

オプト、モバイル広告の効果測定システム『アドプラン モバイル』を活用した 検索連動型広告のコンサルティングサービスを提供

- ・ オプト、モバイル検索連動型広告向けコンサルティングサービスを提供
- ・ 効果測定システム『アドプラン モバイル』に Web ビーコン方式を導入、コストダウンも実現

株式会社オプト(本社:東京都千代田区、代表取締役社長 CVO:鉢嶺 登、証券コード 2389、以下オプト)は、モバイル広告事業のサービス強化の一環として、モバイル広告の効果測定システム『アドプラン モバイル』を使って検索連動型広告の効果向上を促すコンサルティングサービスの提供を 3 月 1 日から開始しました。また、それに合わせて『アドプラン モバイル』の計測方式に Web ビーコン方式を採用、従来に比べて四分の一程度の価格で同システムの導入が可能となりました。

2006 年のモバイル検索連動型広告の市場(コンテンツ連動型広告も含む)は 21 億円(前年比 418%、アウンコンサルティング株式会社調べ)となっており、モバイル広告分野において最も有望な広告手法となっております。オプトでは、こうした点に着目し、モバイル検索連動型広告で使用するキーワードのクリック率だけでなく、どれだけユーザーの成約に結び付いたかを示すコンバージョン率まで詳細に計測し、より効果的なキーワードの選定・運用を行うサービスの提供を決めたものです。また、同サービスをクライアントが利用しやすくするために、自社ブランドの効果測定システム『アドプラン モバイル』の計測方式に Web ビーコン方式を採用、これにより従来に比べ四分の一程度のコスト(専用サーバーが必要ないため)での導入が可能となります。

モバイル検索連動型広告向けコンサルティングサービスの流れ

クライアント企業が『アドプラン モバイル』を導入

モバイル検索連動型広告で購入している全キーワードについて、「クリック数」「コンバージョン数(資料請求、商品購入、会員登録までの詳細レベル)」などを計測

その結果から、クリック率が高く、かつコンバージョン率が高いキーワードを絞り込む

それを繰り返し、より効果の高いキーワードに広告予算を投下し、費用対効果(ROI)を最大化する

「アドプラン モバイル」の概要

システムタイプ: モバイル広告の効果測定システム

主な特徴

- ・3キャリア(DoCoMo, au, SoftBank)の公式/非公式サイトに対応
- ・各種モバイル広告のクリック数、コンバージョン数をリアルタイムで計測
- ・モバイル広告の媒体別のキャリア/端末機種別でのクリック数、コンバージョン数がリアルタイムで

計測可能

計測方式

WEBビーコン方式(新規導入)、パケット計測方式(従来方式)からの選択可能

費用

初期設定費用 10万円より

月額費用 10万円より

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/>

[本件に関するお問い合わせ先]

株式会社オプト 経営企画部 広報担当 大野
pr@opt.ne.jp TEL)03-6268-3845

[関連URL]

株式会社オプト <http://www.opt.ne.jp>