

ご利用期間中の流れとレポートの見方 ～配信効率UPと改善施策～

株式会社メイテンス

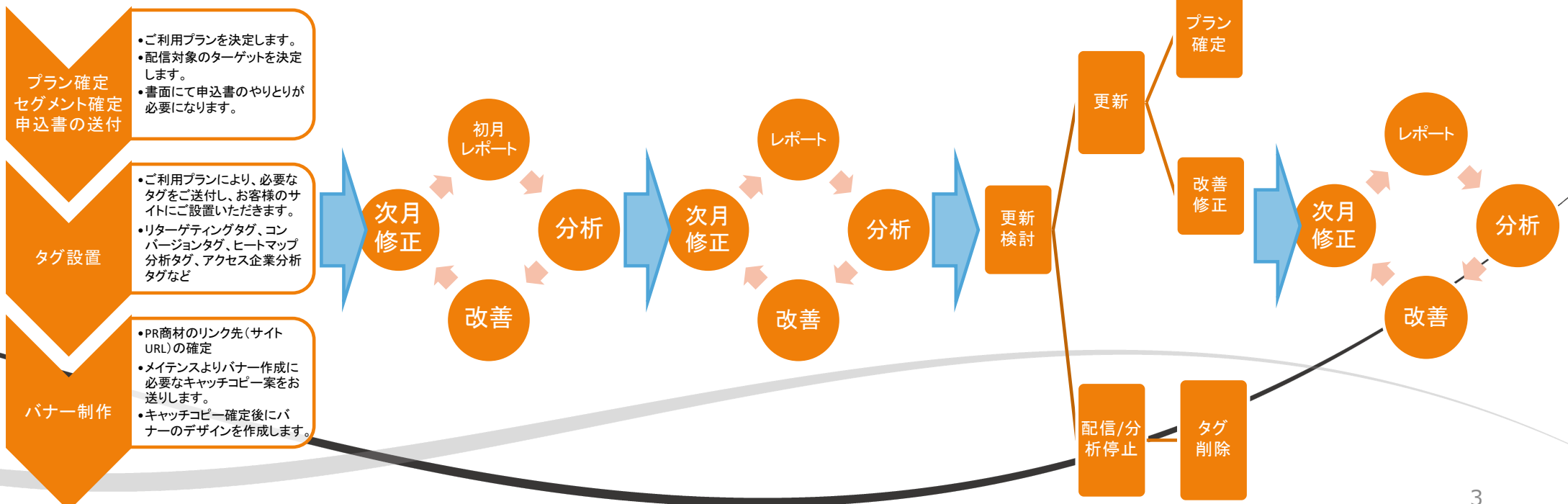
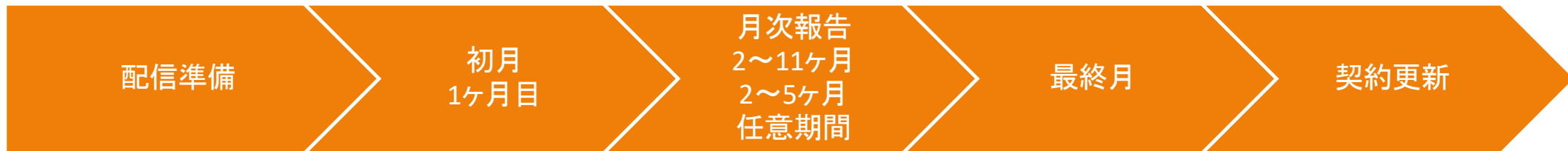
本冊子の概要

