

EC売上UPの虎の巻

Meta広告

広告の購入タイプと課金対象について

Meta広告の購入タイプ

Meta広告には大きく分けて2つの概念があります。ひとつが購入タイプです。貴社のビジネスに合わせたものをそれぞれ選択する必要があります。

購入タイプ選択画面

新しいキャンペーンを作成 新しい広告セットまたは広告

購入タイプ

オークション

オークション

予約

認知度

トラフィック

エンゲージメント

リード

アプリの宣伝

売上

キャンペーンの目的とは、広告を掲載することで達成したいビジネスゴールです。それぞれの目的にマウスポインターを重ねると、詳細を確認できます。

購入タイプ

- オークション：効率性と柔軟性が高く、一般的にはこちらを使用します。結果が予測しづらい反面、機械学習の促進を効率よく行えるため結果の最大化がしやすいですすべてのキャンペーンの目的で使用でき、Facebook、Messenger、Instagram、Meta Audience Networkすべての配置に広告配信できます。
- 予約：最終パフォーマンスを予測をし、フリークエンシー(表示頻度)を調整しながら広告表示枠を購入します。FacebookとInstagramのみに配信できます。「認知度」と「エンゲージメント」のキャンペーンの目的でのみ使用可能です。

Meta広告の課金対象

もうひとつの概念が課金対象です。選択したキャンペーン目的によっては課金対象を選択できない場合もありますが、何単位で課金されるかを理解して広告を運用しましょう。

課金対象選択画面

選択されたオプションにより広告料金がどのように課金されるかが決まります。多くの最適化では、広告が配信(インプレッション)される度に料金が発生します。

一部の最適化では、インプレッションとアクション(リンクのクリックまたはThruPlayなど)のどちらかを選択できます。

ここに表示された推奨オプションでは、目的を達成するために予算が効率的に使用され、結果も分かりやすくなっています。

[詳しくはこちら](#)

課金対象 ①
インプレッション

課金対象の種類

- インプレッション課金(CPM)
- クリック課金(CPC)
- その他の課金

配信タイプ ①

通常

インプレッション課金

インプレッション課金は広告の表示に対して課金される方式です。基本的にはすべてのキャンペーンで推奨されます。

インプレッション課金の概要



- インプレッション数1000件あたりの単価 (CPM)ベースで課金されます。
- メリットはクリック率を上げると、クリック単価を抑えられるので、クリエイティブを改善していくことで、最終的に効果の向上を図ることができます。
- クリックされていなくても、表示されれば費用は発生します。この点はデメリットと言えますが、効率の良いターゲットを探すために必要なプロセスです。
- 予算が低い、ターゲットが狭すぎるなど何らかの理由で広告がまったく表示されなかった場合は、課金されることはありません。

クリック課金

リンクのクリックに対して課金されるのがクリック課金です。クリックされて初めて費用が発生するので無駄が少ないというメリットがあります。クリック数の最大化を目標とする際に使用します。

クリック課金の概要



Meta製品を初めて利用するビジネスの広告アカウントの場合、Metaのポリシーに準拠している状態を数週間継続すると、広告料金の支払いにこのオプションを選択できるようになります。お急ぎの場合は、ビジネスを認証してください。

[ビジネスを認証する](#)

- オークション制で決まり、100円～とされています。
- リンクのクリックには、広告の画像や動画、コールトゥアクションなどのクリックが含まれます。コメント欄のリンククリックは含まれません。
- 業界や商品によってCPCは異なるため、場合によってはCPC目安が高く、全く配信されないことがあるため、機械学習の促進をそがいたします。一般的にはお勧めできない課金方式です。
- 初めて利用する際には、広告アカウントがMetaのポリシーに準拠しているか、ビジネスの認証が必要です。

動画再生に対する課金

特定のキャンペーンの目的でのみ使用されるThruPlay課金/動画の2秒以上の継続的な再生課金があります。

動画再生に対する課金の概要



Meta製品を初めて利用するビジネスの広告アカウントの場合、Metaのポリシーに準拠している状態を数週間継続すると、広告料金の支払いにこのオプションを選択できるようになります。お急ぎの場合は、ビジネスを認証してください。

[ビジネスを認証する](#)

- キャンペーンの目的「エンゲージメント」において、広告セットのエンゲージメントタイプ「動画の再生」の場合のみThruPlayまたは動画の2秒以上の継続的な再生を課金対象として選択することができます。
- ThruPlayは、15秒未満の動画については最後まで再生された動画広告に対してのみ支払いを行い、それ以上の場合は15秒の再生で課金されます。
- 初めて利用する際には、広告アカウントがMetaのポリシーに準拠しているか、ビジネスの認証が必要です。

まとめ

キャンペーンの目的と使用できる課金のまとめです。機械学習の観点から、どの場合でも基本的にはインプレッション課金をおすすめします。

キャンペーン目的	インプレッション	リンククリック	動画課金
認知度	○	×	-
トラフィック	○	△ ※パフォーマンスの目標：リンククリックの最大化のみ	-
エンゲージメント	○	△ ※エンゲージメントタイプ：設定済みリマインダー	△ ※エンゲージメントタイプ：動画の再生
リード	○	△ ※パフォーマンスの目標：リンククリックの最大化のみ	-
アプリの宣伝	○	△ ※パフォーマンスの目標：リンククリックの最大化のみ	-
売上	◎	△ ※パフォーマンスの目標：リンククリックの最大化のみ	-

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

https://proteinum.co.jp/contact_zoho_hp/

ご支援実績（導入事例）

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