で重要なこと

ECのディスプレイ広告で重要なことは、誰にどんなタイミングで広告を配信するか？です。

例えば、以下のようなユーザーであれば、ユーザーは広告経由で商品を購入してくれる可能性が高いと考えられます。

- ・カートに商品を入れたまま忘れていた
- ・すでに系列のECサイトで商品を買ったことがある
- ・1ヶ月おきに購入する商品（水など生活用品）で、購入から1ヶ月が経過した
- ・10回以上自社のウェブサイトに訪問しているが、一度も商品を購入したことがない
(来訪の目的が異なる場合も含まれます)

ディスプレイ広告では、上記のような既存のお客様にうまくアプローチすることで、効率的な購入獲得が見込めます。

購入確度の高いユーザーにアプローチする方法

Google広告には、興味関心や属性データに基づいたターゲティングが用意されていますが、これらはいくまでも広告配信の初期フェーズで活用するものです。

数カ月間配信をしたうえでは、自社のデータを活用することで、大きく獲得効率が高まります。

■自社のデータ

・メリット

- ✓ データがなくても広告をスタートできる
- ✓ 設定が容易
- ✓ 大規模に配信可能

・デメリット

- ✓ 購入の獲得効率が低い

■自社のデータ

・メリット

- ✓ 効率よく購入獲得ができる

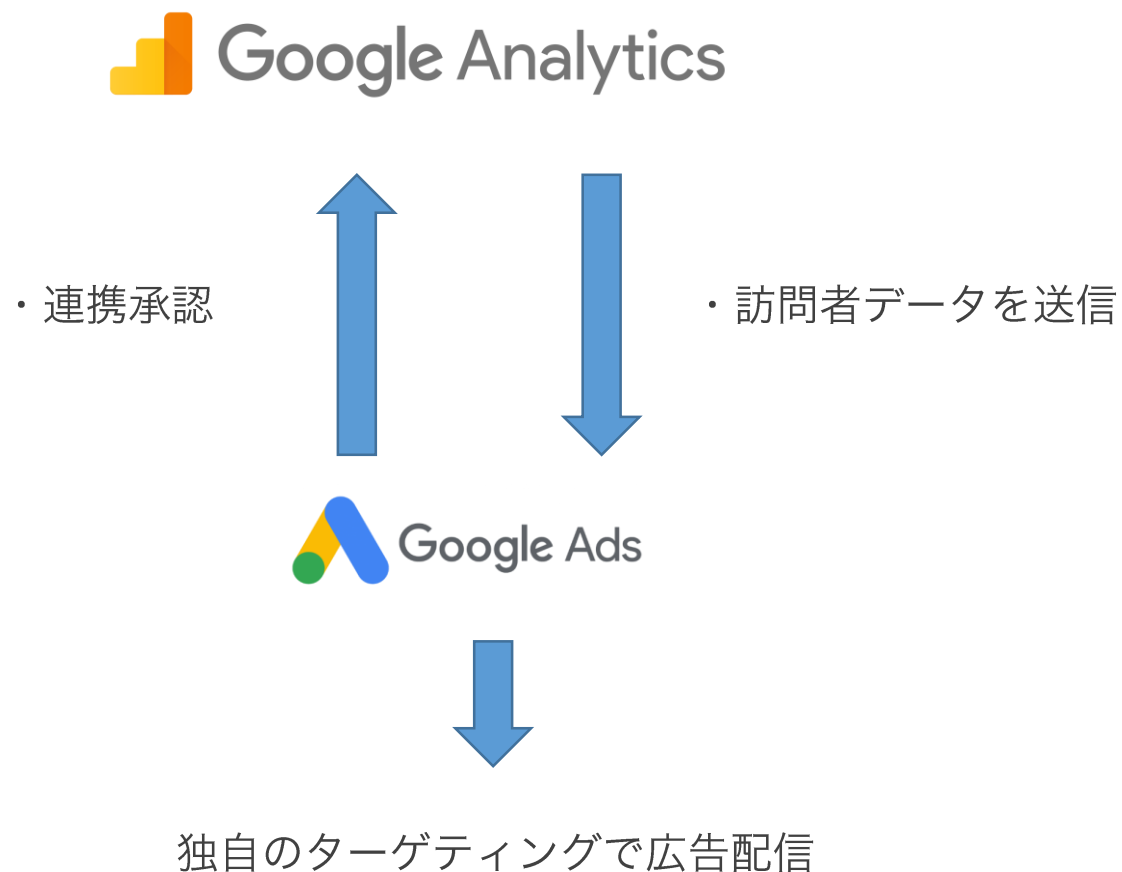
・デメリット

- ✓ まずは自社のデータを貯める必要がある
- ✓ 自社のデータ蓄積に費用がかかる
- ✓ データの抽出、設定が難しい

Googleアナリティクスとの連携

自社のデータを貯めるうえでは、Googleアナリティクスと連携した配信が最も初めやすいです。

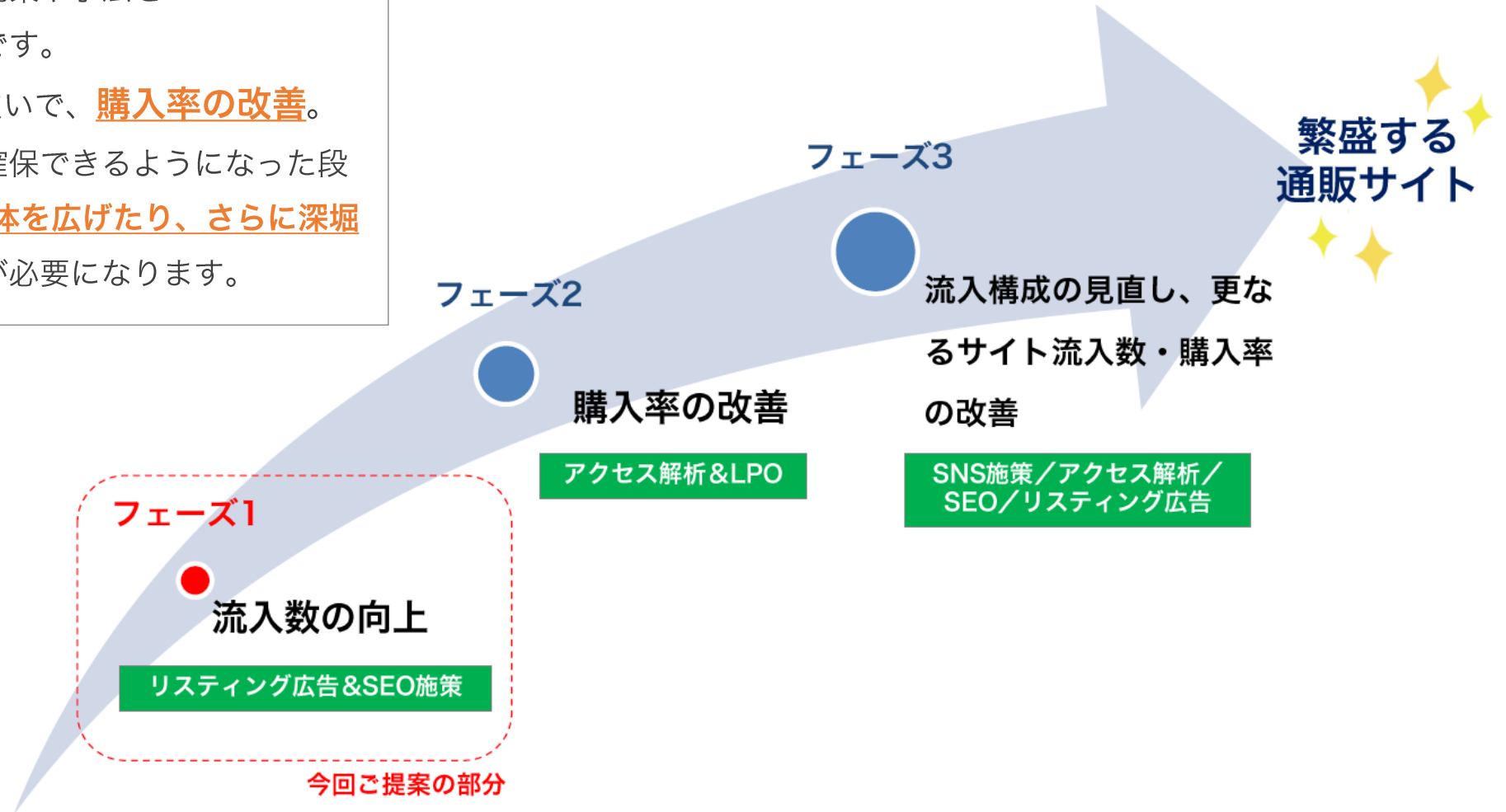
Googleアナリティクスの訪問者データをGoogle広告アカウントに紐付けることで様々な活用が可能になります。






