



MicroAd

BLADE

運用ガイド

株式会社マイクロアド

〒150-0044 東京都渋谷区円山町19-1 渋谷プライムプラザ2F

TEL : 03-6362-5455 FAX : 03-5428-6362

<http://www.microad.co.jp>

- **運用**

 - L CPA最適化

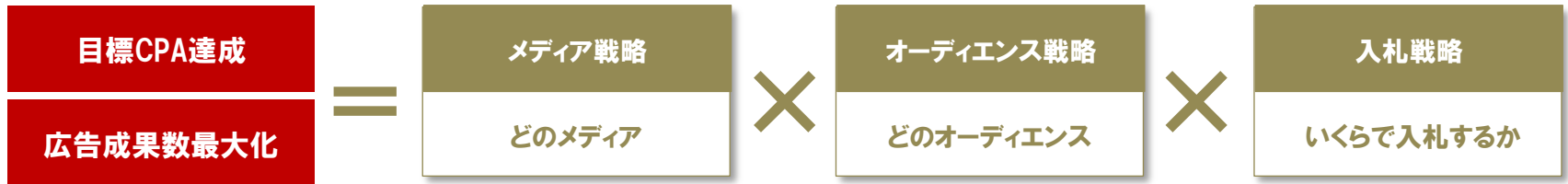
 - L CVの最大化

- **運用項目のチェック**

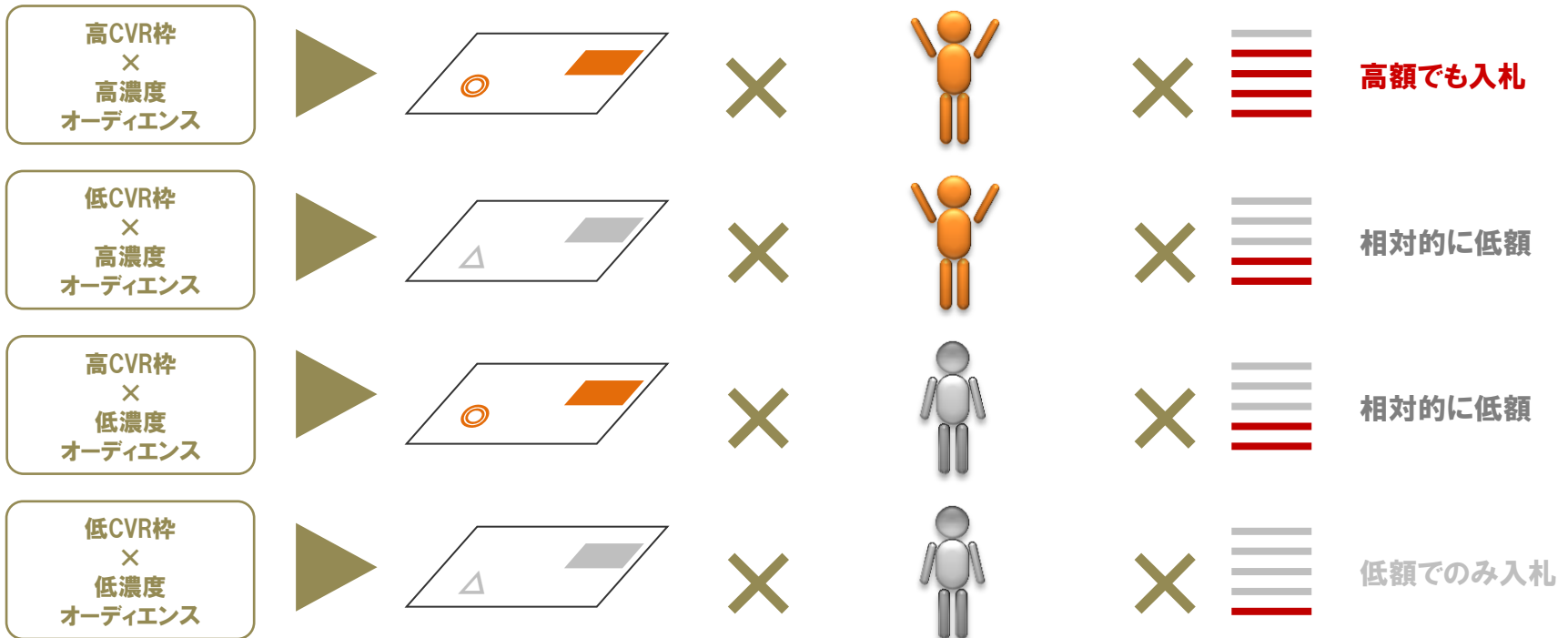
運用：CPA最適化

最適化が適用される設計
になっているか

BLADEエンジンが自動的に 【目標CPAの達成】×【広告成果数の最大化】をチューニング



- BLADEエンジンが各インプレッションにおけるコンバージョン確率を計算し、1インプレッション毎に入札金額を決定
- 高いCVRが見込まれるインプレッションには高額でも入札、低いCVRしか見込めないインプレッションには低額で入札



**目標CPAを達成させるためには、
CPA最適化機能を促進させることが重要**



2週間で1ストラクで20件以上のCVを確保すること



BLADEはCV実績に応じて、最適化が機能します。