本冊子は、エクスリードのご利用にあたり、より効果的にエクスリードをご利用いただくために利用方法を解説させていただいております。

ご利用当初に必要な作業や、月次レポートの報告の際のレポートの見方や、改善方法などをまとめております。

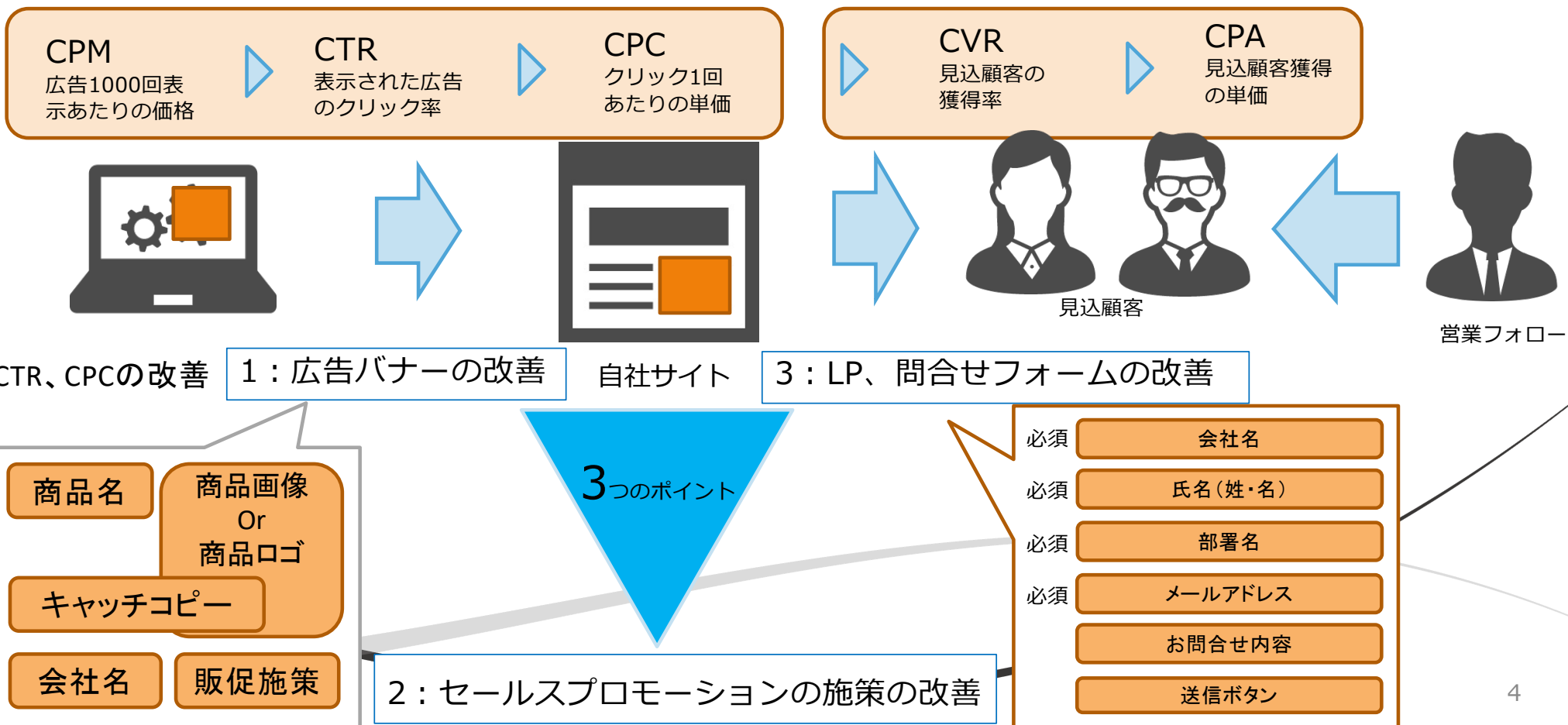
エクスリードに限らず、WEB販促全般にも活用できる資料となりますので、ぜひ、ご一読いただければ幸いです。

ご利用に関する全体の流れ



改善施策の全体像

各項目の改善には大きく分けて3つのポイントの改善が必要になります。



各項目（WEB広告の指標）の数値感

CPM

広告1000回表示あたりの価格



CTR

表示された広告のクリック率



CPC

クリック1回あたりの単価



CVR

見込顧客の獲得率



CPA

見込顧客獲得の単価

	CPM	CTR	CPC	CVR	CPA
とても良い	¥150～250	0.1%以上	¥100～300	1.0%以上	¥20,000以下
良い	¥250～450	0.05%～0.09%	¥300～450	0.5-0.9%	¥200,00～70,000
要改善	¥450以上	0.04%以下	¥450以上	0.4%以下	¥70,000以上
改善策	入札単価を下げる。	バナーや、キャッチコピーを変更など。	CPMとCTRの改善策と同様。	問合せフォーム、ランディングページの仕様を変更。販促方法、セールスプロモーション施策を変更。	CVRの改善策と同様。
改善策の実行者	メンテナンス運用改善	メンテナンス運用改善	メンテナンス運用改善	お客様側	左記の改善策を実行した結果

