

いまさら聞けない

D S P

2014年9月
株式会社サクセス

DSPとは？

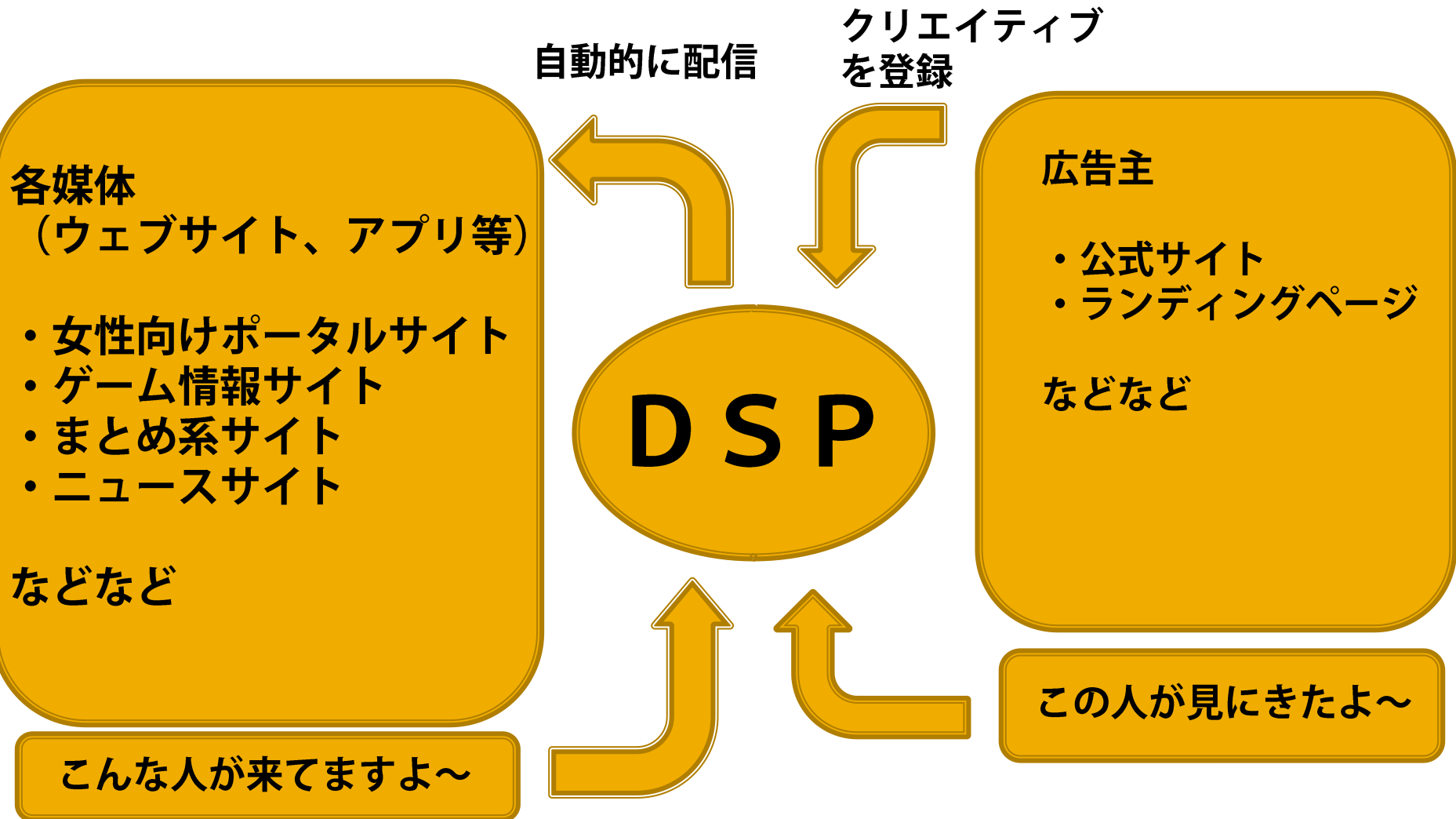
Demand-Side Platform

DSPとは？

Demand-Side Platform
需要側の

※広告の名前ではなく
ツールの名前です。

仕組み



これまでの広告は…

バナー広告の出稿

- ・ 媒体を選定して枠で購入

例) TOPページ上、1週間、200万imp (想定or保証) 等

媒体の特徴 (30~40代の男性が多いとか) を考慮して出稿先を選ぶが不特定多数であり、その中にどれだけ宣伝したいゲームと親和性が高いユーザーがいるかは不明瞭。

費用対効果は獲得単価LTVなどで計るが結果的に見合わなかったり宣伝費の回収に時間がかかるなど…

獲得単価1,500~2,000円、広告費回収期間6カ月 なんてことも…

DSPを使うと…

同じバナー広告の出稿でも

- ・ 予算枠内で1表示からリアルタイムに購入（入札）

例）LP（ランディングページ）に一度来た事のある人が見に来た時にクリックされるまで表示

一度、広告主の公式サイトやランディングページに来たことのある人が見ているウェブサイトに表示されるので関心がある可能性が高い。

費用対効果はバナー広告と同じ指標で（獲得単価LTVなど）で計るが結果的に獲得単価が安く済んだり、回収期間が短くなる可能性が高い。

参考

Google
DoubleClick Bid Manager



マイクロアド (サイバーエージェント)
MicroAd BLADE