Web広告を活用した通販の売上増加イメージ

大きく3つのフェーズに施策や手法を分けて考えることが重要です。

まずは**流入数の確保**、次いで、**購入率の改善**。
一定の流入数や購入率を確保できるようになった段階で、さらに**Web広告媒体を広げたり、さらに深掘りしたアクセス解析**が必要になります。



EC業界におけるWeb広告の優先順位

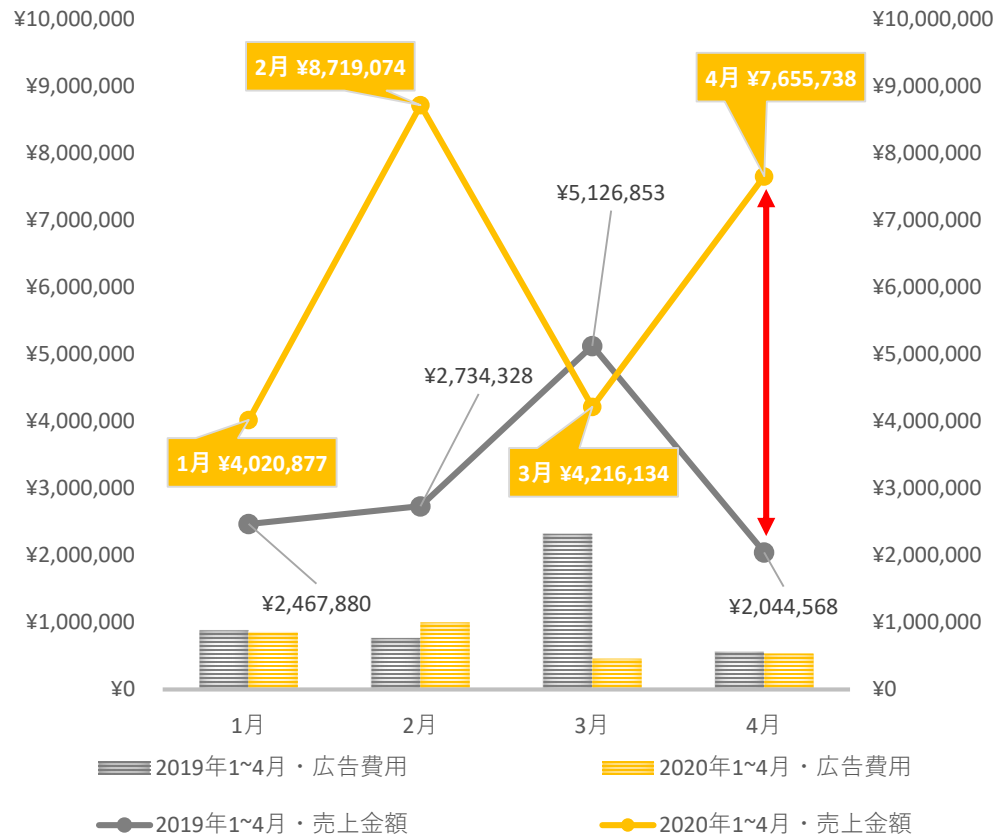
-   Google 広告 Google/Yahooリスティング広告
 -   Google 広告 Googleショッピング広告
 -   Google 広告 Google/Yahooディスプレイ広告
 -  Instagram Instagram広告
-    その他、SNS広告や
インフィード広告、ネイティブ広告など

まずは、自発的な検索段階のユーザーを取り込める「リスティング広告」の実施がおすすめです。
次いで、同じく検索段階で画像を使ってアプローチできる「ショッピング広告」を購入獲得の面でおすすめしています。

