



DFP スタンダード の設定方法

- 広告枠ユニットの作成から収益向上の施策まで

DFP スタンダードとは?

- 1. 広告の配信、管理を簡単に行うことができるアドサーバーです。
- 2. 下記のようなケースが当てはまるサイト運営者様にお勧めのツールです。
 - 広告営業チームを社内に抱えている
 - 複数のアドネットワークを利用している
 - 純広告、アドネットワークの収益性を向上させたい



www.google.com/dfp/sb

DFP スタンダードの利用概要

	DFP スタンダード
	 一般的なアドサーバーの機能 純広告、アドネットワーク、アフィリエイト広告、自社広告等の配信、 レポート機能
機能	2. 広告枠の収益性向上機能 純広告の空き枠への AdSense 配信、アドネットワーク・アフィリエイト広告と 単価を競合させての AdSense 配信など
	3. 広告価値を高める配信設定 地域ターゲット、ブラウザターゲット、IPターゲット、広告表示頻度の管理など
コスト	1. 広告表示回数(Imp) 9,000万 以下/月:無料 ※広告表示回数に、AdSense の表示回数は含まれません。
	2. 広告表示回数(Imp) 9,000万以上/月:有料 (プレミアム版として提供予定)
	1. 広告表示回数(Imp) 9,000万 以下/月: オンラインサポート
サポート	2. 広告表示回数 (Imp) 9,000万 以上/月:オンラインサポート(プレミアム版)
	※DFP プロご導入の場合は、専任サポートをご利用いただけます。 3





広告ユニット の設定	ステップ 1	<u>広告ユニットの作成</u>
広告枠の	ステップ 2	<u>プレースメントの作成</u>
サイトに	ステップ 3	<u>タグの生成</u>
設置	ステップ 4	<u>オーダーの作成</u>
受注情報 の入力	ステップ 5	<u>広告申込情報の作成</u>
	ステップ 6	<u>広告クリエイティブのアップロード</u>
林田	ステップ 7	<u>レポート画面の確認</u>
効果 測定・改善	ステップ 8	<u>収益を最大化するための秘策</u>

ステップ1 広告ユニットの作成

広告枠の設定から一連の作業が始まります。 アカウントにログインし、手順に従ってください。

- 1) [在庫] タブを開きます。
- 2) [広告ユニット]を開きます。
- 3) [新しい広告ユニット]を選択します。

	オーダー 在庫 レポート							管理者
6		3)						
Y	広告ユニット	+新	しい広告ユニット 🛛 新し	い広告ユニットを一掛	話アップロード 広告コ	1ニットをダウンロード		
	プレースメント							
		2	開始 停止 アーカ	イブ				
	ネットワーク設定							
	カスタム ターゲット設定		名前 ↑	ステータス	説明	サイズ	AdSense で使用可 能	プレースメント
	タグの作成							
ſ								
	広告ユニットを検索							
	実行							

ステップ1 広告ユニットの作成

オーダー 在庫 レポート	管理者
<mark>広告ユニット</mark> ブレースメント	_{広告ユニット >} 新しい広告ユニット
ネットワーク設定 カスタム ターゲット設定 タグの作成	名前 ① example.com_Section_Su きり ② ② Example.comのサンプルカテゴリー内、サンプル個別ページ、ページ内のスクロールせずに見える上部、サイズ W728xH90の広告枠。 (記入に関してはOptionです)
広告ユニットを検索 実行	サイズ ③ 728×90

広告ユニットに名前をつけます。
 それぞれの広告ユニットを識別できるよう、下記の情報を含めて名前を作成すると管理する際に便利です。

サイト名・ページの場所・ページ内の広告ユニットの場所・広告ユニットの名前・サイズ *例:ABCProductsUnlimited_HelpCenter_TopLeft_728x90* (サイト名:ABCProductsUnlimited、ページ名:HelpCenter、 ページ内の広告ユニットの場所:TopLeft、広告ユニットの名前とサイズ:728x90)

- 説明を記入します。(任意)
 管理しやすいよう、広告ユニットの説明を記入します。(外部に公開される情報ではございません)
- 広告ユニットのサイズを決定します。
 サイズはプルダウンから選択いただけます。
 ご希望のサイズがない場合は、プルダウンから「カスタム」を選択し、幅と高さを指定します。





 広告を新しいウィンドウで表示させたい場合は、 "_blank"を選びます。

広告を同じウィンドウ内で表示させたい場合は、 "_top"を選びます。

- プレースメントで
 ②

 Example.com サンプルカテゴリ
 シレースメントが選択されていません。

 ロ個のアイテム
 ごを

 上記のアイテムすべてを追加>>
 - 2) 広告ユニットとプレースメントを 結びつける設定を行います。

プレースメントと広告ユニットを結び付けるこ とで、はじめて広告の配信先を指定することが できるようになります。 こちらの設定は後程ご紹介する「プレースメン トの設定」セクションでも詳しく説明いたしま す。