**1ストラクットのCV数が多い程、最適化が促進され、
目標CPAに到達しやすくなります。**

20件

CPA最適化機能が適用されるには、
1ストラクあたりCV数20件以上の獲得が必要不可欠

2週間

1ストラクあたりCV数20件以上の発生後、
約2週間以内に大半のストラクに最適化が適用



ストラク 本数の考え方

CV件数を2週間で20件獲得するのに
最適なストラク本数に！

ポイント: 2週間で1ストラクあたりCV20件を目指す

予算	100万円
目標CPA	5,000円

月間100万円の予算であれば、
2週間 (=半月) で使える予算は50万円

▶ **ストラク数の上限値 = 5** (50万円 ÷ 目標CPA5,000円 ÷ CV20件)

このアカウントでは5ストラク以内に抑える設計が必要

疑似CVPの 設定

CV件数が2週間で20件に満たないアカウントは
全て疑似CVPを設置すべし！

予算	30万円
目標CPA	5,000円

月間30万円の予算であれば、
2週間 (= 半月) で使える予算は15万円

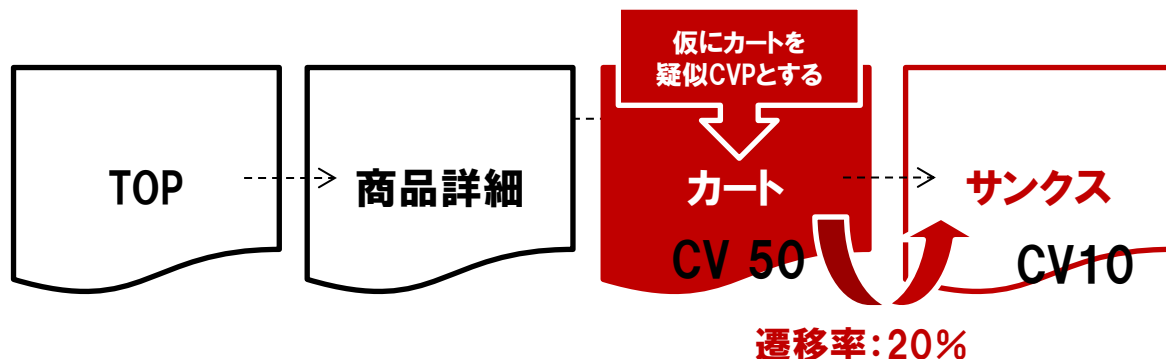
▶ **ストラクツ数の上限値 = 1** (15万円 ÷ 目標CPA5,000円 ÷ CV20件)

