

# インターネット広告の選定ステップ

2003.10.21 CXMedia Inc.

## 1. 掲載媒体・広告メニューの選定

評価項目 ... 掲載ページ、掲載期間の定まった枠もの、任意の掲載量、掲載期間が設定可能（スポット掲載） パフォーマンスの評価をする



- ・コンテンツがターゲットに当てはまるか
- ・サイトのユーザー属性から適正かどうか
- ・メディアのブランド力

### チェックポイント

- 1.ユーザー属性：今後は、WEB視聴調査データからわかる
- 2.リーチ効率：ユニークユーザー数がよい、オーディエンスリーチの発表がある 1ユーザー当たりの掲載頻度をコントロールできる方がよい
- 3.CTRの期待値：メディア側のパフォーマンス x 広告コンテンツのパフォーマンス
- 4.広告スペース：スペースはコンテンツとクリエイティブにより決まる
- 5.ターゲティング配信：{ドメイン別、OS別、ブラウザ別他} {プロバイダ別、地域別、企業の業界別他}
- 6.その他：ローテーションバナー、HTMLバナー

## 2. 広告クリエイティブの方法と費用の検討

コンテンツを表現するための利用技術

Flash, Javascript, RealAudio, Quicktime他

広告コンテンツの制作費

## 3. 適正フリークエンシー

フリークエンシーは、ブランド力、表現力、ターゲットセグメントによって変化する。

広告の情報量、訴求内容、表現手法、ブランド力等で評価する。