

検索広告では届かない顧客へ

クリック単価 保証 広告

by CARRY ME

検索広告では出会えない潜在層にアプローチ。
クリック単価を保証した低コスト配信で、
成果につながる出会いを創出します。



低CPC

お客様単価を向上



低CPM

広く集客・認知拡大



潜在層接触

検索前の層に届く



クリック単価保証

安心の料金設計



CPA改善余地

無駄をなくして成果へ

本資料のアジェンダ

本資料について

弊社の「DSP広告」についてのご紹介資料です。

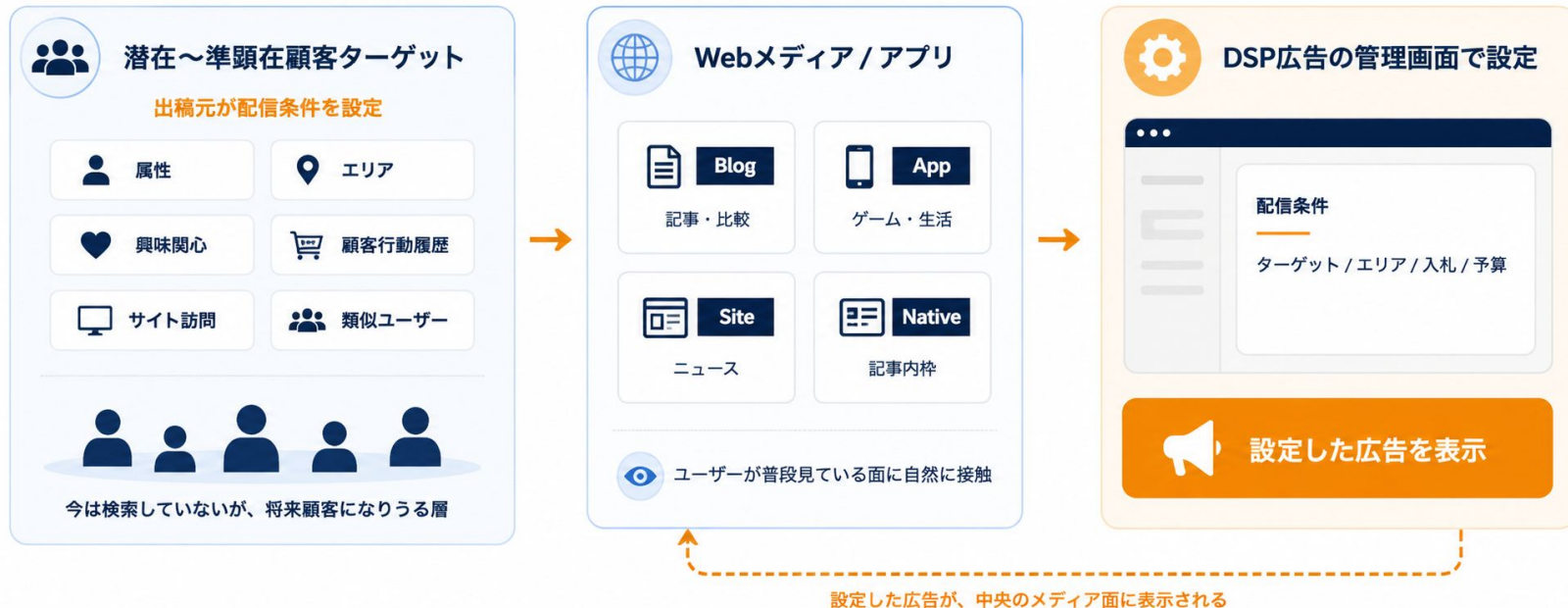
ご興味をいただきましたら、具体提案・シミュレーションをいたします。

お気軽にご相談ください

- | | | |
|----|----------|--------------------------|
| 01 | DSP広告とは？ | 狙いたい見込み顧客に先回りして接触する広告 |
| 02 | 他広告との違い | 低単価かつ、他チャネルでは届かない潜在顧客へ |
| 03 | 出稿可能媒体 | 4000媒体・200億imp/月の在庫 |
| 04 | 低単価の理由 | 低単価・多面を支える買付構造と運用体制 |
| 05 | 相性の良いケース | 認知拡大・潜在顧客ヘリテージ／他チャネルが頭打ち |
| 06 | 案件実績・事例 | どんな企業が活用している？ |
| 07 | 導入フロー | 最速3営業日で配信可能 |