※あくまでも目安としてご利用ください。

エクスリードをご利用する際の準備（タグ設置）

リターゲティングタグ

設置箇所：全ページのbody内下部
(サンクスページも含む)

御社サイトに訪問したユーザーが様々なメディアに
来訪した際の広告枠に、御社広告を掲載します。
もっとも見込客となりうるユーザーに対しての広告掲
載が可能になるタグとなります。

コンバージョン (CV) タグ

設置箇所：サンクスページのbody内下部

広告が表示されたユーザー、広告をクリックした
ユーザーが、資料ダウンロードや、問い合わせと言っ
たアクションを起こしたかどうかを計測するタグとな
ります。

アクセス企業分析タグ

設置箇所：弊社指定ページのbody内上部

御社サイトに来訪したユーザーの企業名を特定
するためのタグとなります。
サイトへの来訪企業を分析することで、配信ター
ゲットの再検討に役立ちます。
※分析可能な割合は、アクセス数の約15%ほど

ヒートマップタグ

設置箇所：弊社指定ページの</head>が直前が
推奨です。

※<body>内も可

指定のページに来訪したユーザーが、そのペー
ジ内のどこに興味を持っているのか？読了はどの
程度か？を調べることが可能になります。

※**グーグルタグマネージャー (GTM)** にも対応したタグとなります。

最適な広告効果の分析をするために（CVタグ）

問合せフォーム

問合せフォーム等から問合せや、資料ダウンロードが行われた際に遷移するサンクスページ



MEITENS TOP EXLEAD-DSP 導入事例一覧 アドテクとは？

価格表一覧は下記フォームを入力後、ダウンロード頂けます。

必須 氏名

必須 会社名

必須 メールアドレス

必須 電話番号

必須 下記からおえ

実施を検討している 無料トライアルを試してみたい

詳しい話を聞きたい クライアントに提案予定

将来的に検討

必須 個人情報の取扱規程 個人情報の取扱規程に同意する
当社の [個人情報の取扱規程](#) について同意される方のみ送信できます。



MEITENS TOP EXLEAD-DSP 導入事例一覧 アドテクとは？ 販促施策のヒント 会社概要 お問い合わせ

「価格表」のダウンロード

お問い合わせ有難うございます。
営業担当から改めてご連絡させていただきます。
以上、何卒宜しくお願いいたします。

[価格表ダウンロードはこちら](#)

投稿一覧
お知らせ (5)
サービス (4)
事例一覧 (2)
連絡事項 (2)

サンクスページが無い場合は別方法での設定も可能です。詳しくはお問合せください。

広告配信の改善施策 1

エクスリードの改善施策

1: 広告バナー

- バナーの精査（配信/停止）
- バナー変更
 - デザイン変更
 - キャッチコピー変更
 - 配信バナーのサイズ追加
- ターゲット（セグメント）変更、追加
- 入札単価調整（CPM）
- 配信割合調整
 - AT、RT比率、ターゲットごとの比率
- 配信面（配信先メディア）の精査
- 配信先デバイス変更
 - PC配信、SP配信



適宜改善

数値の改善

CPM

CTR

CPC

広告配信の改善施策2

お客様側の改善施策

2 : セールスポモーションの施策

- セールスポモーション施策の改善
テスト機、トライアル実施
プレゼント、導入事例の公開
- 資料ダウンロード施策
技術資料のダウンロード
カタログのダウンロード