EC業界の実績ご紹介

某時計メーカー様の通販サイト

2020年 某ECサイト 広告費用と売上金額



<使用した広告媒体>



2020年4月
某ECサイトの売上金額

76,55,738円

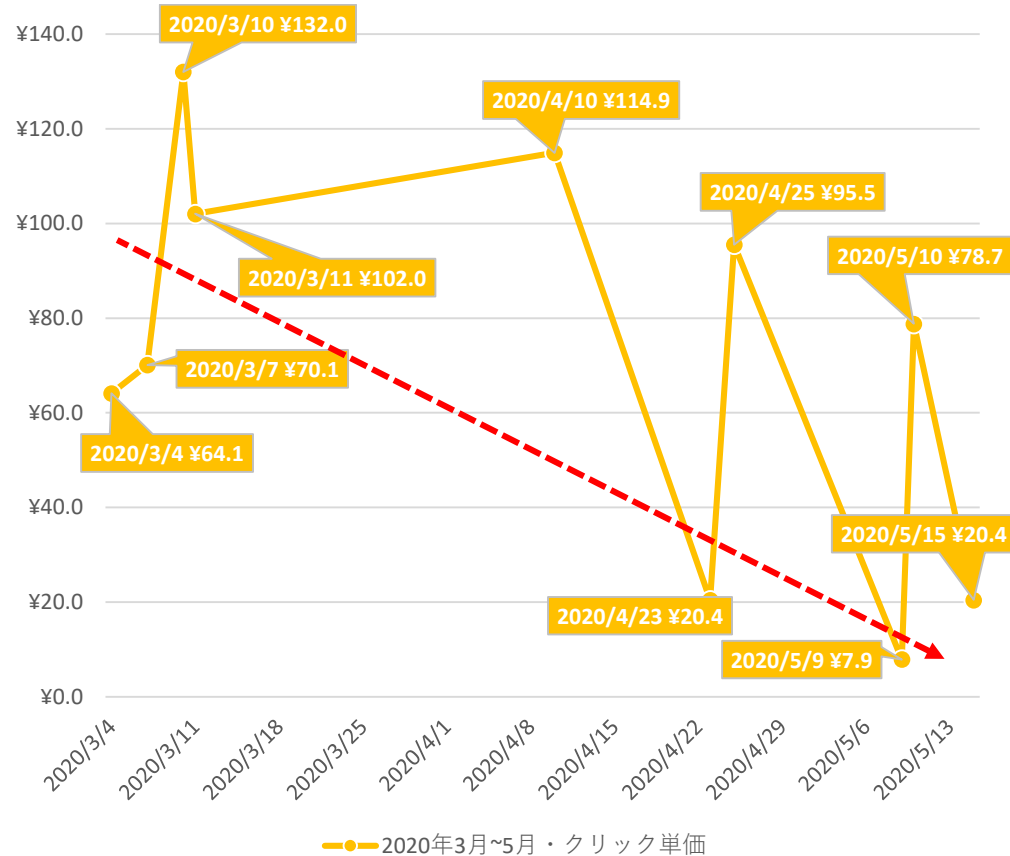
↑ 前年比 **374% UP**
(前年同月：2,044,568円)

つまり・・・
広告費はあまり変わらないのに、
20年4月は昨年19年4月と比べて
約550万円ほど売上が増加した結果です

年々改善を続けており、2016年より運用をご依頼頂いて現在まで
継続して運用しております。
特に、**2020年4月はコロナの影響を受けて、約3倍の売上
増加**となりました。

某健康食品のECサイト

2020年 某ECサイト 広告費用と売上金額



<使用した広告媒体>



2020年5月 (5/15)
某健康食品ECのクリック単価

20.4円

↑ コロナ前と比べ**68%改善**
(3/4 : 64.1円)

つまり・・・
5月15日は約10万円の広告費をかけ、
約4,900のサイト流入を得た結果です。

クリック単価 (1クリック当たりのコスト)
は、**3月4日時点との比較で約78%改善**されています。

Twitter広告は、バナーの反応率 (クリック率) の影響を受けやすいため、日別のクリック単価にはばらつきがありますが、特に5月以降は上昇したとしても、クリック単価を80円以下に抑えられています。

