

EC売上UPの虎の巻

Amazon広告の概要

amazon広告の概要

amazonには以下の広告が存在しており、商品販売促進に活用できます。

| 広告種別 | 出稿内容 |
|---------------|---|
| スポンサーブランド広告 | <ul style="list-style-type: none">検索結果に表示され最大3つの商品に焦点を当てた、ブランドロゴとカスタマイズ可能な見出しを備えた広告ブランドの認知度の向上と自社のブランドページへの誘導が可能 |
| スポンサープロダクト広告 | <ul style="list-style-type: none">出品する商品に類似した商品を検索しているユーザーに向けて出稿するユーザーがクリックしやすく、費用対効果が高いという特徴がある |
| スポンサーディスプレイ広告 | <ul style="list-style-type: none">商品の詳細ページに表示される広告オーディエンスと予算などを設定すれば、クリエイティブは自動生成競合他社の商品から自社商品への流入も期待できる |
| ストア広告 | <ul style="list-style-type: none">広告主のブランド専用の複数ページにわたるウェブサイトを無料で作成できる自社のブランドストーリーを共有したり、サイトデザインもカスタマイズすることができるため、ユーザーへのブランディングに繋がる |
| ディスプレイ広告・動画広告 | <ul style="list-style-type: none">時期と掲載場所、および掲載料を特定した上でAmazon内での「商品（サービス）告知」が可能。購買履歴に基づいたセグメント配信が可能。基本はimp課金（固定）最低出稿金額が150万円～ |
| カスタム広告 | <ul style="list-style-type: none">デジタル広告に加えてライブペイントなど、新しい広告形態を導入しているのが特徴革新的な体験を提供することで、ユーザーの関心を高めること |

キーワード追加方法ーアップロードによる一括商品登録

amazonの検索結果に紐づいて表示される広告です。検索結果と連動しているため、費用対効果が高い傾向にあります。

スポンサープロダクト広告

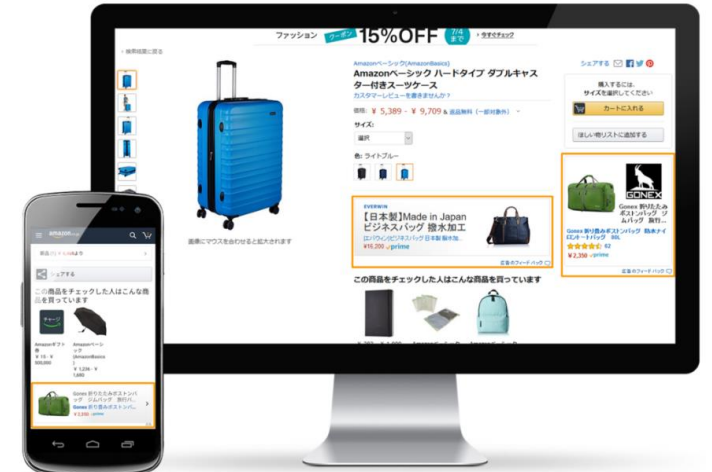
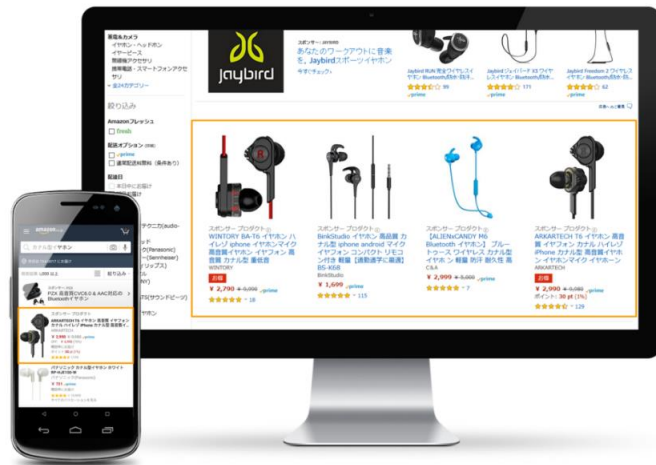
- 出品する商品に類似した商品を検索しているユーザーに向けて出稿する
- ユーザーがクリックしやすく、費用対効果が高いという特徴がある

スポンサーブランド広告

- 検索結果に表示され最大3つの商品に焦点を当てた、ブランドロゴとカスタマイズ可能な見出しを備えた広告
- ブランドの認知度の向上と自社のブランドページへの誘導が可能

スポンサーディスプレイ広告

- 商品の詳細ページに表示される広告
- オーディエンスと予算などを設定すれば、クリエイティブは自動生成
- 競合他社の商品から自社商品への流入も期待できる



ストア広告

以下のようなイメージで、amazon内にブランドイメージを崩さないようサイトを作成できます。



ディスプレイ広告・動画広告

時期と掲載場所、および掲載料を特定した上でAmazon内での「商品（サービス）告知」ができます。基本はimp課金で、購買履歴に基づいたセグメント配信が可能です。

デスク
トップ



モバイル・
タブレット



カスタム広告

ライブイベントなどの購入客にとって魅力的な利用体験を生み出す広告を配信できます。デジタル広告から輸送箱まで、Amazon が提供するタッチポイントを活用して、統合されたブランド体験を創出可能です。

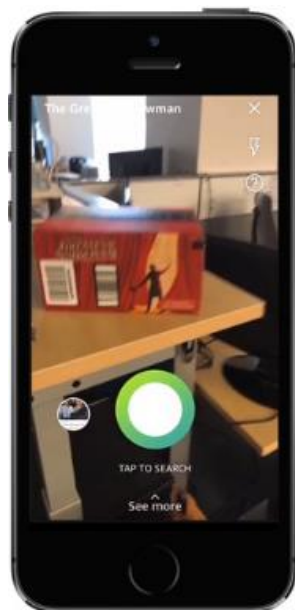
広告実施例【フォックススタジオ】



- Amazon TOPのカメラボタンを押します



- カメラモードに切り替わります



- 輸送BOXにカメラを当てます



- 特別な映像体験をすることが可能です



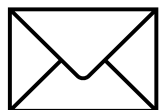
お問い合わせ

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/>