ステップ1 広告ユニットの作成

AdSense による収益化の設定

純広告の空き枠への AdSense 配信、アドネットワーク・アフィリエイト広告と単価を競合させての AdSense 配信の設定が可能です。

- 1) AdSense の配色などの設定を個別に行う場合、この欄のチェックを外します。
- 2) 空き枠への配信・他ネットワークとの競合配信により、収益を最大化させるためには、この欄をチェックします。(推奨)

① R ネットワーク設定の AdSense デフォルト設定を使用する AdSense 設定 🔽 AdSense で未販売の広告枠と空き枠の収入を最大化 😢

AdSense の広告タイプや配色、フォーマットのスタイルを設定します。設定がすみましたら、保存をして、 次のページに進みます。(広告のタイプは「テキスト広告とイメージ広告」の設定が推奨)

広告タイプ テキ	=スト広告とイメージ広告	~
<u>広告タイトル</u> 広告テキスト www.advertiser-url.com	Open air	~
Ads by Google	枠線	FFFFF
	タイトル	0000FF
	背景	FFFFF
	テキスト	000000
	URL	008000
	角のスタイル	デフォルト 💌
	フォント ファミリー	Times 💌
	フォント サイズ	大 🕑

ステップ1 広告ユニットの作成

広告ユニットを保存すると、下記のような画面が表示されます。 これで広告ユニットの作成が完了しました。次はプレースメントの作成を行います。

オーダー 在庫 レポート							管理者
<mark>広告ユニット</mark> プレースメント		新しい広告ユニット 新い	しい広告ユニットを一 カイブ	括アップロード 広告:	ユニットをダウンロード		
ネットワーク設定 カスタム ターゲット設定		名前↑	ステータス	説明	サイズ	AdSense で使用可 能	ブレースメント
タグの作成 広告ユニットを検察 実行 ステータス: アクティブと非アクティン ▼		example.com_Section_	アクティブ	Example.comのサンプ ルカテゴリー内、サン プル個別ページ、ペー ジ内のスクロールせず に見える上部、サイズ W728xH90の広告 枠。(記入に関しては Optionです)	728×90	μı	0
मर्नरः न्दर 💌				表	∉示するページ: 1	表示する行数: 20	▼ 1 - 1/1 ◀ ▶
ヘルブ 🗉							

設定方法の基本手順

広告ユニット の設定	ステップ 1	<u>広告ユニットの作成</u>
広告枠の	ステップ 2	<u>プレースメントの作成</u>
サイト	ステップ 3	<u>タグの生成</u>
に設置	ステップ 4	<u>オーダーの作成</u>
受注情報 の入力	ステップ 5	<u>広告申込情報の作成</u>
	ステップ 6	<u>広告クリエイティブのアップロード</u>
効果 測定・改善	ステップ 7	<u>レポート画面の確認</u>
	ステップ 8	収益を最大化する為の秘策

ステップ2 プレースメントの作成

プレースメントと広告ユニットを結び付けることで、はじめて広告の配信先を指定することが できるようになります。

また、プレースメントの情報を広告主に公開することができ、広告収益の向上につなげられます。

1つのプレースメントには、1つないしは複数の広告ユニットを結び付けることができます。例えば、同 じページ内の複数の広告ユニットを結び付けるプレースメントを作成しておくことにより、異なる 大きさ、場所をまとめた広告商品を簡単に設定することもできます。

- 1) [在庫]タブの[プレースメント] を選択します。
- 2) [新しいプレースメント] を選択します。

オーダー 在庫 レポート							管理者
広告ユニット プレースメント	+ 新 (しいプレースメント 開始 停止 アー	カイブ				
		名前 ↑	ステータス	説明	サイズ	ターゲット設定 が有効になりま した	広告ユニット
タグの作成 <i>プレースメントを検索…</i> 実行		Example.com サンフ	アクティブ	このプレースメン トロコよ、Products Unlimited のへル プセンター内のす べてのフッター バナーが含まれ ます。	728×90	Itu	1
ステータス: アクティブと非アクティブ 💌 サイズ: すべて 💌		my blog brah brah	アクティブ			はい	0
				表示するページ	2: 1 表示	示する行数: 20 ▼	1 - 2/2 🔳 🕨

ステップ2 プレースメントの作成



割り当てられた広告枠	戻る ☆>広告ユニット> サイズ: すべて ❤	2)
(3	フィルタするテキストを入力	L
0	example.com Section SubSect.追加 🔨	L
		3)

1) プレースメントに名前を付けます。

それぞれのプレースメントを識別できるよう、下記の情報を 含めて名前を作成すると管理する際に便利です。

サイト名・ページ名・ ページ内の広告ユニットの場所・広告ユニットのサイズ

例:ABCProductsUnlimited_HelpCenter_TopLeft_728x90 (サイト名:ABCProductsUnlimited、ページ名:HelpCenter、 ページ内の広告ユニットの場所:TopLeft、 広告ユニットの名前:BigBanner)