日辰広告のWeb広告運用の特長

広告用バナーをプロのデザイナーが無料で作成

広告用バナー（広告を目立たせる画像）は、バナー広告の効果を高めるためにとても重要です。

日辰広告ではバナー制作まで含まれたプラン料金です。

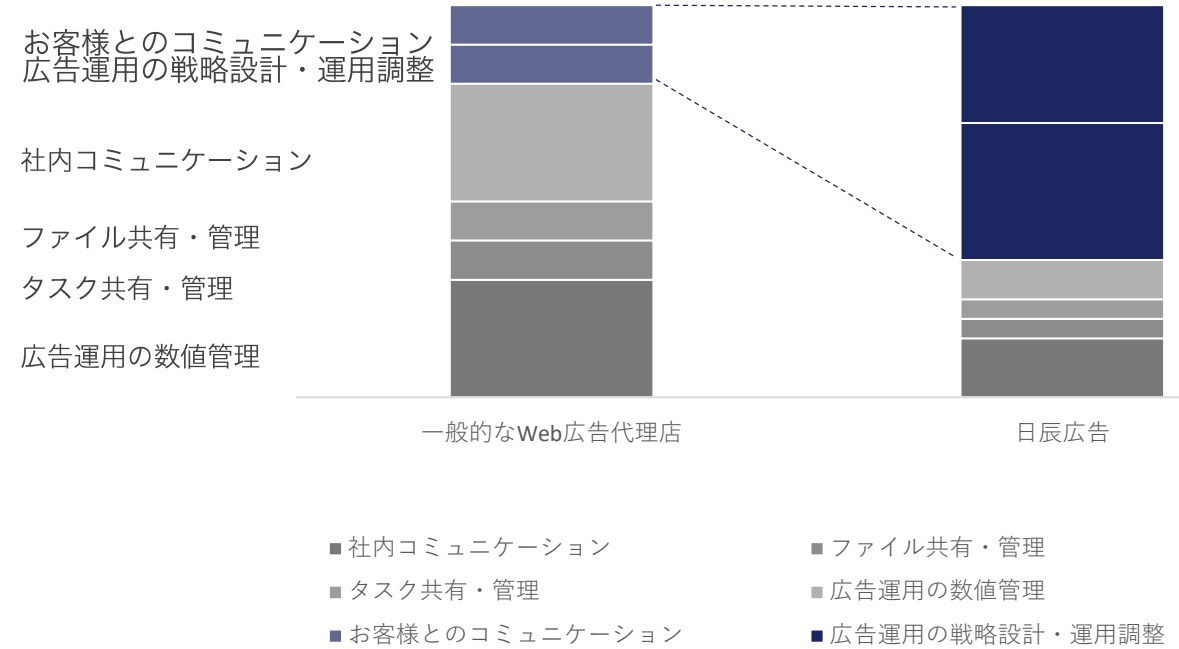
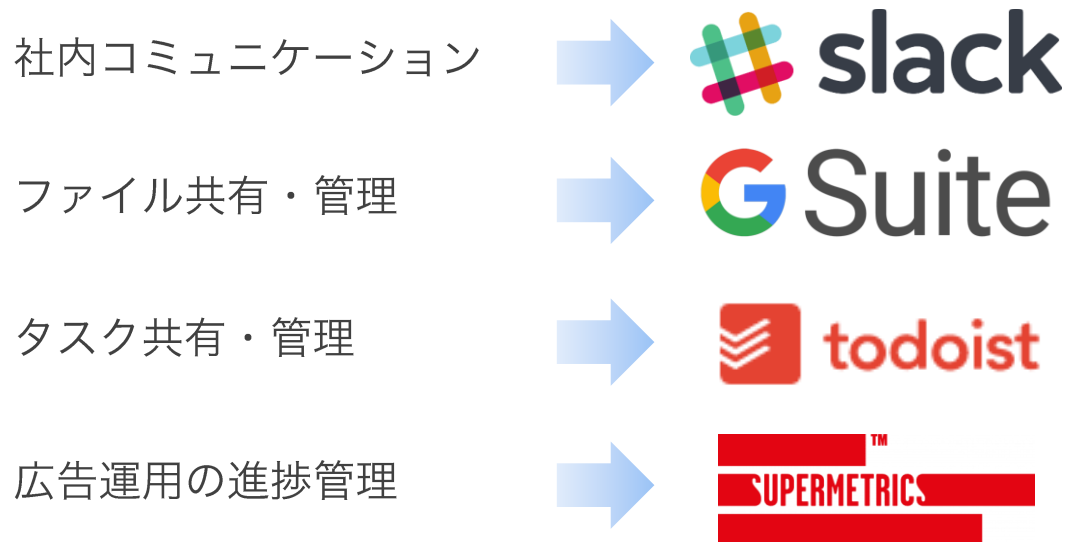


