

平成 20 年 8 月 29 日

オプト、リスティング広告の自動入札システム開発 キーワードのカテゴリ選別およびタイマー入札機能を装備

リリースサマリー

- ・ オプト、リスティング広告の自動入札システムを開発
- ・ キーワードの広告効果別のカテゴリ選別機能および、タイマー入札機能を装備。リスティング広告の入札業務の効率化、および広告効果の向上に貢献

株式会社オプト（本社：東京都千代田区、代表取締役社長 CEO：海老根 智仁、証券コード 2389、以下オプト）は、リスティング広告の自動入札システムを開発、9月1日から販売を開始します。

2007 年のリスティング広告の市場規模は 1,078 億円(前年比 123%、アウンコンサルティング調べ)となり、今年もさらなる拡大を続けています。その一方で、出稿広告主や取り扱いキーワードの増加により、入札管理の複雑化や広告効果の維持・向上が課題となっています。今回、オプトでは、こうした課題を解決するために自動入札システムを開発したものです。

■自動入札システムの概要

システム名称：ADPLAN 自動入札システム

提供方法：リスティング広告の効果測定システム「ADPLAN LS」(アドプラン エルエス)と統合し、ASP 方式で提供

価格体系：基本設定費用 100,000 円、月額費用 50,000 円（現状の「ADPLAN LS」の価格から変更なし）

基本機能： ABCD 分析機能

全広告効果を基準に全キーワードを ABCD のカテゴリ別に自動選別。以降、カテゴリ単位で入札管理を行うことで費用対効果の向上が期待できます。

タイマー入札機能

指定した日時に自動入札を行います。ユーザーの検索行動や購入・サービスの申込みが集中する曜日や時間帯を指定することで効率化が図れます。



PRESS RELEASE

なお、オプトでは、「ADPLAN LS」の導入目標を 2009 年末までに 300 件としており、自動入札と効果測定機能を活用することで導入先企業のリスティング広告の費用対効果の向上を目指します。

以上

〔株式会社オプトについて〕

オプトはお客様のインターネット上でのマーケティング活動をお手伝いする「e マーケティングカンパニー」です。「売上に直結する e マーケティング」をコンセプトに、お客様のマーケティング ROI（費用対効果）を最大化します。URL <http://www.opt.ne.jp/>

「ADPLAN LS」について

Overture、Google の提供するリスティング広告の効果測定および運用管理機能「ADPLAN LS」通常、媒体ごとの専用画面にログインし、作業を行う必要があったリスティング広告のワード追加やリンク先変更などの運用管理をプラットフォームの画面からの一元管理が可能となり、Overture や Google のアカウント運用の効率化を図ることができます。また、リスティング広告の効果を媒体別・キャンペーン別・広告グループ別・クリエイティブ別・キーワード別に測定し、より効果の高いリスティング広告の実践に活用します。

[本件に関するお問い合わせ先]

株式会社オプト 広報担当 大野
TEL)03-6268-3845

[関連 URL]

株式会社オプト <http://www.opt.ne.jp>