DSP広告は“狙いたい見込み顧客”に先回りして接触する広告

定義したユーザー群が、Webメディアやアプリに訪れたタイミングで広告を表示。



顧客の検索を待たず、企業側が「届けたい人」を起点に広告接触を作れることが特徴

既存広告では届かない層に、 “低単価”で接触する。

リスティング広告は検索した顕在層、SNSはSNS上の興味関心層
ます広告は広い認知に強い。

DSP広告は、検索前の潜在顧客に、SNS以外の接点で接触
認知を高めることができます。



	リスティング広告	SNS広告	マス広告	DSP広告
得意なこと	検索した 顕在層の獲得	興味喚起・ 共感形成	広く認知を取る	幅広いWeb／アプリ 接点
補いにくい領域	検索していない 潜在層には届きにくい	SNS外の情報接触層には 届きにくい	予算が大きく、反応検証が 短くなりやすい	刈り取り単体ではなく 検証設計が重要
DSPで補えること	検索前の見込み客に接触	Web／アプリ上の 接点を追加	小さく低単価で検証	低CPM／低CPCで 反応データを集める



既存広告の置き換えではなく、“検索前の潜在顧客”に届ける新たなチャネル

配信先
媒体例

4,000媒体 200億imp/月

情報

47 NEWS

デイリー

日刊スポーツ

マイナビニュース

aumo

Googirl

漫画エンタメ全部コミコミ

ナドコミ

サイフもココロもハッピーに!
ちよびリッチ

Blog

livedoor Blog

Blog

pixiv

grape

Seesaa wiki

HAMELn

5ちゃんねる

social community
bakusai.com

Game

AppMedia

アルテマ

ゲームイト Game8

神ゲー攻略
KRIMIGAME

GameWith

ペーパーレガース

Wazap!

Samurai Gamers

REP/接続先 SSP

AX SSP

Bance|SSP

adstir

adnico

UNIQUEST

MicroAd
COMPASS

Mfro

famoco

なぜ“低単価”可能なのか？



低単価を実現する3つの仕組み

- **1** 広告面の在庫をバルクで仕入れ
一定期間・一定面をまとめて強いることで
給広告面を安価に提供
- **2** 独自SSPによる直接仕入れ
中間コストを抑え、低単価で買い付け
- **3** AIエージェントによる省人化
レポートAI×分析AI×買い付けAIで最適
化をすることで、工数を削減



独自在庫とAIによる最適化で、低CPM／低CPCを実現。”広く・早く・低リスク”で試せる

認知拡大・潜在顧客へ“リーチ”

他広告チャネルが頭打ちの場合も相性◎



業種	よくある課題	DSP広告での使い方
 美容・EC	Meta 広告が頭打ち	低CPCでLP送客し、訴求別の反応を見る
 不動産・住宅	検索広告のCPAが高い	比較検討前の層に低CPMで接触
 教育・スクール	資料請求数を増やしたい	記事閲覧層へ送客し、CV補助を狙う
 人材・採用	潜在層に届かない	転職顕在前のユーザーへ接触
 店舗・地域集客	商圏内認知を増やしたい	エリア配信で来店・予約導線を検証



低単価で広く試し、
反応が見えたところに投資する。

次回は、貴社商材に合わせて

『ターゲット仮説』『訴求案』『配信面』『初期予算感』を整理してお持ちします。



上記の課題を抱えるサービス・プロダクトはございませんか？

案件実績

DLsite

Renta!

まんが王国

SQUARE ENIX

amazon kindle

コミック
シーモア



chooeZAP

Rチャンネル

ニトリ
NITORI

ファッションセンター
しまむら

DR.STICK



電子書籍

ブログ系・電子書籍系の良質な配信枠を多数保有。独自に保有する電子書籍ユーザーデータを活用した高精度配信が可能。



アプリ

アプリ・ゲーム紹介サイトなどの配信先を多数保有。動画配信を中心に高い視認性と良好なパフォーマンスを実現。



リテール

低単価CPC在庫を豊富に保有し、CPC1円から配信可能。大量送客を目的としたサイト誘導型案件に強み。



D2C

記事内ネイティブ枠を多数保有。LP遷移を前提とした配信設計により、CV成果の最大化が可能。

DSP広告導入までの流れ

初回相談後、商材・ターゲット・配信条件を整理し、実施可否確認からタグ発行・入稿を経て、配信開始まで進行します。



大きく始めるのではなく、まずは小さく配信し、反応データを見ながら改善していく進め方です。



広告主様に
ご準備いただくもの

✓ 遷移先URL / LP

✓ CV地点

✓ 計測タグ設置可否

✓ クリエイティブ素材

✓ 配信エリア / NG条件

✓ 想定予算

✓ 開始希望時期