10の業務効率化ツールを導入し、お客様との「対話」を重視

随所での積極的なオートメーション化の導入により、入稿設定や、数値レポートニングなどの機械的な業務においては、極限まで効率化を重視しています。

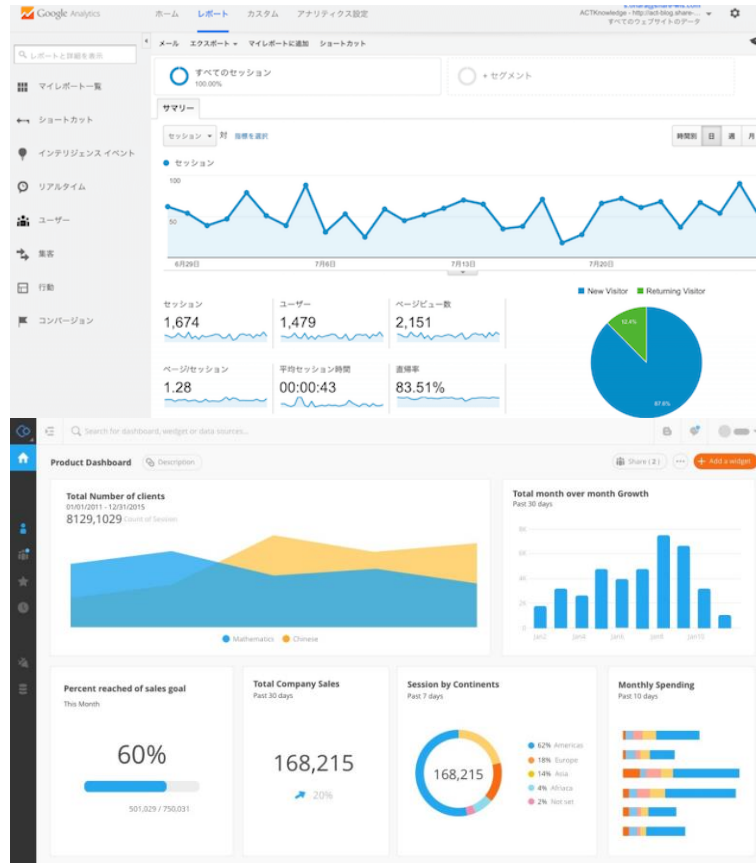
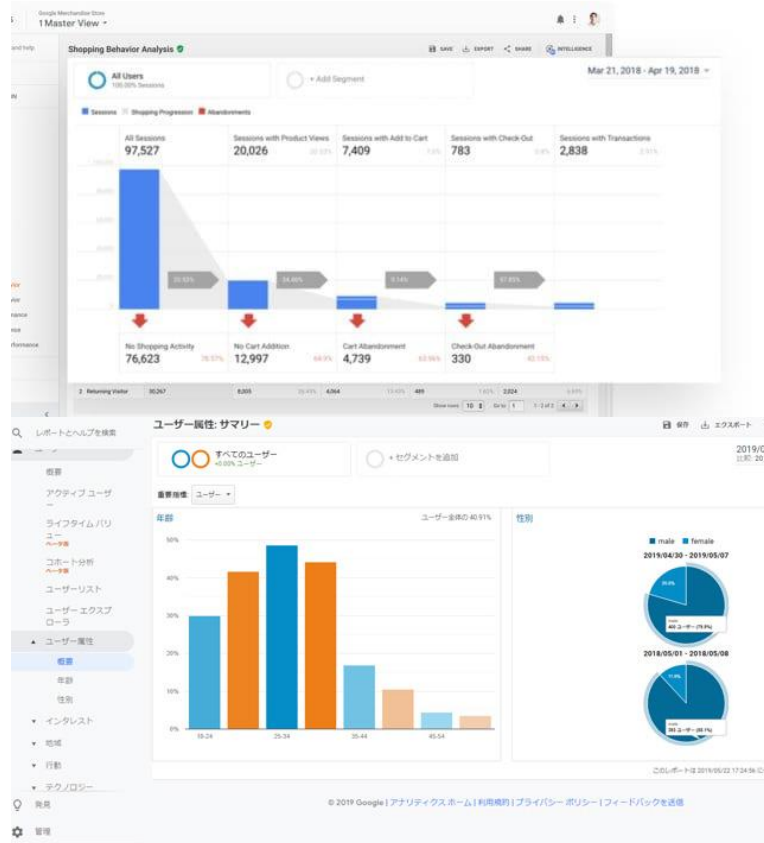
効率性を重視することで、お客様の目的達成に向けて最も重要である綿密な戦略設計や、お客様とのコミュニケーションといった業務に、時間をかけて対応することを可能にしています。

