



第15回 集客に役立つリターゲティング広告とは？



Profile プロフィール

ヤフー株式会社
マーケティングソリューションカンパニー マーケティング本部
マーケティング部 セミナー・イベント

金田 沙織

ヤフー株式会社入社後、Yahoo!プロモーション広告業務を担当。顧客への運用コンサルティングを経て、現在はYahoo!プロモーション広告の認知拡大のため、各地で講演活動を実施。

Yahoo! JAPANのサービスページに広告出稿

中小企業や個人事業主の方が手軽に行えるインターネット広告のひとつに、「リターゲティング広告」があります。自社サイトを訪れたことがある人に対して、画像を使ったバナー広告やテキスト広告を表示し、サイトへの再訪を促すものです。Yahoo!ディスプレイアドネットワーク(YDN)の「サイトリターゲティング」では、Yahoo! JAPANのサービスページやパートナーサイトに自社サイトへの再訪を促す広告が掲載できます。「Yahoo!ニュース」や「Yahoo!天気」など、日常的に閲覧する人が多いサイトを広告媒体に利用して、自社サイトの集客にお役立ていただけます。

ターゲットを絞って見込み顧客に広告を届けられる

サイトリターゲティングは、自社サイトを訪れた見込み顧客に対して、興味度に応じた広告を表示できるのが強みです。トップページを閲覧した人、商品の詳細ページを見た人、購入直前にサイトを離脱した人、商品を購入した人など、各段階に応じて異なる広告を表示することができます。ターゲットを絞って需要にマッチした広告配信を行えるので、サイト再訪を促すだけでなく、成約につなげやすいのが最大の魅力です。

インターネット広告は今後の企業マーケティングの主流

もうひとつの魅力は、広告効果をその場で可視化できることです。広告の表示回数や成約数、1成約当たりの広告費用などのデータをレポートで即座に確認できるので、WEBマーケティングのツールとしても利用価値があります。インターネット広告は年々市場規模が拡大し、SNSをはじめ多彩なメディアが広告媒体としての価値を高めつつあります。インターネット広告をどう使いこなすかが、今後のマーケティング戦略の肝になるかもしれません。