

[第六回]広告出稿におけるブログクチコミサーチの活用

(前編)

■アドネットワーク化と、コンテンツ連動型広告におけるブログの位置づけ

広告業界でのトピックとして、「アドネットワーク化」が挙げられる。

アドネットワークとは、複数の広告媒体をネットワーク化し、広告の出稿もまとめて行うサービスのことで、複数媒体に一括で出稿できる点や、短期間で大量露出が狙える点などメリットがある。

comScore社の調査によると、米国では既にアドネットワークがウェブ広告市場の約7割のシェアを持つと言われ、日本でもネットワーク化が進んでいる。

また、上記に比例して、その広告メニューの一つである「コンテンツ連動型広告」の市場も拡大している。

コンテンツ連動型広告とは、商品に関連したコンテンツがあるサイトやページを自動判別して掲載できる広告(図1)のことで、その掲載先としては各アドネットワーク内のブログも多く含まれる。



図1 コンテンツ連動型広告の配信イメージ

■PDCAの重要性と、ブログクチコミの活用

コンテンツ連動型広告には、商品に関心がある大量のユーザーに安価でリーチできるメリットもある反面、そのコントロールも難しく、放っておくと意図しないページ（批判的なブログなど）に掲載されてしまうリスクもあるのも確かだ。

そういったリスクをできるだけ回避し、継続的に効果を上げていくにはPDCAをまわしていくことが重要であり、ブログのクチコミを分析ことで解決できる部分がある。

本記事においては、実際の例を元に、コンテンツ連動型広告とブログのクチコミの連携による利点を記載していく。(ブログ分析にはきざしカンパニーの提供するサービス、ブログクチコミサーチを使用した。)

■広告テキスト作成時のヒント

まずは、広告テキストを作成する際にブログクチコミを利用したいと思う。

商品に対するユーザーのクチコミ内容を見ることで、広告テキスト作成時のヒントにすることができる。例えば、「ジャケット」というキーワードに関する記述を見てみると、図2のように「黒い」「白い」「赤い」といったカラーに関する形容詞が話題になっていることがわかる。

	10.01/03週	10.01/10週	10.01/17週	10.01/24週	10.01/31週	10.02/07週
1 可愛い	良い	暖かい	黒い	良い	白い	
2 良い	可愛い	黒い	可愛い	黒い	可愛い	
3 欲しかった	黒い	よく	良い	シンプルな	オリジナル	
4 かっこいい	欲しい	かっこいい	白い	かっこいい	欲しい	
5 欲しい	暖かい	カッコいい	赤い	かわい	暖かい	
6 黒い	赤い	欲しい	カッコいい	欲しい	良い	
7 赤い	多い	良い	よく	可愛い	かわい	
8 白い	かっこいい	かわい	かっこいい	よく	黒い	
9 良かった	かわい	赤い	黒い	赤い	好きな	
10 好きな	好きな	可愛い	多い	欲しかった	よく	
11 かわい	高い	白い	かわい	白い	かっこいい	
12 高い	安い	オリジナル	欲しい	オリジナル	多い	
13 よく	白い	好きな	好きな	好きな	良かった	
14 多い	好き	多い	好き	多い	早く	

図2 「ジャケット」に関する形容詞のトレンド

これをもとに、ジャケット販売に関する広告テキストでは、「黒」「白」「赤」などその時の人気のカラーをテキスト内に盛り込むと、ユーザー訴求が強まり効果的ではないかと予想される。

このように、広告テキストを常に変えることができるコンテンツ連動型広告、またはリスティング広告においては、ユーザーの声を生かして訴求力の高いテキスト作成を心がけることが大切だ。

(後編)

■追加・除外キーワードの選定

コンテンツ連動型広告の出稿先によっては、効果的だと思われるキーワードを追加したり、批判的なページに広告が表示されないように除外キーワードを設定することができる。そこで、ブログクチコ