- 複数のターゲティング使えない・・・
- 複数のマーク使えない・・・

⇒ **疑似CVP活用！**



- ①疑似CVP設定ページからサクスページへの遷移率を算出
- ②本来の目標CPAから割り戻すことで疑似CVPの目標CPAを設定



- ①CVポイント毎のCV数を元に、疑似CVPから本来のCVPのユーザー到達率を計算する

▶ **ユーザー到達率 = 20%**

本来のCV数10CV ÷ 疑似CV数50CV × 100 = 20%

- ②本来の目標CPAにユーザー到達率を掛け合わせ、疑似CV目標CPAを算出する

▶ **目標CPA = 1,000円**

本来の目標CPA5,000円 × 遷移率20%

▶ **ストラク数の上限值 = 7**

(15万円 ÷ 目標CPA1,000円 ÷ CV20件)



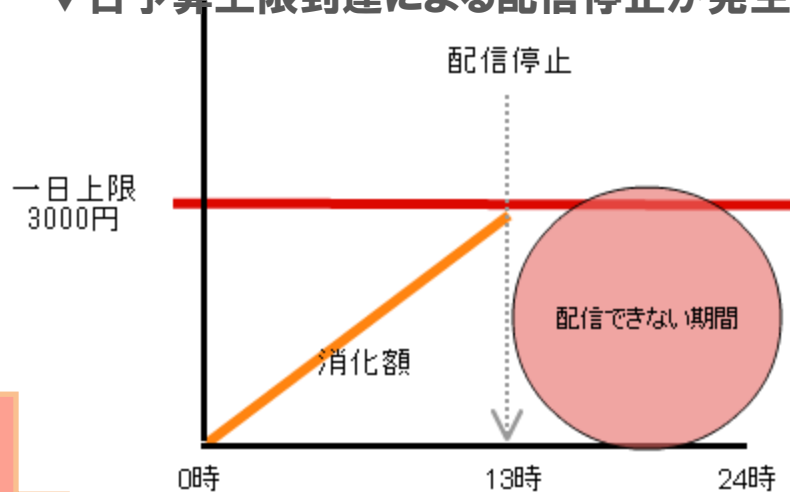
- ✓ CPAは最初から非常に良いため、最適化による配信量ダウンを避けたい
 - ※フォームリタゲ/カートリタゲなどで多い要望
 - ▶ **最適化を掛けない**
目標CPA値をゼロにすると最適化が掛かりません。

