



CMR	Vol.03-9月号
-----	------------

■ Web領域レポート

01.SEO

優れたコンテンツは人を呼び続ける
「検索意図を汲みとった」コンテンツ設計法

02.Web広告

新しい「デバイスをもたいたアトリビューション」レポート

03.動画

LINE LIVE、週間利用者620万人、月間利用者1,900万人を突破

04.SNS

SNSアプリ利用は1日平均36分、Twitter利用は若者が中心

■ 05.Web事例紹介

共感を生むソーシャルメディア運用でフォロワー数200万人

■ 06.トレンドニュース

Twitter検索キーワードランキング & Yahoo! JAPAN検索予測

■ 07.教育領域レポート

文部科学省 平成28年度 学校基本調査

■ 08.編集後記

新しい「デバイスをまたいだアトリビューション」レポート

今月の ピックアップ

Google AdWordsは新機能として、「デバイスをまたいだアトリビューション」を分析できるレポートを発表した。今まであった「デバイスをまたいだコンバージョン」の計測技術をベースにしており、検索コンバージョン経路全体の端末利用状況をより深く分析できるようになった。

参照：<https://www.ja.advertisercommunity.com/t5/ブログ記事/新しい-デバイスをまたいだアトリビューション-レポートとベンチマーク/ba-p/16371>

■アトリビューションとは？

アトリビューションとは、元々英語の「Attribute（おかげと考える／～に起因する）」を語源としており、金融業界で使われていた用語です。広告・マーケティングの世界では、直接成果（コンバージョン）につながった流入経路や広告だけではなく、成果に至るまでの全ての接触履歴を解析し、それぞれの広告や媒体の貢献度を測る分析手法のことを指します。

■アトリビューション分析の意義

昨今はマーケティングもユーザーの動きも複雑になり、ゴールまでの経路は無数に存在しています。例えば同じ自然検索からの流入でコンバージョンしたユーザーがいたとしても、自然検索につながる前に「Facebook」の記事を読んで訪問したことがあったのか、「Google AdWords」で配信されたバナーを見たことがあったのかは当然1人1人異なります。つまり、自然検索の効果が仮に高かったとしても、実はその前に貢献していた媒体や広告があったかもしれない、ということです。

直接効果だけを見ってしまうと、「この広告はコンバージョンにつながっていないから配信を停止しよう」ということも起こりえます。実際は間接的に効果をもたらしている可能性もあり、コンバージョン数が減ってしまうリスクを避けることはできません。

■デバイスをまたいだアトリビューションの把握

今回Google AdWordsでできるようになったのは、媒体や広告の経路分析ではなく、デバイスの経路分析です。アメリカのデータではありますが、インターネットユーザー10人中6人が、閲覧（買い物）を始めた時とは別の端末でサービス申込や商品購入につながっているそうです。間接的に効果を生んでいるデバイスがあるなら、直接効果が悪くても広告費を抑制せず、配信をつづけた方が賢いというわけです。

その他のトピックス

■世界の17年広告市場成長率4%に下方修正

http://www.nikkei.com/article/DGXLASDZ08HPT_Y6A900C1TI5000/

■TVCMのSNSの反応から広告運用を改善--朝日広告社がWatsonを使った実証プロジェクト

<http://japan.cnet.com/marketers/news/35088768/>

■ピンタレスト、動画広告に参入

<http://jp.wsj.com/articles/SB10191232058230093692804582257430651780286>

C.REP

株式会社シー・レップ(C.REP Co.,Ltd.)

〈東京本社〉

〒102-0074 東京都千代田区九段南2丁目3-14 日本生命靖国九段南ビル4F
TEL:03-6670-2336 FAX:03-6670-2996

〈大阪本社〉

〒541-0054 大阪市中央区南本町1丁目8-14 堺筋本町ビル5F
TEL:06-6262-0999 FAX:06-6262-0998

<http://www.c-rep.jp>

CMR 2016年9月版

発行 2016年9月10日

発行者 マナビプロモーション支援事業部

- 1、当社が独自に調査した結果をまとめた2016年8月末の情報です。
- 2、無断複製、無断配布、無断公開を禁止しております。



MANABI PROMOTION

シー・レップ マナビ 

www.c-rep.jp