

EC売上UPの虎の巻

スポンサーディスプレイ広告

スポンサーディスプレイ広告の概要

スポンサーディスプレイ広告は、購入履歴や閲覧履歴に基づくターゲティングを実行できる点が特徴的です。リマーケティングを実行し、購入顧客のリピート促進に活用しましょう

概要

特徴

- 自社商品、類似商品、関連性の高いカテゴリーを閲覧した人に対し広告配信可能
- サードパーティ（amazon外部）にも配信される

ターゲティング

- 以下のターゲティングを実施可能
- 購入リマーケティング：購入履歴に基づき配信
 - 閲覧リマーケティング：広告配信対象商品の類似商品の閲覧履歴に基づき配信
 - インマーケット
 - ライフスタイル：人々の好みに応じる
 - 興味・関心：閲覧・購入データに基づく
 - ライフイベント：人生の節目に応じた配信

掲載箇所



スポンサーディスプレイ広告配信のワンポイントアドバイス

スポンサーディスプレイ広告は商品ページに表示される点が特徴的です。自社商品ページから他の自社商品ページへの回遊を狙い、広告出稿することで、競合への顧客流出も防げます

ポイント

- 自社商品に対しターゲティングする
 - 自社商品への回遊
 - 競合商品への流出防止

イメージ

あえて自社商品を表示させる



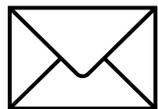
お問い合わせ

Proteinumのサービスにご興味をお持ちいただき、より詳しいサービスの内容や導入事例、利用開始までの進め方など、ご質問やご不明点がございましたら、お気軽にお問い合わせください。



03-6419-7733

(対応時間 平日10:00~18:00)



info@proteinum.co.jp

サービス紹介

<https://proteinum.co.jp>

資料請求 (ダウンロード)

https://proteinum.co.jp/document_zoho/

ご支援実績 (導入事例)

<https://proteinum.co.jp/works/>