- プレースメントの説明を記入します。(任意) 管理しやすいよう、プレースメントの説明を記入します。 (外部に公開される情報ではございません)
- 3) このプレースメントと結び付ける広告ユニットを選択し、 [追加]リンクをクリックします。

プレースメントと1つ以上の広告ユニットを結び付けます。 これで、広告の配信先を指定することができます。 ステップ2 プレースメントの作成



- この欄をチェックすると AdWords の広告主に対して、
 このプレースメントの情報を表示することができます。
- この欄をチェックすると <u>DoubleClick Ad Planner</u>を 通じて、広告主にこのプレースメントの情報を表示す ることができます。
- AdSense のアカウントでカスタムチャネルをターゲット設定可能にしている場合、設定をこのユニットにコピーすることができます。
- 4) 広告の掲載先を選択します。このプレースメントが トップページに掲載される広告の場合は、「ホーム ページ」を選びます。トップページ以外に掲載される 広告の場合は、「その他のページ」を選び、ページや カテゴリーの名前を記入します。
- 5) プレースメントのページ内での掲載位置を選択します。
- プレースメントの説明を記入します。
 こちらは広告主に公開される情報となります。「サイトの特徴」「広告の掲載位置」「ユーザー属性」等の 情報を記入して、広告主にアピールしましょう。
- 2) をチェックしている場合は、ここで広告枠の販売額
 を設定します。この情報も広告主に表示されます。
- 8) 設定が完了したら、保存します。

設定方法の基本手順

広告ユニット の設定	ステップ 1	<u>広告ユニットの作成</u>
広告枠の	ステップ 2	<u>プレースメントの作成</u>
サイト	ステップ 3	<u>タグの生成</u>
に設置	ステップ 4	<u>オーダーの作成</u>
受注情報 の入力	ステップ 5	<u>広告申込情報の作成</u>
	ステップ 6	<u>広告クリエイティブのアップロード</u>
** ==	ステップ 7	<u>レポート画面の確認</u>
^{効未} 測定・改善	ステップ 8	<u>収益を最大化する為の秘策</u>

ステップ3 タグの生成

DFP スタンダードからウェブサイトに広告を配信するには、AdSense と同様、広告タグをサイト内に設置 いただく必要があります。

- 1) [在庫]タブ内の[タグの作成]をクリックします。
- 2) [ユニット]を選択します。追加を押すと右の選択したアイテム枠に選択したユニットが表示されます。
- 3) [タグを作成]を押します

オーダー 在庫 レポート		管理者
広告ユニット プレースメント	タグの作成	
	広告ユニットの選 択 「戻る」 ① > 広告ユニット >	選択したアイテム 再設定
タグの作成	フィルタするテキストを入力	在庫 広告ユニット >
ヘルブ 🗉	example.com_Section_SubSect 削除 🦉	example.com_Section_S [x]
サイトで DFP スタンダードを実行す 📤 るために必要なタグ		
サイトでタグの設定をする際、すべ てのタグを <head> セクション内に 含める必要がありますか?</head>		
■ カスタムのターゲット条件を広告タ グに渡す		
タグ設定をしたページをデバッグす る マ	▲ 1個のアイテム 上記のアイテムすべてを追加 >>	
ヘ ルブ センター ヘルブ センターを検索 実 行	3 gyを作成	

ステップ3 タグの生成

生成さ	れたタグ
ドキュメ	ントのヘッダー ②
DOCT\</th <th>(PE HTML></th>	(PE HTML>
<html lar<="" th=""><th>ng="en-us"></th></html>	ng="en-us">
<meta< th=""><th>http.equiv="Content_type" content="text/html: charset=utf-8"></th></meta<>	http.equiv="Content_type" content="text/html: charset=utf-8">
<title>\</title>	Vidgets Magazine
<style f<="" th=""></style>	

該当ユニットのタグが表示されます。

ドキュメントのヘッダーとドキュメン トの本文とそれぞれに生成されたタグ をコピー&ペーストします。

生成されたタグをサイト内に貼り付けます。

設定方法の基本手順

広告ユニット の設定	ステップ 1	<u>広告ユニットの作成</u>
広告枠のアピール	ステップ 2	<u>プレースメントの作成</u>
サイト	ステップ 3	<u>タグの生成</u>
に設置	ステップ 4	<u>オーダーの作成</u>
受注情報 の入力	ステップ 5	<u>広告申込情報の作成</u>
	ステップ 6	<u>広告クリエイティブのアップロード</u>
林田	ステップ 7	<u>レポート画面の確認</u>
別末 測定・改善	ステップ 8	収益を最大化する為の秘策

オーダーの作成 ステップ4

オーダーの作成は、以下の2つのステップがあります。

I. 広告枠予測で数値を把握し、広告の配信条件などを登録します。

II. 申し込み情報として、広告主に紐付いた個別の広告キャンペーンして登録します。

I. 広告枠予測

純広告を販売する際に、純広告の販売条件に見合った広告表示回数は、どれくらいあるのか最初に確認をしておく必要があり ます。この広告枠予測機能を使って、販売可能な数を確認し、在庫の確認をしておきます。

例) グルメ系のサイトが広告主。ターゲティングは東京のみで、時間帯は昼時間(10:30-14:00) およびタ方/夜(17:00-22:00) の時間帯に表示させたい。販売できる広告表示回数はどの程度あるのか?