3 : LP、問合せフォーム

- LPの改善
ボタン位置、テキスト
- 問い合わせフォームの改善



広告効果の分析に関する注意点

【広告効果が表面化するまで】

広告主様の販売する商材の販売単価にもよりますが、弊社でお手伝いしている広告の状況をみますと、配信開始からおおよそ2-3ヶ月目ごろから、コンバージョンが発生するケースが多くあります。

初めてのご利用の際は、短期でのご利用よりも長期で改善することを前提にご利用いただくことで、より良い効果を見込むことが期待できます。

【広告効果の改善方法】

CPM、CTR、CPCの改善は、エクスリード側で実施する改善内容となります。

CVR、CPAは、広告主様のサイトの影響が強く反映する項目となります。

運用、サイト、プロモーションの3点の改善を行い、全体的な広告効果の向上を行なっていきます。

【検索連動型広告との比較】

検索連動型広告は、CPM(広告表示単価)に直すとかなり高額になる場合が多いため、認知施策には適さない広告となります。しかし、検索しているユーザーへの広告となり、検索数が多い商材は、広告効果も良い結果となります。広告対象者のステータス(検討度合い)がかなり異なるため、各広告を比較する場合は、同じ項目を複数算出して比較することをおすすめします。

【オーディエンス配信と、リターゲティング配信に関して】

オーディエンス配信は、主に新規ユーザーへのPRとなり、リターゲティング広告は、サイト来訪者に対しての配信となります。

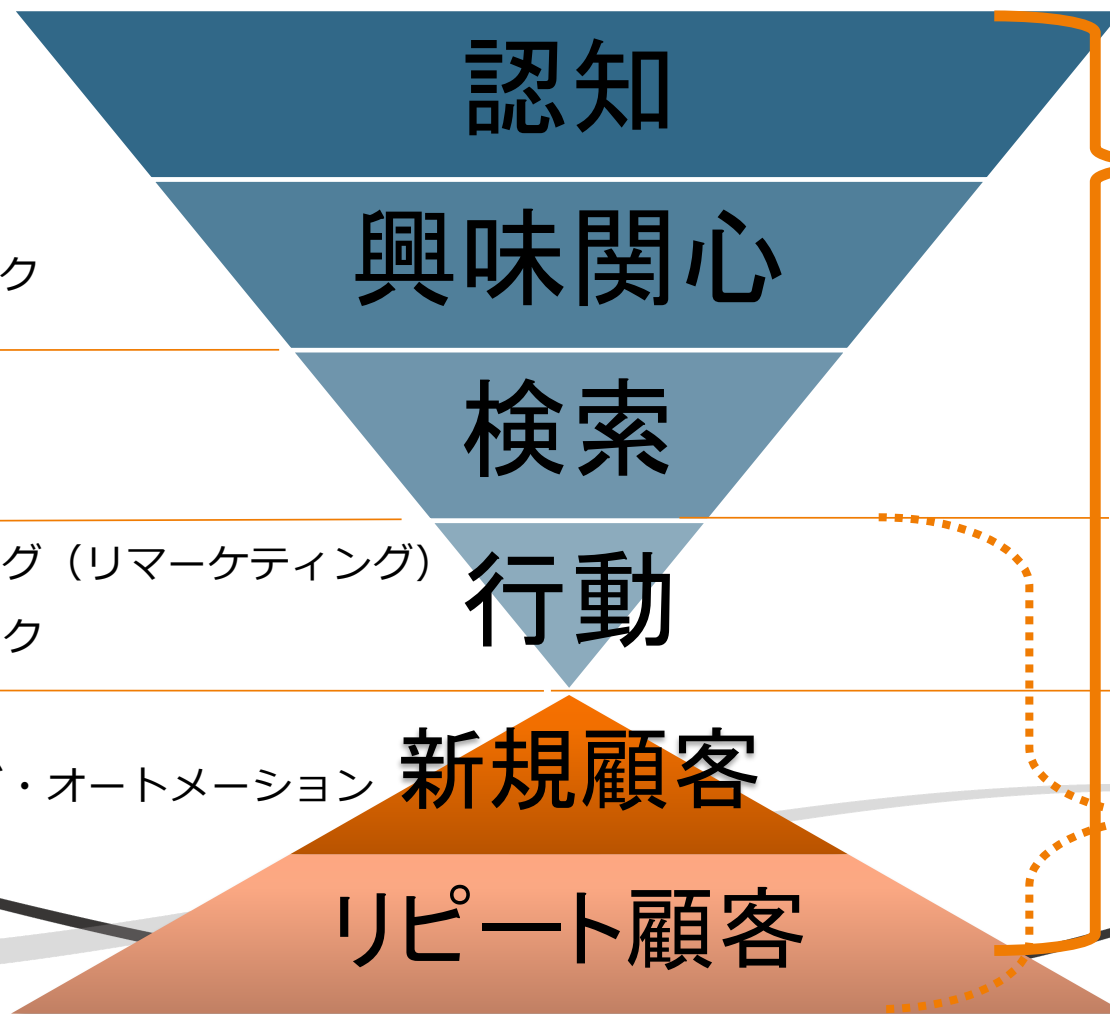
リターゲティングは、御社を知っている(御社との親和性が高い)ことが前提のユーザーへの配信となるため、クリックが発生しやすく、コンバージョンも発生しやすい配信です。しかしながら、サイトへのアクセスユーザーが対象となるため、配信数が少なくなりやすい配信です。

