

SNS広告掲載イメージ

GMO SOLUTION PARTNER

YDA

(Yahoo!ディスプレイアドネットワーク)



ニコニコ動画や朝日新聞などの連携サイトだけでなく、YahooメールやYahooニュース、Yahoo関連サービスなど幅広い媒体での配信が可能。また、細かく年齢をセグメントできるという利点と過去に指定したキーワードで検索したユーザーを特定し、ピンポイントで広告を配信することが可能。

・特徴的なターゲティングとしては、「サーチターゲティング」と「インタレストマッチ」の2つがある。

【サーチターゲティング】

過去に特定のキーワードを検索したことがある人に広告を表示する方法です。

【インタレストマッチ】

ユーザーが閲覧しているページの内容・閲覧履歴などをもとに、広告を表示させるターゲティング方法です。

参考: 広告審査を突破せよ! GDNやYDN、SNSのバナーサイズの最終確認ポイント
<https://service.plan-b.co.jp/blog/ad/8344/>



YDA

配信掲載イメージ



参考: ディスプレイ広告の掲載箇所は？

https://ads-promo.yahoo.co.jp/online/yda_ad_serving_surface.html

その他配信面

朝日新聞
DIGITAL

BuzzFeed



デイリー

DIAMOND
online



FNN PRIME
online



GameWith

goo

kurashiru

livedoor NEWS

毎日新聞

MAN
TAN
WEB

msn

スポーツ報知
SPORTS HOCHI

スポニチAnnex

食ベログ

東洋経済
ONLINE

TRILL

読賣新聞 オンライン

参考:YDNとは！？今更聞けない基本知識(リスティング広告との違い、配信先、ターゲティングの仕方、入稿規定など)を解説

<https://www.nichemedia.jp/jirei/nandemokoukoku/5389>



日本国内で最大のユーザー数で毎日使用しているユーザーが多いため、配信した広告を認識される可能性が高く、「LINEのみを使うユーザーの多さ」と「LINEユーザーの偏りのなさ」から圧倒的なリーチ力によって新規獲得率が高いという傾向を持っている。また、ターゲティング方法が豊富でピンポイントでターゲットにしたいユーザーに広告を配信が可能。

・ユーザー数

8600万人

・年代

年代に偏りが無い

・傾向

ユーザーに男女の偏りがなく、ユーザーの多くが毎日LINEを使用している

・向いている広告

老若男女に伝えたい商品・サービス

参考:【LINE広告】クリエイティブの制作| 配信面やサイズについて
<https://www.linebiz.com/jp/column/creative/20200318-02/>

配信面



トークリスト



LINEウォレット



タイムライン



LINEブログ



LINEポイント



LINEニュース



LINEマンガ



LINEショッピング



LINEチラシ



LINEマイカード



LINEクーポン

YouTube



YouTube広告は拡散力と費用対効果に優れており、動画がバズると急上昇ランクという機能でチャンネル登録外のユーザーにも動画を届けることができます。

SNSで簡単に拡散できるため、プロモーション費用をほとんどかけずに多くの人にアプローチすることができます。

・ユーザー数(日本)

6,500万人

・年代

主に10~40代と幅広い層で見られている

・傾向

思わずシェアしたくなるようなインパクトがあり、オリジナリティが高いものが多い

・向いている広告

ファッションや美容に関連するサービスや商品
個人の趣味や興味が購買意欲を左右する車やスポーツ用品など

参考:YouTube ヘルプ

<https://support.google.com/youtube/answer/2375464?hl=ja>

YouTubeの動画広告は大きく**3つのタイプ**に分かれます。

1. スキップ可のTrue Viewインストリーム広告

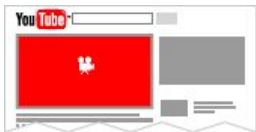


動画の長さ:最長6分(15~60秒程度推奨)

動画の広告が5秒流れた後、ユーザーはその広告をスキップするかどうか選ぶことができます。

開始5秒でユーザーに興味を持ってもらえるかが勝負になってきます。

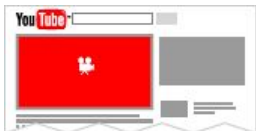
2. スキップ不可のTrue Viewインストリーム広告



動画の長さ:15秒

スキップ不可により、広告を最後までユーザーに見せることができるメリットが大きく、動画の始めや途中、終盤で流れるため**マイナスな印象を持たれるリスク**があります。

3. バンパー広告



動画の長さ:6秒

スキップ不可ですが、**最長6秒の動画を最後まで見てもらうことができる**ため、その6秒の訴求力が問われます。また、6秒なのでユーザーも大きな負担を感じずに、動画を最後まで見ることができます

Twitter



Twitterの国内ユーザーは10～30代前半が多く、季節性や話題性があるトレンドをおさえた商材が高い効果を得られる傾向にあり、季節限定の商品や話題のサービスが目に残ればリツイートなどの2次拡散が期待できます。

・ユーザー数

4500万人

・年代

10代～40代が多い

・傾向

ゲーム、漫画やアニメ好きのユーザーが多い

・向いている広告

季節性や話題性があるトレンドをおさえた商材

参考:【2022年最新】Twitter広告の画像・動画サイズ一覧
<https://digimar1.com/syllabus/twitter-ads-type-of-ads/>

配信面



プロモツイート



フォロワー獲得広告



トレンド
 テイクオーバー



タイムライン
 テイクオーバー