1) [オーダー] タブから、在庫の確認を選択します。

odfp スタンダード	オーダー	-を検索 ▼								
オーダー 在庫 レポート								管理者		
オーダー (0) オーダー情報 配信中 すぐに開始 まもなく終了 スター付き 最近表示した項目 その他	オーダー ◆新しいオーダー 在庫 0 個のオーダー ↓ 一時停止 再開 その	の確認 他の操作 ▼				オーダーの	の検索	実行		
広告申込情報の数(0) 配信中	□ 名前	瓜告中还情 報↓ ?	広告主	開始時間	終了時間	費用総額	表示回数	クリック数		
準備完了 一時停止 スター付き	配信中 準備完了 一時停止 スター付き									
最近表示した項目 その他 ▼				表示するページ:		る行数: 20 *	0 - 0/	0 4 🕨		

ステップ4 オーダーの作成 (広告枠予測)



在庫の見積もり画面が表示されます。

- 1) タイプを選択します。タイプとは、スポンサーシップ (タイアップ キャンペーンなど)、標準 (表示回数保証)、広告ネットワーク(回数など否保証)、自社広告などになります。
- 2) 優先順位を選びます
- 3) 広告が表示される期間を選びます。
- 4) 表示回数/クリック数などを記入し、単位を設定します。



 該当の広告キャンペーンで使用する広告クリエイティ ブの数を選びます

 ローテーションでクリエイティブを表示させる場合の パターンを選びます。

均等: 均等に表示 最適化: クリック率の最も高いものを優先的に表示 重要度: 指定した頻度で表示

 曜日と時間を選びます。編集を押すと、日時指定画面 が表示されますので、この画面で設定します。15分刻 みで時間設定をすることができます。

4) フリークエンシーキャップを必要に応じて設定します。

フリークエンシー キャップとは、 特定の期間(1分、1時間、1日、1週間、1か月、全 期間)に同一ユーザーに表示される広告の数を指定で きる機能です。

リピーターが多いサイトの場合、同じ広告を表示し続 けると、クリック率が落ちる傾向があるため、この機 能を使って、配信頻度を制御することが可能です。



调

月

表示回数 全期間 🔻

Ŧ

•

表示回数

表示回数

[X] 1

[x] 1

[X] 1

掲載の調整オブション
 表示する広告クリエ 21
 1つ以上 ▼
 イティブ数
 広告クリエイティブを 32
 最適化 ▼
 ローテーションで均
 等に表示 3
 曜日と時間 21
 すべての日付と時間 編集

(広告枠予測)

ステップ4 オーダーの作成

ステップ4 オーダーの作成 (広告枠予測) ターゲット 設定を追加 在庫 再設定 選択した条件 検索|参照 マッチする • タム語定 在庫 検索 東京 护城 広告ユニット> ブラウザ ▼ 東京,日本(県) Example_news_all_300_250 [X] ユーザーのドメイ 地域 ☑ 東京 23 区, 東京, 日本 (市区郡) 地域:東京,日本 [X] 再設定 E E E E E E E 地図 航空写真 地図+写真 青森 + 北朝 - 서울 北朝鮮 秋田のの盛岡 日本 新潟 • 仙台 長野 韓国 ターゲット 設定を追加 在庫 再設定 選択した条件 2^{加スタム設定} 在庫 マッチする 抽城 広告ユニット > フィルタするテキストを入力. Example_news_all_300_250 [X] ユーザーのドメイ ブラウザ 🕨 地搏 ブラウザ言語 🕨 国名:日本 [X] 帯域幅 🕨 ○ 市区郡:東京 23区,東京,日本 区 オペレーティング システム 🕒 ターゲット 設定を追加 **右庫** 再設定 選択した条件 カスタム設定 在庫 地域 2 広告ユニット> $(\mathbf{3})$ マッチする 🔻 ブラウザ Example news all 300 250 [X] ーザーのドメイ org, stanford.edu, example.co.in 地域 国名:日本 [X] ◎ 市区郡:東京 23区,東京,日本 区