運用：CV最大化

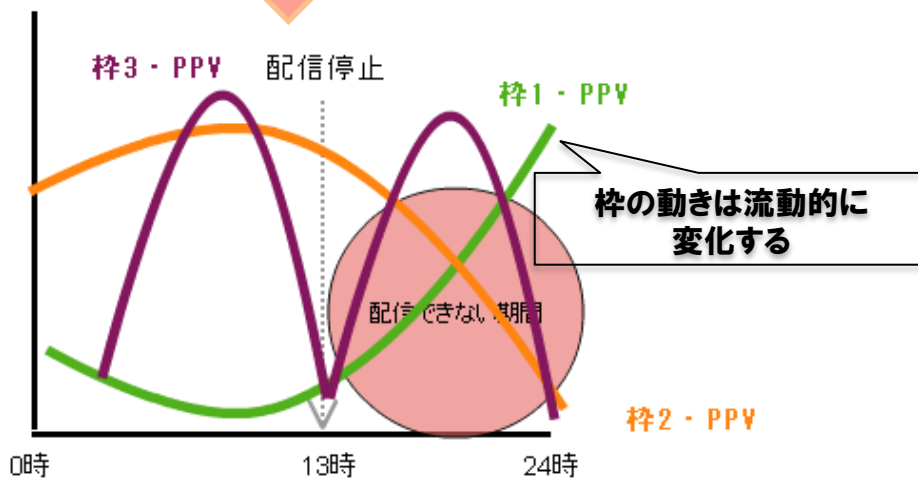
普段の配信で機会損失が
起きていないか

▶ 配信できない期間をなくすこと＝学習に必要な情報(人・枠)が最大限に活用できる。

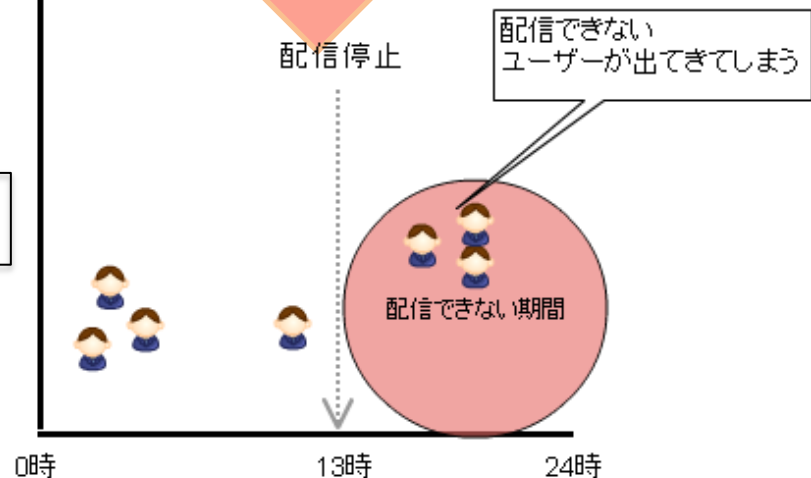
▼日予算上限到達による配信停止が発生すると・・・



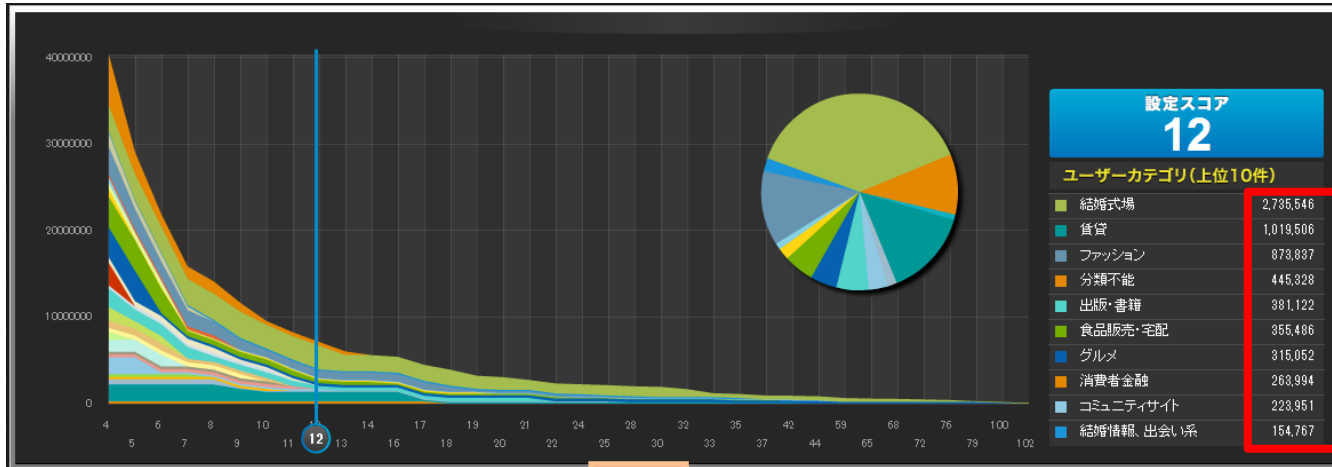
■広告枠視点での弊害



■ターゲットユーザー視点での弊害



▶ お昼の12時に一日上限に当たってしまったが、スコアをどの位下げたら良いか分からない。



ポイント!
配信対象ユーザー数を見る

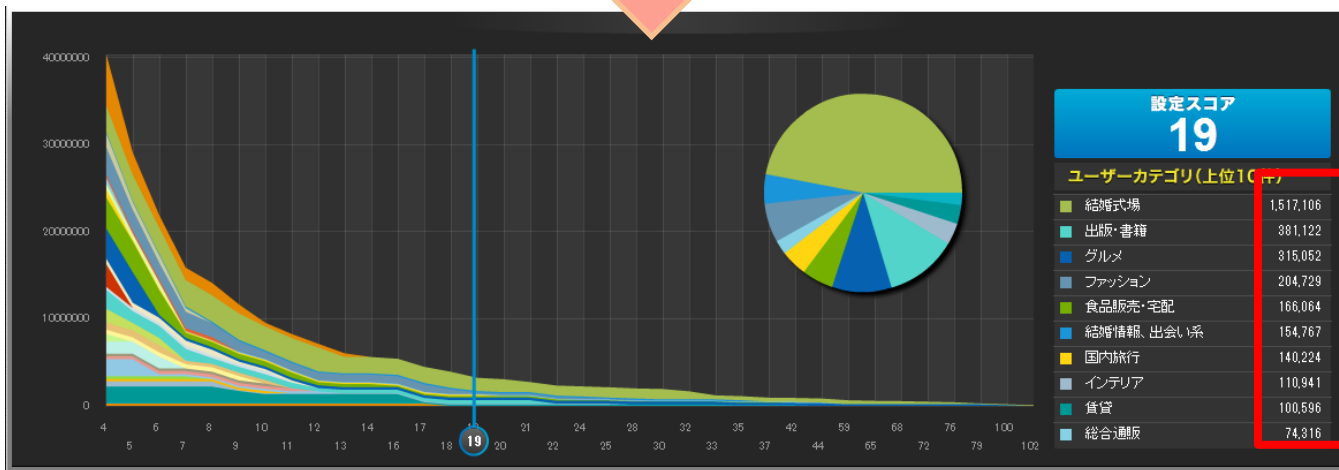
- 現状
- ・スコア12
 - ・配信対象ユーザー数:700万UB
 - ・一日上限停止時間:お昼12時



$$24h \div 12h = 2$$

$$700万 \div 2 = 350万$$

配信対象ユーザー数を2分の1に!
350万UB
スコア19に変更



▶ 配信できない枠をなくすこと = 効果の良い枠・人への配信を最大化できる

コンバージョン機会の損失！

ex. CPMブレーカー80円で設定



運用項目のチェック

最適化？最大化？
目的に合わせてチェック

新しい案件を開始する際、設計で注意すること

【チェック項目】

<全ターゲティングタイプ>

- ✓ 全ページにタグが設置されているか？
- ✓ クリエイティブは全サイズ入稿されているか？
- ✓ 擬似CVPは設定されているか？