弊社が導入している業務ツールの一例



ウェブ解析、データ活用にも精通したスタッフ陣

弊社の運用コンサルタントは、全員がGAIQ（Google Analyticsの認定資格）を所有しており、アクセス解析においても豊富な経験を持っています。Google Analyticsを活用して、目的に応じてデータの抽出や各種ツールとの連携を行い、広告配信への実装が可能です。



弊社の運用コンサルタントは、全員がGoogle Analyticsの認定資格保持者です



弊社にはウェブ解析士協会の認定資格者も在籍し、常にウェブ広告とウェブ解析を連動させています

豊富な業種・業界での取引実績

弊社は、渋谷で創業48年となり、お客様からのご紹介を中心に、多くのお客様とのお付き合いさせていただいております。

様々な案件規模・業種・業界や、目的に合わせて、最適な広告メニューをご提案いたします。

代表プロフィール



代表取締役 海老名 康

横浜市立大学・商学部・経営学科卒業。
Webマーケティング会社・イトクロにて博報堂など広告代理店を担当。

その後、総合広告代理店・NTTアドに勤務し、日本郵政グループ「かんぽ生命」や「ゆうちょ銀行」などのクライアントをAEとして担当し、各種キャンペーンの提案および実施に関わる。

2014年に日辰広告代表取締役に就任。

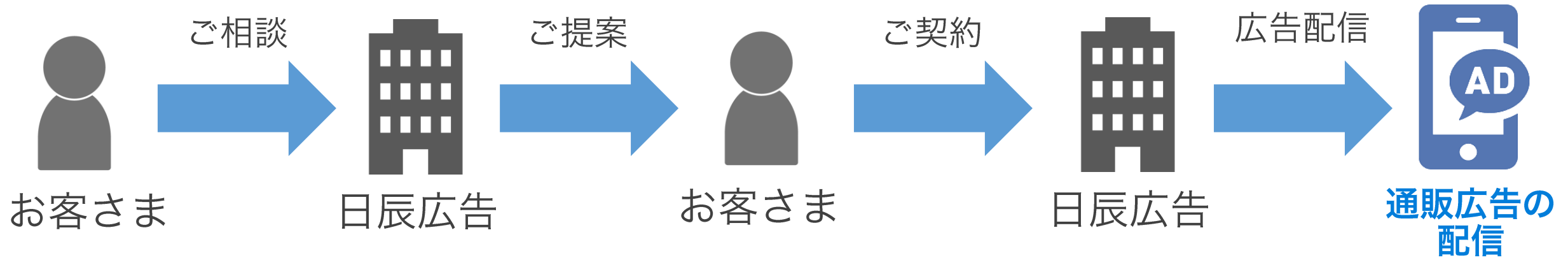
会社概要

商号	日辰広告株式会社
設立	1972年8月
所在地	東京都渋谷区渋谷1-1-10
TEL	03-6805-1283 (代表)
従業員	16名 (インターン含む)
事業内容	新規ビジネスモデルの構築支援 Web広告の運用管理 SEO等コンテンツマーケティング システム/アプリ開発 SNS運用 Webサイトのデザイン・制作

お申込み～広告配信までの流れ

通販広告の相談をするとどうなるの？

ご相談から実施、レポートまでのフローを
分かりやすく簡潔に。



【ヒアリング】

お客様のご状況や
通販広告の目的、目
標などをお聞きしま
す

【シミュレーション】

お聞きした目的・目標に
合わせた通販広告のプラ
ンや詳細をご提案しま
す

【準備】

広告配信のために必要な
登録や広告の設定準備を
進めます

ご料金プラン

ご予算に応じて3つの料金プランをご用意

ご予算に応じて、広告用バナー制作・GoogleAnalyticsアクセス解析レポートの部分が異なります。また、配信結果に応じて、ご予算の変更も可能です。

プラン（ご予算）	20万円プラン	40万円プラン	60万円プラン
制作するバナー数（各媒体ごと）	1種類	2種類	3種類
広告効果レポート	○	○	○
アクセス解析ツール導入 (Google Analytics)	○	○	○
アクセス解析レポート	-	○	○