ターゲットの属性をここで設定します。

- 1) 地域ターゲティングを設定します。
- 2) ユーザーの利用ブラウザ、言語、OS,帯 域などにターゲティングすることが可能 です。
- ユーザーのドメインをターゲティングで きます。

設定が完了したら、右下の保存ボタンを押し ます。

ステップ4 オーダーの作成 (広告枠予測)

設定が完了したら、在庫の確認ボタンを押して、データ取得をします。

1) 広告枠がすでに表示されているのであれば、予測表示回数に数値が表示されます。

2) 実際の在庫が、販売予定の数値に届かない場合、注意書きが表示されます。

3) 十分な販売在庫がある場合、この条件を元にオーダーを作成することができます。

既存のオーダーに紐付ける場合は、既存のオーダーの名前を入力します。







ここからは、予測の数値をもとに実際の販売情報を登録する作業に移ります。

- 1) 広告の名前を付けます。また、次の行には広告主の企業名をいれておきます。
- 広告担当者には、サイト運営者側の広告営業担当者等のメールアドレスを入力します(広告主のメールアドレスではありません)。
- 3) オーダーのオプション欄では、広告主の担当者情報なども登録することができます。(任意)

edfp スタンダード	オーダーを検索	
オーダー 在庫 レポート	1	管理者
オーダー (0) オーダー情報 配信中 すぐに開始 まもなく終了 スター付き 最近表示した項目 その他 ▼ 広告申込情報の数(0)	新しいオーダー ① ③ 広告担当者 ③ 広告担当者 ④ ● オーダーのオブションの欄	
配信中 準備完了 一時停止 スター付き 最近表示した項目 その他 ▼	新しい広告申込情報 名前 広告枠のサイズ 図 (つけしのサイズオン ママロ ゆ スーカーズ(ボカー)	
	1つ以上のサイスをガノイで区切っ(ヘカレてくたき)	



新たに純広告を受注した場合

広告枠に対して、販売した条件を設定します。

- 1) [オーダー] タブを開きます。
- 2) [新しいオーダー]を選択します。

1	edfp スタンダード		オーダーを検索 🔻					
T	オーダー 在庫 レポート							管理者
	オーダー (0) オーダー情報 配信中 すぐに開始 まもなく終了 スター付き 最近表示した項目 その他 広告申込情報の数(0) 配信中	オーダー 2 +新しいオーダ 0 個のオーダー (一時停止) 名前	- 在庫の確認 - 再開 その他の操作 ▼ 板 ¥	込情 ? 2	開始時間	終了時間	オーダーの検索 費用総額 表示回数	実行 クリック数
	 準備完了 一時停止 スター付き 			このビューの	データはありません。			
	最近表示した項目 その他	•			表示するページ:	1 表示す	る行数: 20 🔻 0 - 0.	/0 🕨 🕨



- 最初に広告申込情報の名前・サイズを入力します。広告 商品が識別できる名前を入力してください。
- タイプを選択します。タイプとは、広告配信の優先度となります。複数の広告申込情報から同時に同じプレースメントを配信先として指定できるのですが、優先度の高いタイプの広告申込情報が優先的に配信されます。

代表的なタイプは「スポンサーシップ(タイアップキャンペーンなど)」「標準(表示回数保証)」「広告ネットワーク(回数など被保証)」「自社広告」があります。

- 3) 広告の掲載開始/終了の日時を設定します。
- 4) 販売した広告の表示回数またはクリック数を設定します。
- 5) 販売した広告の単価を記入します。販売額ではなく、 CPM、CPC、CPDのいずれかの単価を入力します。
 - CPM: インプレッション単価(表示回数1,000回あたりの単価)
 - ・ CPC: クリック単価
 - CPD: 日別単価(スポンサーシップのタイプのみ)
- 6) ネットワークのタイプを選択しており、アドネットワー クやアフィリエイト広告を配信している場合、該当のア ドネットワークやアフィリエイト広告での表示回数1,000 回あたり収益実績(eCPM)を入力してください。
- 7) 必要に応じて、割引額を設定します。





- 該当の広告キャンペーンで使用する広告クリエイティブの数を選びます
- ローテーションでクリエイティブを表示させる場合の パターンを選びます。

均等: 均等に表示 最適化: クリック率の最も高いものを優先的に表示 重要度: 指定した頻度で表示

- 曜日と時間を選びます。編集を押すと、日時指定画面 が表示されますので、この画面で設定します。15分刻 みで時間設定をすることができます。
- フリークエンシーキャップを必要に応じて設定します。

