



Microsoft Advertising Exchange サービスイン

ユーザーごとに広告媒体を入札で買う

➔ Microsoft Advertising Exchange とは

オーディエンス

ターゲットユーザー 一人一人個別に見極めて

リアルタイムに

オートマチックに

媒体広告を購入(入札)する

これからの時代の**新しいカタチ**

広告主のメリット大

1. コスト削減と媒体のムダ遣いのカット

- 媒体まとめ買いから、選別個別配信枠の購入
- 費用対効果の高い広告枠のみを購入

3. ターゲティングのためのデータ活用

- MSとパートナーのデータを活用した、効果的な配信
- 複数の媒体を横断したスケーリングと最適化

2. 飛躍的なパフォーマンスの改善

- リアルタイム取引によるタイムリーな配信
- 広告主の要請に合致する広告のみを配信
- 詳細分析とレポートを迅速にフィードバック

4. ブランド価値の保証

広告主のブランドの要求条件に適合した、信頼できる Web サイトやコンテンツ

➔ 急成長する Ad Exchange

2016年

日本における
Ad Exchange 市場

1100億

2016年

日本におけるオンライン広告の

28%

がプログラムによる自動取引に

2016年

英国を追い抜き

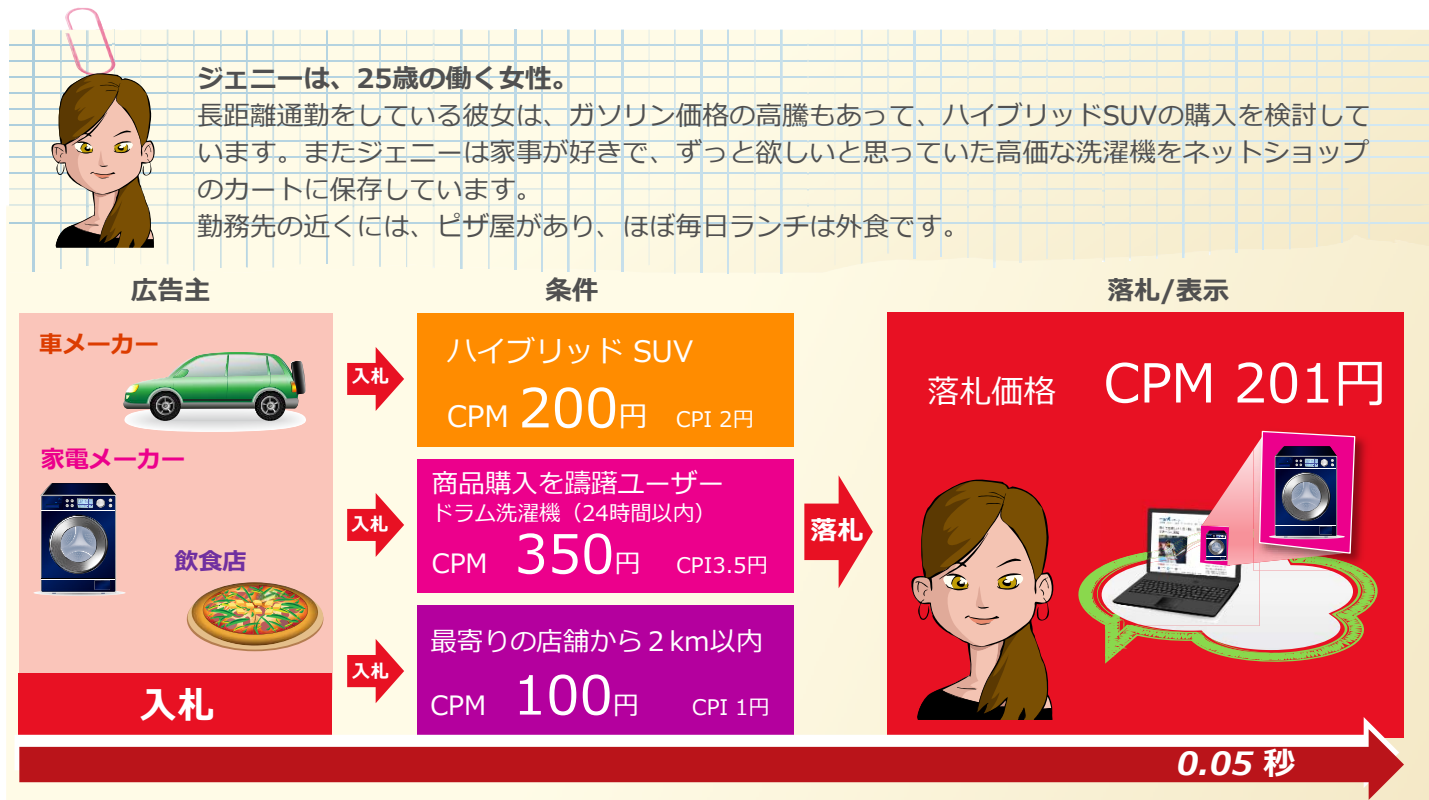
世界第2位

の RTB 市場

RTB (Real Time Bidding : リアルタイム入札)

➔ リアルタイム入札 (RTB : Real Time Bidding) の仕組み

各配信ごとに 各個別のターゲットユーザーに応じた価格を算定して広告枠を購入



セカンドプライスオークション

最終的に最も高い価格を入札した広告主に落札されるが、落札者は **2番目の入札価格** プラス 1円 高い価格を支払います。

CPI (CPI : Cost Per impression) 課金モデル

広告主が支払う広告費用の課金モデルは **CPI 課金モデル**
ユーザーごとの落札単価と、実際の広告インプレッション数(Imps)によって決まります。

$$\text{CPI 課金モデル} = \text{落札単価} \times \text{実際のインプレッション数}$$

リアルタイム入札 の仕組みなら、

個別ユーザーに対して得ているさまざまな情報活用して、ユーザーの状態や時間/場所等々 状況に合わせて、個別に値付けすることができます。

広告枠をひとまとめに固定価格で、一括で購入するよりも、リアルタイム入札なら、**無駄な配信をせず、各配信ごとに配信先ユーザーに応じた価格を算定して広告枠を購入**できます。

Microsoft Advertising Exchange について

お問合せ先 :

広告専用窓口
aiareq@microsoft.com

詳細情報:

Microsoft Advertising Exchange
<http://adsinapps.microsoft.com/>

© 2013 Microsoft Corporation. All rights reserved.

Microsoft, Windows, その他本文中に登場した各製品名は、Microsoft Corporation の米国およびその他の国における等力商標または商標です。その他、記載されている会社名および製品名は、一般に各社の商標です。

本リーフレットは情報提供のみを目的としています。Microsoft は、明示的または暗示的を問わず、本書にいかなる保証も与えるものではありません。



日本マイクロソフト株式会社
〒108-0075 東京都港区港南 2-16-3 品川グランドセントラルタワー