## 広告代理店とインターネット広告の業務関連 COCHIDada 中抜き/生き残り策として、ネット広告へ参入 広告配信サービス ターゲティング・ユーザー ネット広告掲載サイトとの提携/選定 インターネット網 ポータルサイト :検索エンジン アクセス(視聴) ex.YAHOO ターゲットユーザーと 見なし、検索結果の表 情報検索(顧客) 元画面トにパナー等の WEBアプリの 不特定多数 広告を表示 依頼 CHATで 利用者ブロ のアクセス 広告主 メディア・レップ 広告代理店 検索画面の表示 (クライアント) 情報検索条件と情報分 書き込み ex.CCI,DAC,ダブルクリック 野の関連づけDB バナー広告 オータルサイトとの 共同化 ポータルサイト別の会員数、 クイック率、トラフィック ポータルサイト 企業のサイト 企業情報、商品情報等 : ホームページ 料、レスポンス率等をDB ex.Nifty 自動リンク アクセス(視聴) どのボータルサイトから、購入等の レスポンスをした 会員サイトに、会員の ズロフィールに従った 広告を別ウインドウ等 で広告表示 会員特性の アクセスロ かをログ化 旅行が趣味で新しい情報は? 会員のプロファイルと興味 自動リンク ある情報分野のDB 会員プロ フィールを登録し、IDとパスワードでア リンク(広告枠をクリック) ポップアップ広告 クセス ポータルサイト : マーケットプレス 【ネット広告に対する対応ポイント】 アクセス (視聴) ex.YaHOO 1.有効なポータルサイトとの連携 会員のプロファイル ・メディア・レップとの連携又はポータルサイトとの共同化 を登録すると、アク 独自のポータルサイトの構築 セスが可能となり、 商品情報、オンライン購入を可能とする 2.効果的な広告サイトの選択と効果分析 会員特性、 取引内容の ・ターゲットユーザーに対する最適なポータルサイトの選択 視聴者(顧客) アクセスロ ・アフリエイト広告など、売上直結したことの分析と手数料請求 .自動車を買いたい 会員アクセスのセキュリ ・メディア・レップからの分析レポート活用のノウハウ向上 ティ、取引状況のDB 会員のプロ 3.広告分析によるプロモーションの立案とクライアントへのプレゼン 検索画面の表示 ・メデイアミックス(マスコミ4媒体広告、イベント開催他)との連携 形態等を登録 ・他代理店との差別化、中抜き/生き残り策 し、ID、パス ワード他入力で アフリエイト広告 アクセス e-MAIL自動配信 ポータルサイト 【ネット広告のニーズと方法】 : メールマガジン ex.まぐまぐ 企業広告主が商品PRしたいターゲットユーザーに対し、該当会員 (興味ある情報分野を登録している状態)の 1.企業イメージ、商品の認知を向上したい(サイトの認知)...インプレション効果広告 ・企業情報(資本金、業績他)の開示、企業のURL紹介、資料請求、人材募集 アクセス (メール上のURLクリック) 2.ターゲットユーザー(顧客特性)を絞った販売促進策を打ちたい...トラフック効果広告 メール上の 電子メール(顧客) URLのアク セス者 (特定 ・新製品PR、アンケート調査、セミナー告知による商品紹介 リストアップ可能 会員のプロ フィールを登録 し、配信希望の 3.受発注等の取引ツールとして、見込み客の発掘とサイトへの誘導をしたい...レスポンス効果 化された会員 広告 特性)ログ 会員の配信要求メールと ・会員獲得(入会申込み)、ネットショッピング メールマガジンコンテン ツ関連づけDB 広告商品のURL 択メールは常時 変更可能)