フリークエンシー キャップとは、 特定の期間(1分、1時間、1日、1週間、1か月、全 期間)に同一ユーザーに表示される広告の数を指定で きる機能です。

リピーターが多いサイトの場合、同じ広告を表示し続 けると、クリック率が落ちる傾向があるため、この機 能を使って、配信頻度を制御することが可能です。

ステップ5 広告申込情報の作成

広告申込情報の中で、キャンペーンの詳細を設定していきます。

- 1) 広告キャンペーンの名前をつけます。
- 2) 広告枠のサイズを確定します。

edfp スタンダード	オーダーを検索・	
オーダー 在庫 レポート		管理者
オーダー (0) オーダー情報 配信中 すぐに開始 まもなく終了 スター付き 最近表示した項目 その他 ▼	新しいオーダー 名前 会社名 広告担当者 ?? ・	
配信中 準備完了 一時停止 スター付き 最近表示した項目 その他	新しい広告申込情報 (1) 広告枠のサイズ 1つ以上のサイズをカンマで区切って入力してください	

ターゲット設定とは、どの位置の広告枠にどの広告を表示させるかを設定することです。 具体的には、プレースメント(販売できる広告枠の在庫)と、純広告の申し込み情報を結びつけます。

- 1) プレースメントの ▶ マークを押すと、作成してある広告ユニットのリストが表示されます。
- 2) リストの中から以前に作成したプレースメントを指定します。
- 3) 選択したプレースメントは右枠に在庫として表示されます。

ターゲット 設定を 在庫 カスタム設定	追加 戻る				
地域 ブラウザ ユーザーのドメイ ン	フィルタするテキストを入力 広告ユニ(小) プレースメント	追加			
				選択した条件	再設定
左庫 カスタム設定	戻る (Δ>広告ユニット>		3	在庫 ゴルースメル	
地域2	フィルタするテキストを入力			example_blog_all	[X]
ブラウザ ユーザーのドメイ ン	Example_news_all_300_250 example.com Section SubSect	追加。		example_news_all	[X]

ステップ5 広告申込情報の作成



30

ステップ6 広告クリエイティブのアップロード

純広告の広告枠を販売した場合、広告クリエイティブを入稿する必要があります。 ここでは、キャンペーンに対しての関連付けなどの設定を行います。

1) 広告クリエイティブのアップロードをするには、まず該当のオーダーを開きます。

オーダー 在庫 レポート	管理者
サンブル新規商品キャンペーン 広告申込情報の数(1) サンブル新規商品キャンペーン	☆ オーダー: サンプル新規商品キャンペーン 編集 ₀リェイティブが必要(1) 2010/12/01 0:00- 2010/12/24 23:59 ¥700,000 費用総額
オーダー (1) オーダー情報 配信中 すぐに開始 まもなく終了 スター付き 最近表示した項目 その他 ▼	*新い広告申込情報 その他の操作 * レポートを実行 会社名 サンブル株式会社 (広告主) 広告担当者 imoton@yahoo.co.jp 編集 連絡先 編集 営業担当者 オブション 代理店 編集 オブション ア0番号 編集 オブション 連絡先 編集 オブション メモ 編集 オブション
 込告申込情報の数(1) 配信中 準備完了 →時停止 スター付き 最近表示した項目 	1個の広告申込情報 表示回数 グリック数 ② グリック率 ② 0 0 0.00%
その他 ・	←時停止 再開 その他の操作 Zテータス: すべて(アーカイブ解除) ▼ タイブ: すべて へ方テータス: すべて(アーカイブ解除) ▼ タイブ: すべて へ方テータス: すべて(アーカイブ解除) な方中込情報の検索… 実行 へううえ ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・
広告申込情報を作成する 広告クリエイティブをアップロードす るにはどうすればよいですか? 広告申込情報に関連付けられた広	☆ サンブル新規商品キャンペ クリエイテ 価格優先 2010/12/01 2010/12/24 ¥70 10.000,000 3.57回数 0 0 0.00% 該当なし ジョン単価 ま示するページ: 1 表示する行数: 20 ▼ 1 - 1/1



1) [広告クリエイティブの追加]を選択します。

オーダー 在庫 レポート							管理者
サンブル新規商品キャンペーン 広告申込情報の数(1) サンブル新規商品キャンペーン	サンブル新規商品キャンペーン 会広告 ひ 込情報: 価格優先 2/01 0:00-20 一時停止 広告クリエイラ	> サンプル 新規商 品キャンペ 010/12/24 23:59 = ィブの追加 ▼ その他の操作 ▼ レポートを	ーン <mark>ク</mark> 実行	リエイティブが必要	Ę	広告申〕	∆情報 1/1 ◀ ▶
オーダー情報 配信中 すぐに開始 まもなく終了	表示回数 0	② クリック数〇	2	クリック率 0.00%	2	^{進捗状況} 該当なし	2
ススーNa 最近表示した項目 その他 ▼	広告クリエイティブ (0) 最適化クリエイティブのローラ	設定					
レム告申込情報の数(1) 配信中 準備完了	▲ 次のサイズの広告ク	リエイティブはアップロードされていません。					
マター付き 最近表示した項目 その他	300x250:• 新し	い広告クリエイティブ					
	□ 名前	ステータス + ?		重要度	表示回数	クリック数	クリック率
ヘルブ □ 広告クリエイティブをアップロードす ▲ るにはどうすればよいですか?		ວຫ	ビューのデー	タはありません。			
広告クリエイティブをプレビューする 広告クリエイティブを編集するには どうすればよいですか?					表示するページ: 1	表示する行数: 20 🔻	0 - 0/0 🔳 🕨