リターゲティング配信の配信量を増やすためには、サイトのアクセス数を増やすことが必要になります。

WEB広告のエクスリードの役割

広告等の種類

- ・純広告
 - ・メール広告
 - ・アドネットワーク
-
- ・SEO対策
 - ・リスティング
-
- ・リターゲティング（リマーケティング）
 - ・アドネットワーク
-
- ・マーケティング・オートメーション



リードジェネレーション
見込み顧客作り



ExLead

エクスリードは、BtoB企業様の
見込み作りとECサイトでの購入
者発掘に最適です。

リードナーチャリング
見込み顧客の育成

月次ごとのレポートの見方

月次の配信全体の数値となります。

前月、前々月と比較してどのような変化があるのかを確認します。

広告効果には、時期的要因も関わるため、過去のデータを比較対象とする場合は、前年の同月と比較することが最良となります。

全体数値をみて、どのように改善を行うかを検討します。

集計対象月	表示回数	クリック数	直接CV	間接CV	ご利用金額	CPM	CPC	CPA	直接CVR	間接CVR	CTR	備考
1月	900,000	1,000	2	6	¥220,000	¥244	¥220	¥27,500	0.20%	0.67%	0.11%	
2月	900,000	1,000	2	6	¥220,000	¥244	¥220	¥27,500	0.20%	0.67%	0.11%	
3月	900,000	1,000	2	6	¥220,000	¥244	¥220	¥27,500	0.20%	0.67%	0.11%	
4月	900,000	1,000	2	6	¥220,000	¥244	¥220	¥27,500	0.20%	0.67%	0.11%	
5月	900,000	1,000	2	6	¥220,000	¥244	¥220	¥27,500	0.20%	0.67%	0.11%	
6月												
7月												
8月												
9月												
10月												
11月												
12月												
合計	4,500,000	5,000	10	30	¥1,100,000	¥244	¥220	¥27,500	0.20%	0.67%	0.11%	

レポートサンプル

配信種別（ターゲット）ごとのレポートの見方

配信ターゲット、配信方法別の数値となります。

どの配信方法が、効果が良いのか？良くないのか？を確認し、改善箇所を検討します。

数値が順調に進捗している場合は、修正・変更を行わずに経過を観察します。

AT配信（オーディエンス配信）

は、主に新規ユーザーに対しての配信となります。

自社を知らないユーザーへの配信のため、認知施策となる配信となります。

クリック率（CTR）は、リターゲティング配信と比べ低い数値となります。

広告名	ご利用金額	表示回数	クリック数	CTR	CPM	CPC	直接CVR	間接CVR	直接CV	間接CV	CPA
製造業_エンジニア	¥100,000	219,681	300	0.06%	¥455	¥333	0.00%	0.00%	0	2	¥0
建設業_設計士	¥100,000	237,573	310	0.07%	¥421	¥323	0.32%	0.00%	1	3	¥0
BtoB_マーケティング	¥100,000	201,348	330	0.09%	¥467	¥300	0.00%	0.00%	1	4	¥0
RT配信	¥50,000	124,979	350	0.22%	¥400	¥143	0.29%	0.00%	1	5	¥0
合計	¥350,000	783,581	1290	0.16%	¥447	¥271	0.23%	0.00%	3	14	¥20,588

