

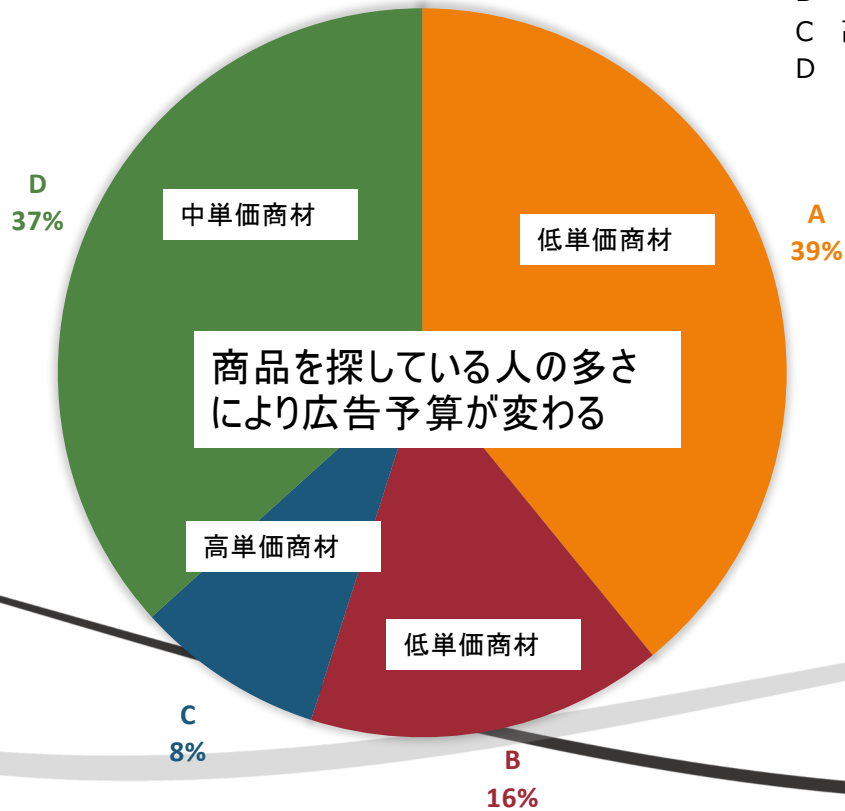
エクスリードとリスティングの効果比較と検証

株式会社メイテンス

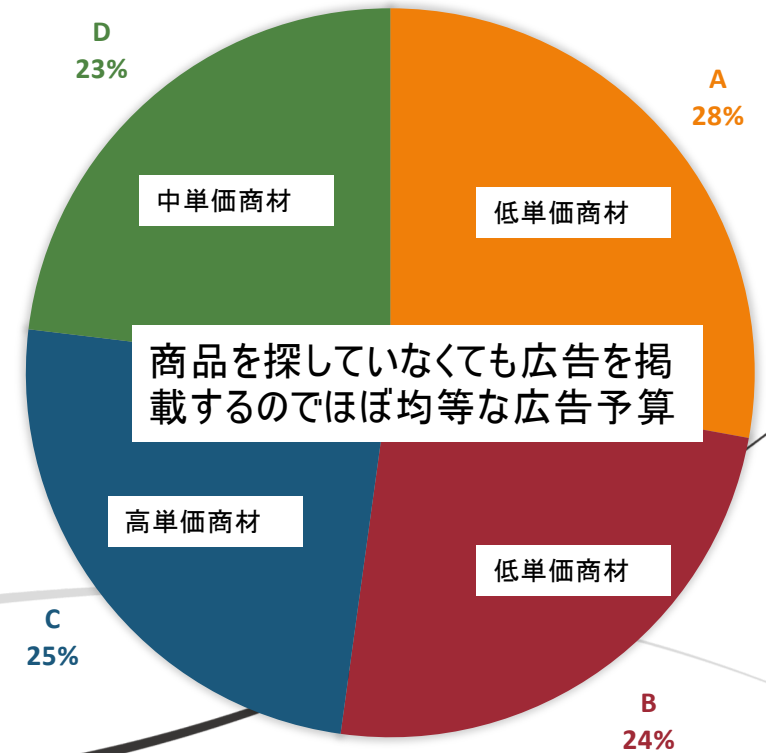
予算割合

以下の4商品で、同予算、同時期にリスティングと
エクスリードで広告を掲載・配信しました。

リスティング 予算比率



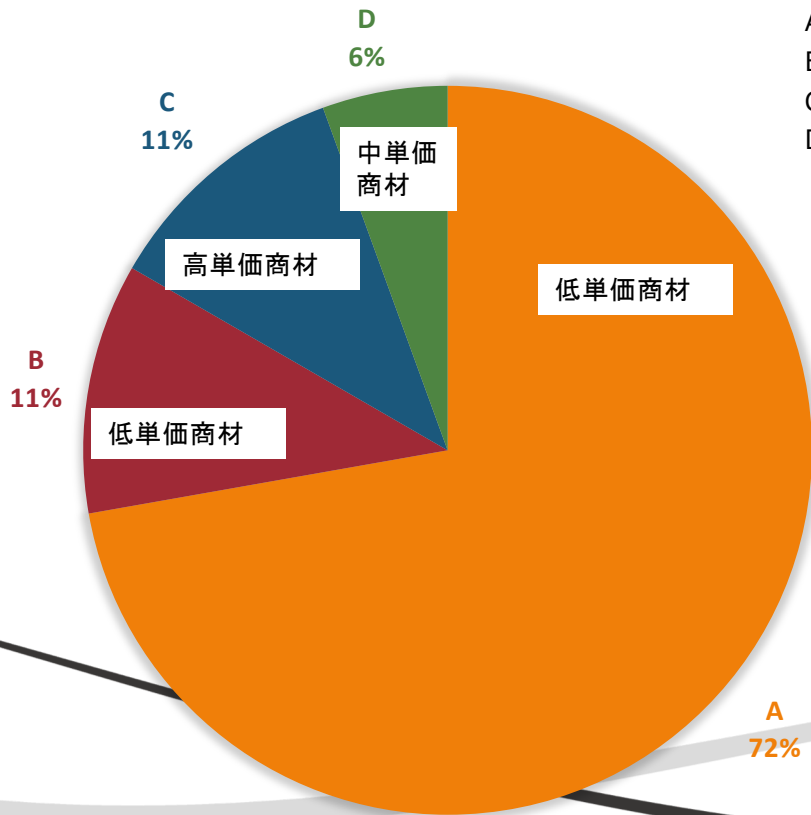
エクスリード 予算比率



効果の比較

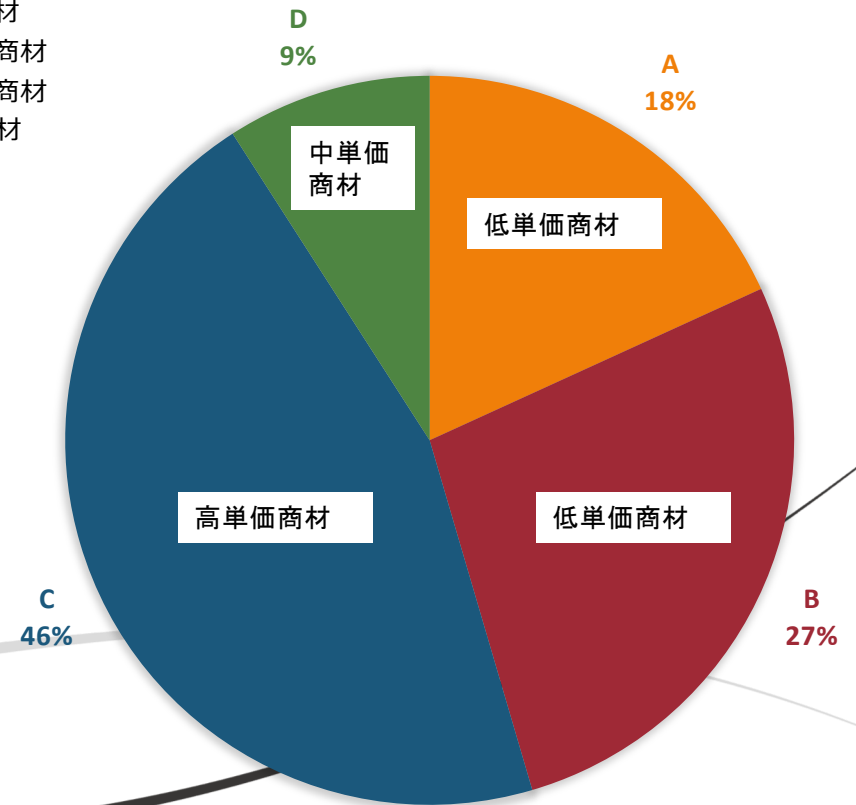
以下の4商品で、同予算、同時期にリスティングとエクスリードで広告を掲載・配信しました。

リスティング cv比率



- A 低単価 探している人が多い商材
- B 低単価 探している人が少ない商材
- C 高単価 探している人が少ない商材
- D 中単価 探している人が多い商材

エクスリード cv比率



検証結果

この4点別々の商材をリスティング、エクスリードで広告を実施して比較すると以下の結果となります。

- A 低単価 探している人が多い商材
- B 低単価 探している人が少ない商材
- C 高単価 探している人が少ない商材
- D 中単価 探している人が多い商材

4 商材の結果

その商材、サービスが必要なのにも関わらず、検索されづらい高単価の商材（リスティングで効果の出しづらい）に対して、エクスリードの効果が出やすくなっています。

リスティングに比較的合う商材

A 低単価 探している人が多い商材

エクスリードに比較的合う商材

B 低単価 探している人が少ない商材

C 高単価 探している人が少ない商材

以上の結果から、商材・サービスを知らない人（ビジネスユーザー）に広告を配信することで最終的な問い合わせなどにつながっていると考えられます。