- ✓ ストラクト数は適切か？
- ✓ 設定目標CPA値は適切か？

<リターゲティング>

- ✓ マークGは細かく作ったか？

<オーディエンスターゲティング>

- ✓ 配信元データが蓄積できているか？
- ✓ マニュアルモードになっているか？
- ✓ フリークエンシーは設定したか？
- ✓ デモグラ設定は適正か？

CPAが悪いストラクトを改善する

【チェック項目】

<全ターゲティングタイプ>

- ✓ 1ストラクト当たり、2週間で20件のCVがあるか？
- ✓ クリエイティブ精査は行われているか？
- ✓ 24時間配信できているか？
- ✓ FQ設定は適正に行われているか？
- ✓ 目標CPA設定は本来の目標値になっているか？

<リターゲティング>

- ✓ マークGは適正か？
(アフィリエイトユーザーが入っていないか？他に有効にマークGはないか？)

<オーディエンスタargeting>

- ✓ プロファイルのデータ量は必要量に達しているか？
- ✓ スコアは適正か？
- ✓ デモグラ設定は行っているか？

CPAが良いストラクトの配信量最大化

【チェック項目】

<全ターゲティングタイプ>

- ✓ クリエイティブは全サイズ入稿されているか？
- ✓ FQを緩めることはできないか？
- ✓ 24時間配信できているか？
- ✓ PC、SP両デバイスで配信しているか？
- ✓ 設定目標CPAを引き上げられないか？

<リターゲティング>

- ✓ 他にタグが設置できるページはないか？
- ✓ 未活用のマークGはないか？
- ✓ ストラクトの複製

<オーディエンスターゲティング>

- ✓ スコアを低くできないか？
- ✓ デモグラ設定は適正か？