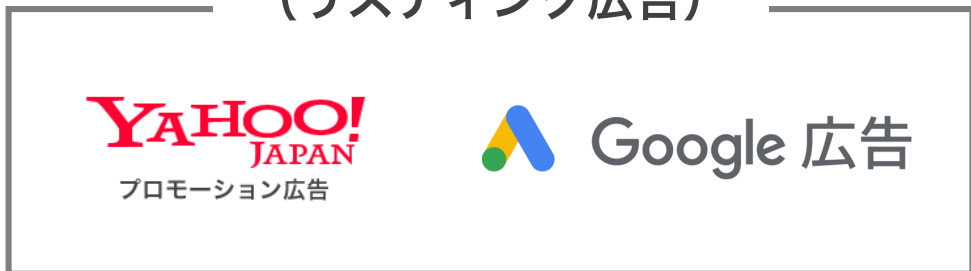
※他にもご予算の都合があれば、お気軽にご相談ください。

上記の媒体以外にもご提案できます

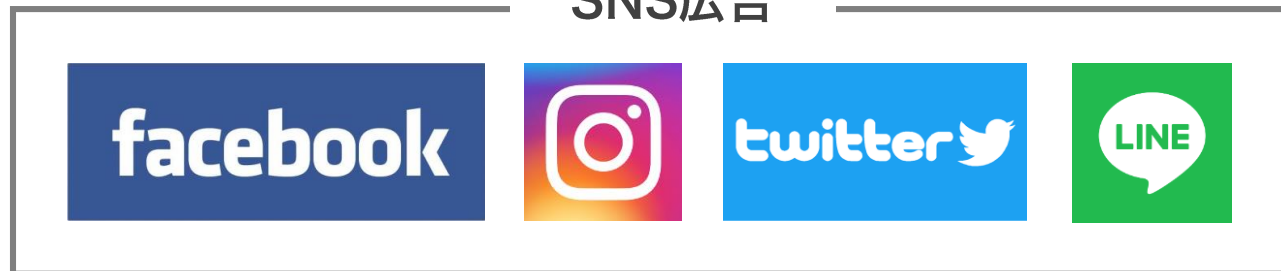
目的や予算に応じて、ご紹介した広告以外にも展開可能です

目的やご予算によっては、Google/Yahoo広告以外の広告展開もご提案します。
場合によってはGoogle/Yahooの広告が適さず、他の広告手段の方が良い場合
もございます。

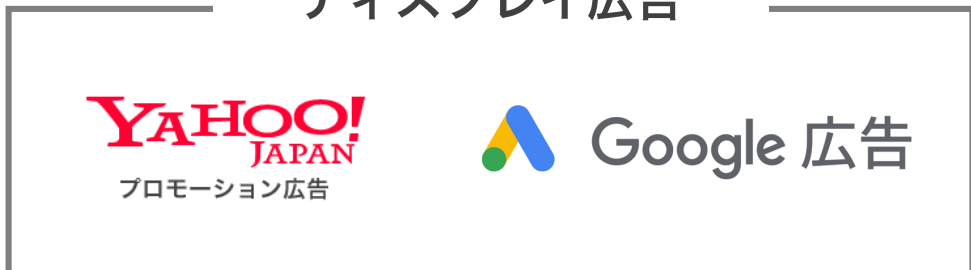
検索連動型広告 (リスティング広告)



SNS広告



ディスプレイ広告



その他



上記メディア以外にも目的やご予算に応じて最適なメディア・手法をご提案します

ご相談、お問合せについて

日辰広告はしつこい営業はしません

弊社はこれまで積極的な営業手法で業績を伸ばしてきた会社ではありません。実際に売上や実績が伸びたお客さまから、新たなお客さまをご紹介いただき、徐々にお客さまが増えていった経緯があります。

まずは一度、現在考えていることを整理する意味でもご相談ください。一緒になって解決策を探ることができればと思います。



【プロモーションや売上増加に関するご相談】

- ・メールでのご連絡先：info@nissinko.net
- ・お電話でのご連絡先：03-6805-1283

※現在、新型コロナの影響でリモートワークを実施しており、お電話でのご相談が承れない可能性もありますので、あらかじめご了承下さい。