1) 広告のタイプを選びます。今回は画像を例にご説明します。



- 1) [参照]を押して、該当の画像ファイルを選びます。
- 2) クリエイティブの名前を付けます。
- 3) ユーザーがクリックした際に表示されるリンク先のページを設定します。
- 4) 広告ユニットのサイズを選びます。
- 5) こちらをチェックすると、広告クリエイティブのサイズに広告ユニットのサイズを自動的に調整し ます。

例えば "120x600" のサイズの広告クリエイティブを "160x600" のサイズの広告ユニットにアップ ロードすると、小さい方の広告クリエイティブに合わせてサイズを自動的に調整します。

6) [保存]をクリックします。



ステップ6 広告クリエイティブのアップロード

下記のようにアップロードされた広告クリエイティブのプレビューが表示されます。 これで広告クリエイティブのアップロードは完了となります。



設定方法の基本手順

広告ユニット の設定	ステップ 1	<u>広告ユニットの作成</u>
広告枠の	ステップ 2	<u>プレースメントの作成</u>
サイト	ステップ 3	<u>タグの生成</u>
に設置	ステップ 4	<u>オーダーの作成</u>
受注情報 の入力	ステップ 5	<u>広告申込情報の作成</u>
	ステップ 6	<u>広告クリエイティブのアップロード</u>
林田	ステップ 7	<u>レポート画面の確認</u>
別未 測定・改善	ステップ 8	<u>収益を最大化する為の秘策</u>



ステップ7 レポート画面の確認

広告の配信が開始されたら、レポートを確認します。

- アカウントにログインし、レポートを確認したいオーダーの名前をクリックします。オーダーのレ ポートが確認できます。(該当オーダーに含まれる全ての広告申込情報の合算値)
- 2) 広告申込情報レベルのレポートを確認するには、広告申込情報の名前をクリックします。

オーダー 在庫 レポート			管理者
サンブル新規商品キャンペーン 広告申込情報の数(1) サンブル新規商品キャンペーン	☆オーダー:サンプル新規商品キャンペーン 2010/12/01 0:00- 2010/12/24 23:59 ¥700,000 費用総額	扁集 下書き (1)	
オーダー (1) オーダー情報 配信中 すぐに開始 まもなく終了 スター付き 最近表示した項目 その他 広告申込情報の数(1) 配信中 準備完了	承認 + 新しい広告申込情報 その他の操作 * レポートを実行 会社名 サンブル株式会社(広告主) 連絡先 編集 オブション (代理店 補集 オブション 連絡先 編集 オブション 1 個の広告申込情報 東三回物 図 クリレク教	広告担当者 imoton@yahoo.(営業担当者 編集 オプション PO 番号 編集 オプション メモ 編集 オプション	co.jp 編集
一時停止 スター付き 最近表示した項目		0.00	÷
その他・	↓ 一時停止 再開 その他の操作 ▼	ステータス	:: すべて(アーカイブ解除) ▼ タイブ: すべて ▼ 広告申込情報の検索 実行
ヘルフ	名前 ステータス + ? タイプ ? 開始 ☆ サンブル新規商品キャンペ ○ -ン 300v250 下書き 価格優先 2010	特間 終了時間 費用 目標 表示回 2011 2010/12/24 ¥70 0:00 23:59 インブレッ ション単価	1数 クリック数 クリック率 進捗状況 ② 0 0 0.00% 該当なし
るにはとうすればよいですか?		表示するページ:	1 表示する行数: 20 ▼ 1 - 1/1 ◀ ▶ 3

ステップ7 レポート画面の確認

広告申込情報の詳細レポートが表示されます。

edfp スタンダード by Google		オーダ	- を検索 ▼							
オーダー 在庫 レポート										管理者
保存済みレポート 所有者が自分のレポート 自分と共有されているレポート 掲載 対象となる広告主 オーダー	オーダー 保存して共 0 広告日	: サンプル _有 ェ _{クスボ}	新規商品キャン -ト ▼	ペーン					2010/12/01	<u>今日 昨日 先週 先月</u> - 2010/12/24 ▼
広告申込情報 広告テキスト(クリエイティブ)	表示: すべ	~]				広告	申込情報を検索 ▼		適用
在庫 ネットワーク	ディメンション	, 広告申込情報	R -							列を追加/削除 👻
広告ユニット ブレースメント	表示回数	2	クリック数	2 クリック率	(?)	収益	2 平均 eCPM	?	配信インジケータ	2
地域 ターゲット設定	0		0	0.00%	6	¥0	¥0		-	
AdSense	広告申込情	報	<u>表示</u> 国	288 * ↑	<u>クリック数</u>	クリック	<u>率</u> 収益	<u>平均 eC</u>	<u>:РМ</u>	配信インジケータ
 第 常業担当者 対象となる広告主 				-	のレポートの	データはありま	ません。			
ヘルプ						χ	マへ移動:	実行行を表示	⊼ः 10 🔻 0-0/	/0行 < >
レポートを生成する	▲ * MRC の)	22定数 <u>詳細</u>								