ミサーチを使うことで、ポジティブ・ネガティブな話題を抽出し、追加・除外キーワードの選定材料にする。

例えば図3は、当社において広告出稿を行ったある商品Aに関する、ポジティブ／ネガティブな記述を抽出したものである。

「商品A & ポジティブワード」の関連語

1位-10位	キーワード1 11位-20位	21位-30位
快適	快適性	ワイド
カッコいい	スムーズで	いっぱい
可能	明らかだ	十分に
新しく	快適さ	可能です
快適化	やりきれない	小さく
小さすぎた	高性能	やさしい
一杯になって	安くなる	可能な
きれいだし	素直に	よし
軽快さ	大きめの	見事に
パンパンの	たくさんあります	多くて

「商品A & ネガティブワード」の関連語

1位-10位	キーワード2 11位-20位	21位-30位
不具合	無い	もちゅゅ
早い	今一	結構前
一方的で	不都合	永く
難立たし	邪魔になる	重くて
併用に	同じである	忙しさ
不安定だった	難立たし	こんなんで
不具合で	満足に	心配だ
微暖な	高い	短く
お情な	危う	主要
おかしくなって	欲しくなる	遅く

図3 ポジティブ／ネガティブな関連語

「快適」「カッコいい」「高性能」といったポジティブな記述もある反面、「不都合」「不具合」「不安定」といったネガティブな記述もあることがわかる。

ポジティブなものに関しては、キーワードを媒体側に追加設定することで、より効果的なページに表示されやすくなる。また、ネガティブなものに関しては、媒体側に除外設定することで、批判的なページに表示される可能性が下がり、無駄な広告露出を避けることができる。

なお、Google AdWordsなどでは、ネットワーク内の一部ブログをあらかじめ指定して配信できる機能もある。好意的な記述をしているブログをブログクチコミサーチで抽出して、それを指定配信先の選定に役立てるといった使い方も可能だ。

■最適な出稿時期の把握

季節性を伴う商材を扱う場合、ブログ特有のトレンドを把握し、広告を出稿する上での適切なタイミングをつかむことが重要である。

例えば「母の日」というキーワードの場合、ブログのトレンドとしては、図4のように5月にピークを迎え、6月後半まで記述は続いている。



図4 「母の日」に関する記述のトレンド

それに対し、検索のトレンドは、同じく5月に入ってピークを迎えるものの、母の日当日が終わるとほとんど検索されていない。



図5 「母の日」に関する検索のトレンド(Google Insight for Searchより)

ブログ上では、実際に母の日当日が終わった後、こういったプレゼントをあげたかといった話題が続いたり、プレゼントをあげ忘れたというような話題が続くことも予想される。後者に対しては、コンテンツ連動型広告で、まだおすすめ商品を販売中であることを訴求すると最後の刈り取りに結びつけることができるかもしれない。

このように、検索行為とは異なるブログならではのトレンドを把握することで、コンテンツ連動型広告の最適な出稿量コントロールに役立てることができる。

■キャンペーンの効果測定

前編でも述べたように、広告出稿においても費用対効果を上げるためにPDCAをまわしていくことが必要となる。そのため、効果測定をしていくことが非常に重要である。

コンテンツ連動型広告においては、ブログクチコミサーチ用いて特定キーワードの言及量の推移を見ることが、広告メッセージの波及具合を把握することが有効だ。

過去、当社において広告出稿を行った、あるキャンペーンに関する「造語」を広告テキストに盛り込んで、コンテンツ連動型広告を配信した。その「造語」に関するブログの言及数や反響(記述されている形容詞など)を図6に記す。