レポートサンプル

RT配信（リターゲティング配信）

は、自社サイトに来訪したことがあるユーザーに対しての配信となります。

再来訪を促進し、問合せや資料ダウンロードを促すための配信となります。





そのため、クリック率が高く、コンバージョンも発生しやすい配信となりますが、配信金額（広告表示回数）を増やすためには、自社サイトへのアクセス数を増やす必要があります。

配信バナーのレポートの見方

入稿したバナーごとに、広告効果の数値をまとめたレポートとなります。

バナーのサイズやキャッチコピーにより、クリック率や表示回数、コンバージョン数などがそれぞれ変わります。

こちらのレポートから、クリック率、クリック単価、CV数などを比較し効果の高いバナーや、キャッチコピーを確認し、効果の低いバナーを差し替えるなどで配信の改善を行います。

クリエイティブ	ご利用金額	imp	click	CTR	CPM	CPC	直接CVR	間接CVR	直接CV	間接CV	CPA	備考
 ExLead-DSP メイテンス 1_300x250.jpg	¥5,279	23,692	67	0.28%	¥222	¥78	0.00%	0.01%	1	2	¥1,500	
バナーごとの表示回数や、クリック数など												
 ExLead-DSP メイテンス 1_728x90.jpg	¥5,279	23,692	67	0.28%	¥222	¥78	0.00%	0.01%	0	2	¥2,639	
バナーごとの表示回数や、クリック数など												
 ExLead-DSP メイテンス _1_320x50.jpg	¥5,279	23,692	67	0.28%	¥222	¥78	0.00%	0.01%	1	2	¥1,500	レポートサンプル
 ExLead-DSP メイテンス _1_160x600.jpg	¥5,279	23,692	67	0.28%	¥222	¥78	0.00%	0.01%	0	2	¥2,639	

配信先メディアレポートの見方

入稿したバナーがどのサイトに掲載されているのかをまとめたレポートとなります。

配信先として適さないメディアは、手動とシステムで配信先から除外を行っています。

配信先のメディアは、ターゲットとしたユーザーが来訪した時のみ広告を掲載しているので、意外なメディアに掲載されていて、広告効果が出ているケースも多くあります。

ポータルサイトや新聞系、翻訳サイト、交通系サイトへの掲載が比較的多い傾向があります。

Top50	URL	表示回数	クリック数	直接CV	間接CV	ご利用金額	CPM	CPC	CTR
1	www.navitime.co.jp	7,000	5	0	2	¥157	¥115	¥31	0.37%
2	www.nikkansports.com	5,000	0	0	0	¥69	¥50	¥0	0.00%
3	www.sponichi.co.jp	3,000	2	0	0	¥262	¥209	¥130	0.36%
4	www.oricon.co.jp	2,100	0	0	0	¥156	¥129	¥0	0.00%
5	www.mapion.co.jp	1,900	2	1	0	¥157	¥137	¥78	0.38%
6	www.itmedia.co.jp	1,800	4	0	0	¥163	¥143	¥40	0.55%
7	www.falyn.com	1,800	1	0	1	¥218	¥215	¥218	0.54%
8	gigazine.net	1,600	1	0	0	¥218	¥215	¥218	0.10%
9	president.jp	1,500	6	0	0	¥199	¥197	¥33	0.40%
10	www.excite.co.jp	1,400	0	0	0	¥195	¥206	¥0	0.00%
11	www.nikkan-gendai.com	1,300	4	0	0	¥216	¥234	¥54	0.43%
12	full-count.jp	1,200	4	0	0	¥217	¥244	¥54	0.45%
13	trafficnews.jp	1,100	0	0	0	¥247	288	0	0.00%
14	www.jiji.com	1,000	1	0	0	¥202	243	201	0.12%
15	toyokeizai.net	900	0	0	0	¥295	363	0	0.00%
16	www.tokyo-sports.co.jp	800	7	0	1	¥142	182	20	0.90%
17	appllio.com	700	2	0	0	¥54	71	27	0.26%
18	www.buyma.com	600	3	0	0	¥181	247	60	0.41%
19	www.minkou.jp	400	0	0	0	¥89	129	0	0.00%
20	news.searchina.net	300	0	0	0	¥131	197	0	0.00%
21	autoc-one.jp	200	0	0	0	¥55	86	0	0.00%
22	natalie.mu	200	0	0	0	¥275	495	0	0.00%
23	www.asagei.com	200	0	0	0	¥72	132	0	0.00%
24	www.inter-edu.com	95	1	0	0	¥87	161	87	0.19%
25	kaumo.jp	94	2	0	0	¥101	186	50	0.37%
26	www.unitedcinemas.jp	93	5	0	0	¥135	252	27	0.94%
27	workingnews.blog117.fc2.com	92	3	0	1	¥166	313	55	0.57%
28	n-seikei.jp	91	3	0	0	¥108	205	36	0.57%
29	nnews1.com	90	0	0	0	¥131	251	0	0.00%
30	www.mag2.com	89	2	0	0	¥107	207	53	0.39%

