

bambooshoot AD使い方マニュアル

目次

初期設定	1
ステップ1: クリエイティブの作成	1
ステップ2: 広告の設定	2
広告運用	3
広告リストでの確認	3
ダッシュボードでの確認	3

初期設定

ステップ1: クリエイティブの作成

1. クリエイティブ→「新規登録」ボタンより、広告に使用するクリエイティブが登録できます。



2. 「新規登録」ボタンを押すと、登録画面が開きます。クリエイティブ名と画像が登録できたら、「登録する」ボタンを押して登録完了となります。



- 登録が完了すると、「審査中」のステータスでクリエイティブリストに載っていることが確認できます。審査が通ってステータスが「OK」となれば、そのクリエイティブを使って広告配信ができるようになります。



ステップ2: 広告の設定

- クリエイティブ審査が通ったら、広告→「新規登録」より、広告の設定ができます。



- 広告配信に必要な各項目を入力します。
 - 広告名**： 広告を管理するため、広告名を設定します。
 - 商品URL**： 広告を配信したい商品のURLを入力します。
 - クリエイティブ**： 広告に使用したいクリエイティブを、登録したクリエイティブの中から選びます。
 - 月次予算**： 配信の月額上限金額を設定します。月の途中で予算が消化されてしまった場合は予算の追加、逆に余ってしまった場合は次月にそのまま繰り越しも可能です。
 - 日次予算**： 配信の日額上限金額を設定します。
(例： 月次予算300,000円で日次予算が10,000円の場合→最短30日で消化されます。)
 - 課金方式**： CPC形式（1クリックごとの課金）・CPM形式（1,000クリックごとの課金）どちらかを選びます。
 - 掲載日時**： 掲載希望の期間を設定します。
 - デバイス**： 表示させるデバイスをパソコン・スマートフォンどちらか選びます。
 - 性別**： 表示させるユーザーの性別について、男性・女性・指定なし のうちから1つ選びます。
 - 年代**： 表示させるユーザーの年代について、プルダウンで選択します。
 - 入札金額**： リターゲティング広告においては、広告枠の数が決まっている中で、より入札金額が高い広告が表示される仕組みです。そのため、1imp（表示）あたりの金額を設定します。

xii. **配信状態**： 「有効」を選択すると、登録後広告配信がスタートします。

3. 「登録する」ボタンを押すと登録完了です。

広告運用

広告リストでの確認

残予算・予算消化・表示回数・クリック数・購入数に応じて、配信内容の編集や、配信の停止を行います。

1. **レポート**： その広告の成果がグラフで確認できます。
2. **編集**： 課金方式や表示対象を編集できます。
3. **コピー**： 同じ設定内容の広告をもう1つ作成することができます。
4. **配信状態変更**： 「有効」ボタン→広告配信開始「停止」ボタン→広告配信停止ができます。
(ページ上部「一括で配信状態を変更」で、一括変更することも可能です。)

ダッシュボードでの確認

広告の全体の運用状況を、対象期間を設定してグラフで確認することができます。

1. **消化予算**： 設定した広告予算がどれくらい消化されているのかがわかります。
2. **成果**： 表示数・クリック数・購入数がわかります。
3. **効率**： 1,2から、以下を算出します。
 - i. **獲得単価**： 御購入者様を獲得するために1人あたりいくらかかっているのか
 - ii. **クリック単価**： 広告をクリックしてもらうために1人あたりいくらかかっているのか
 - iii. **勝率**： 表示回数÷入札回数で算出します。表示回数が上がれば上がるほど高くなります。勝率を上げるには、入札単価を上げるなどの対策が必要です。