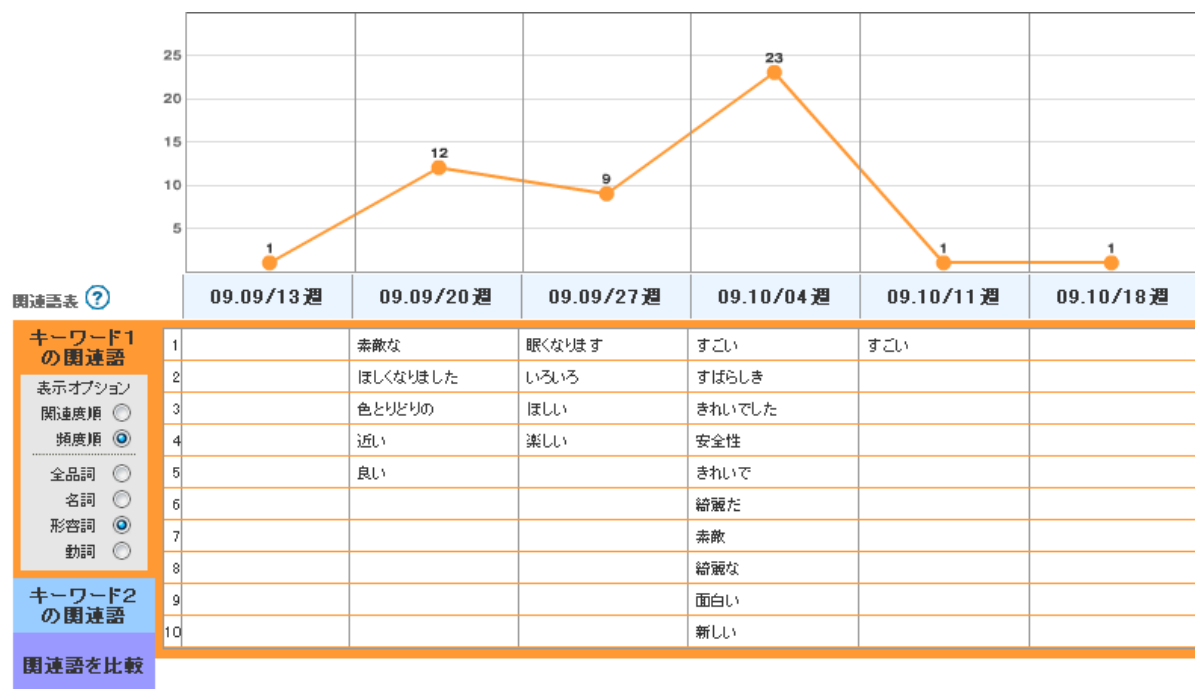


図6 ある「造語」に関する言及数の推移

出稿直後は数件だけだった言及数が、1週間には10件以上に増え、出稿量に比例して言及数はピークを迎える。また、記述されている形容詞を見てみると、キャンペーン商品の本質(「安全性」や「綺麗」など)が徐々に浸透しているのがわかる。

このような検証方法で、コンテンツ連動型広告によるキャンペーン認知の効果をある程度把握できるだろう。

■総論

当記事をご覧の方の中には、ブログへの広告掲載はリスクだとお考えの方もいらっしゃるかもしれない。だが、キーワードを軸に出稿する広告の中で、費用対効果が高いと言われる「検索連動型広告」の効果は頭打ちになりつつあり、成果の母数を拡大していくには「コンテンツ連動型広告」の利用は欠かせないものになるだろう。

その中のブログでの広告効果を最適化していくために、是非、当記事でご紹介したブログクチコミサーチのさまざまな機能から着手してはいかがだろうか。

■IMJ IMO事業本部について

IMO Interactive Marketing Optimization

IMJ IMO事業本部は、特にSEMに強みをもった総合的なマーケティング専門部隊です。従来のリスティング広告、SEO、純広告といった手法に加え、新規サービスの開発など、クライアント様のWebビジネスの成功をトータルでお手伝いすべく取り組んでまいります。

詳しくは下記紹介サイトにてご確認ください。

▼IMJ IMO事業本部サイト

<http://www.sem-seo-imj.jp/>

▼メールでのお問い合わせ

imo-site-inquiry-proj@imjp.co.jp

■kizasi Marketing PLUSについて

この記事はkizasi Marketing PLUSに寄稿された記事です。

kizasi Marketing PLUSでは、ブログのクチコミを使った様々な事例を掲載しております。

<http://marketing.kizasi.jp>

▼ お問い合わせ

<https://marketing.kizasi.jp/contact/>