配信先メディア

配信先メディアごとの表示回数や、クリック数など

レポートサンプル

アクセス企業分析レポートの見方

自社サイトのトップページに来訪している企業をまとめたレポートとなります。

アクセス企業分析の企業名は、実際のアクセス数の約10～20%の社名を分析することが可能です。

自社サイトのアクセス数によって、判明できる企業名の数に変動が生じます。

自社サイトにアクセスしている企業の全てを分析することはできませんが、傾向をみる事が可能になります。

このレポートを元に、実際に自社サイトには来て欲しい企業が来ているのか？来訪しているが問合せなどのアクションを起こしていない企業に対してどのようにアプローチするのかを検討します。

その他の利用方法としては、営業先リストとしての利用も可能です。

アクセス企業分析

対象期間 2018/1/1 - 2018/1/31

検索URL www-----

※判別可能なデータのための抽出となります。

※分析には、御社サイトへのタグの設置が必須となります。

日時	組織名	IP	都道府県
2018/1/4	公立大学法人国際教養大学	103.52.132.2	秋田県
2018/1/4	公立大学法人国際教養大学	103.52.132.2	秋田県
2018/1/5	日本フィルコン株式会社	219.127.90.65	東京都
2018/1/8	大同工業株式会社	210.232.139.82	石川県
2018/1/9	大同工業株式会社	210.232.139.82	石川県
2018/1/10	三菱電機株式会社	192.218.140.238	東京都
2018/1/10	日野自動車株式会社	219.99.159.9	東京都
2018/1/10	株式会社電通イノベーションパートナーズ	210.254.134.36	東京都
2018/1/10	株式会社電通イノベーションパートナーズ	210.254.134.36	東京都
2018/1/10	学校法人関西学院	192.218.160.8	兵庫県
2018/1/10		43.146	福岡県
2018/1/11		53.42	富山県
2018/1/11		53.42	富山県
2018/1/11		53.42	富山県
2018/1/11		1.179	千葉県
2018/1/11	国立大学法人千葉大学	133.82.251.179	千葉県
2018/1/11	オリック・ヘリントン・アンド・サトクリフLLP	58.80.221.50	東京都
2018/1/12	三菱電機株式会社	192.218.140.238	東京都
2018/1/12	日本ロレアル株式会社	113.41.66.163	神奈川県
2018/1/12	中央総合法律事務所(弁護士法人)	220.99.127.123	大阪府
2018/1/15	日本ビジネスシステムズ株式会社	221.115.237.205	東京都
2018/1/15	三菱電機株式会社	192.218.140.238	東京都
2018/1/15	三菱電機株式会社	192.218.140.238	東京都
2018/1/15	三菱電機株式会社	192.218.140.238	東京都
2018/1/15	三菱電機株式会社	192.218.140.238	東京都
2018/1/15	三菱電機株式会社	192.218.140.238	東京都
2018/1/16	中央総合法律事務所(弁護士法人)	220.99.127.123	大阪府
2018/1/16	西村あさひ法律事務所	210.148.47.172	東京都