広告申込情報のステイタスについてご説明します。

オーダー							
◆新しいオーダー 在庫の確認							
1個のオーダー							
↓ 一時停止 再開 その他の操作 ▼					オー	-ダーの検索	実行
□ 名前	広告申込情報 ↓ ?	広告主	開始時間	終了時間	費用総額	表示回数	クリック数
□ ☆ サンプル新規商品キャンペーン	準備完了(1)	サンブル株式会社	2010/12/01 0:00	2010/12/24 23:59	¥ 700,000	0	0
			表示	するページ: 1	表示する行数:	20 🔻 1 - 1	/1 🕨 🕨

それぞれのステイタスは下記のような意味があります。

配信中:広告が配信されています。

準備完了:広告の配信は開始されていません。

ー時停止: 配信は一時停止されています。広告の配信を続けるには、広告申込情報を再開してください。

広告クリエイティブが必要:広告申込情報は作成されていますが、広告クリエイティブを追加する必要があります。 広告枠の解除済み:広告申込情報はキャンセルされており、広告枠は予約できません。

承認待ち:配信するにはアカウント管理者の承認が必要です。

完了:広告申込情報の終了日に達しています。

不承認: 広告申込情報はアカウント管理者に承認されませんでした。

下書き:広告申込情報は一時停止されており、広告が配信されていません。

キャンセル済み:広告申込情報はキャンセルされています。

アーカイブ済み:広告申込情報は有効なリストから削除されています。



ステップ 8-1 収益を最大化する為の施策-<u>空枠 活用方法</u>

純広告の配信が途切れる時期など空き枠が表示される場合、広告枠の穴埋めに AdSense を活用する ことで収益を最大化することができます。

- 1) [在庫] タブから該当の広告ユニットを選び、[AdSense 設定] の [編集] を選択します。
- 空き枠に AdSense を表示させて収益を最大化させる場合は、 「AdSense で未販売の広告枠と空き枠の収入を最大化1の欄をチェックしてください。

広告ユニット > Example_news_all_300_250 ステータス: アクティブ 設定 広告申込情報		
1個の設定が上書きされました。		
2		
名前	Example_news_all_300_250	
説明 💽 オプション	Example.com内のすべてのニュースページに設置する300X250サイズの広告ユニット。 編集	
サイズ	300×250 編集	
ターゲット ブラットフォー ム	ウェブ	
ターゲット ウィンドウ 😰	_blank 編集	
プレースメント 図 オプション ▲ AdSense 設定	1 個のブレースメント 編集 ① 開始 [+] 表示	

ステップ 8-2 収益を最大化する為の施策-<u>CPMの価格競合</u>

アドネットワークやアフィリエイト広告を AdSense と競合させて収益を最大化することができます。

前ページと同様の手順で [AdSense で未販売の広告枠と空き枠の収入を最大化]の欄がチェックされていることを確認してください。



- 1) 広告申込情報に戻り、ネットワークを選びます。
- ご利用金額の欄に競合させるアドネットワークや アフィリエイト広告の CPM (広告1000 回表示あ たりの収益)を入れます。

もし、AdSense の CPM がこの金額より高い場合は、 自動的に AdSense が配信される仕組みになります。

参考: インターネット広告の指標で良く使われる用語

Ad Impression	広告の表示回数
СРМ	"Cost per 1000 impressions" 広告 1000 回表示あたりの収益
CPD	"Cost per day" 1 日あたりの広告収益
CPC	"Cost per click" 1クリックあたりの収益
СРА	"Cost per action" 1 アクションあたりの収益 (会員登録、物品購入など)
CTR	"Click-through rate" 広告のクリック率



本書は、お客様の参考とするために、2011年2月1日付で作成した資料です。 本書の記載と、DFPスタンダードの利用規約及びポリシー並びに、ウェブサイト (本書の作成時には<u>https://www.google.com/intl/ja/dfp/info/sb/index.html</u>にあります) 及び関連するサイトに記載されている情報(以下「規約等」といいます)の間に差異があった場合、規約等が優先します。

また、本書に記載されている機能等は、お客様への事前の告知なく変更されることがあります。 最新の情報については上記のウェブサイト及び関連するサイトを御覧ください。 本書をGoogleの事前の許可無く、編集、改変及び再配布することはできません。本書についての著作権はGoogleに帰属します。