レポートサンプル

ご利用プランにより、ご提出となります。

ヒートマップ分析レポートの見方

自社サイトのトップページに来訪しているユーザーの
 サイト利用状況を分析します。

分析対象は、自然検索や、広告経由などすべての経路で来訪したユーザーの行動状況の分析です。

赤い部分は、ユーザーがスクロールを止めて、サイトを見ている部分となり、その他クリックしている箇所なども分析します。

そのデータを見て、ボタンの位置や、ユーザーが読んでいる部分をキャッチコピーに利用する、ページが長すぎて読まれない部分を短縮するなどの改善を行います。



用語解説

広告配信で利用する用語

サイトに関する用語

- PV (ビーブイ、ページビュー)
webサイトの閲覧数
- UU (ユーユー、ユニークユーザー)
webサイトのユーザー数です。
- サンクスページ
問い合わせや、購入、資料ダウンロードなどが完了したユーザーに表示する、お礼のメッセージを表示したページ

広告配信の費用に関わる用語

- CPM (シーピーエム)
表示する広告が1,000回表示された時の価格
 $\text{広告出稿費用} \div \text{IMP} \times 1,000 = \text{CPM}$
 $\text{CPC} \times \text{CTR} \times 1,000 = \text{CPM}$
- CPC (シーピーシー)
広告を1クリックした時の価格
 $\text{広告出稿費用} \div \text{クリック数} = \text{CPC}$
 $\text{CPA} \times \text{CVR} = \text{CPC}$ 、 $\text{CPM} \div \text{CTR} \div 1,000 = \text{CPC}$
- CPA (シーピーイー)
1CVあたりの単価
 $\text{広告出稿費用} \div \text{総CV数} = \text{CPA}$
 $\text{CPC} \div \text{CVR} = \text{CPA}$

広告表示ユーザーのサイト訪問率に関して

算出方法は、自社サイトや広告主様にご協力いただき、計測タグを設置して一定期間(約1年間)に渡り集計・調査を行いました。
その調査を元に算出しています。

調査結果では、広告が表示されたユーザーの約0.05-0.06%がサイトに訪問しています。

広告配信で利用する用語

- リターゲティング配信 (リマーケティング配信)
自社サイトに訪問したユーザーをターゲットして広告配信する方法
- オーディエンス配信
ターゲットユーザーの属性などを決めて配信する方法
- エリアターゲティング
配信先地域を決めて配信する方法
- LP (エルピー、ランディングページ)
広告画像のクリック先のページ
- リンク (リンク先、URL)
広告画像の遷移先のアドレス
- フリークエンシー (FQ)
広告配信の期間中に1ユーザーに広告を表示する回数

広告効果に関わる用語

- IMP (imp=インプ、impression=インプレッション)
広告の表示回数の単位
- Click (クリック、クリック数)
掲載した広告を押した数
- CTR (シーティーアール、クリックスルーレート)
表示した広告をクリックする率
 $\text{クリック} \div \text{IMP} = \text{CTR}$ 、 $\text{CPM} \div \text{CPC} \div 100 = \text{CTR}$
- CVR (シーブイアール、コンバージョンレート)
LPから問い合わせなどのアクションをした率
 $\text{CV} \div \text{クリック} = \text{CVR}$ 、 $\text{CPC} \div \text{CPA} (\times 100) = \text{CVR}$
- CV (コンバージョン)
問い合わせや、資料ダウンロードなどを行った数
- 直接CV (=クリックコンバージョン)
広告をクリックしてCVした数
- ビュースルーコンバージョン (=VTCV)
広告を表示されたユーザーがCVした数

本件に関するお問い合わせについては
以下にお願いいたします。
ご不明点などございましたら、
お気軽にご連絡ください。

お問合せ先
meitens@meitens.biz
Tel:03-5318-9654