

|  |     |
|--|-----|
| 1. Cxense Advertising ユーザーガイド            | 3   |
| 1.1 UI とページコンテンツの紹介                      | 9   |
| 1.1.1 編集方法                               | 13  |
| 1.2 ダッシュボード                              | 13  |
| 1.3 広告主                                  | 14  |
| 1.3.1 キャンペーンおよび契約                        | 15  |
| 1.3.1.1 広告グループ                           | 21  |
| 1.3.1.2 予算管理とキャッピング                      | 22  |
| 1.3.1.3 広告とクリエイティブ                       | 27  |
| 1.3.1.3.1 コンボクリエイティブ                     | 33  |
| 1.3.1.3.2 Flash クリエイティブ                  | 34  |
| 1.3.1.3.3 HTML 5 クリエイティブ                 | 35  |
| 1.3.1.3.4 イメージクリエイティブ                    | 37  |
| 1.3.1.3.5 第三者配信 - インプレッショントラッキング         | 38  |
| 1.3.1.3.6 クリックURLのプレースホルダー、ターゲット、リンク先URL | 39  |
| 1.3.1.3.7 テキストクリエイティブ                    | 41  |
| 1.3.1.3.8 第三者配信クリエイティブ                   | 42  |
| 1.3.1.3.9 ビデオクリエイティブ                     | 43  |
| 1.3.1.4 配信期間、契約と予約                       | 45  |
| 1.3.1.5 オーディエンスターゲティング                   | 50  |
| 1.3.1.5.1 広告スペースターゲティング                  | 52  |
| 1.3.1.5.2 カテゴリターゲティング                    | 53  |
| 1.3.1.5.3 時間帯ターゲティング                     | 54  |
| 1.3.1.5.4 デバイスターゲティング                    | 57  |
| 1.3.1.5.5 DMPオーディエンスセグメント                | 67  |
| 1.3.1.5.6 地域ターゲティング                      | 69  |
| 1.3.1.5.7 位置情報ターゲティング                    | 70  |
| 1.3.1.5.8 キーワードターゲティング                   | 71  |
| 1.3.1.5.9 リターゲティング                       | 78  |
| 1.3.1.5.10 サイトターゲティング                    | 81  |
| 1.3.2 キャンペーンと広告のインポートならびにエクスポート          | 82  |
| 1.3.3 予算管理                               | 83  |
| 1.3.3.1 予算超過                             | 85  |
| 1.3.4 コンバージョントラッキング                      | 87  |
| 1.3.5 メディアプラン                            | 92  |
| 1.4 サイト運営者                               | 97  |
| 1.4.1 広告スペース                             | 98  |
| 1.4.1.1 診断検索                             | 100 |
| 1.4.1.2 広告配信タグ                           | 102 |
| 1.4.1.3 広告スペースのプロファイル利用例                 | 104 |
| 1.4.2 収益分配のコンセプト                         | 106 |
| 1.4.3 特定の広告主のブロック                        | 108 |
| 1.5 ビジネスオーナー                             | 109 |
| 1.5.1 配信規則                               | 110 |
| 1.5.2 広告商品                               | 113 |
| 1.5.2.1 課金モデル                            | 115 |
| 1.5.2.2 クリエイティブテンプレート                    | 117 |
| 1.5.2.2.1 コンボテンプレート                      | 117 |
| 1.5.2.2.2 Flashテンプレート                    | 119 |
| 1.5.2.2.3 HTML 5 Template                | 121 |
| 1.5.2.2.4 イメージテンプレート                     | 123 |
| 1.5.2.2.5 テキストテンプレート                     | 125 |
| 1.5.2.2.6 サードパーティテンプレート                  | 126 |
| 1.5.2.2.7 ビデオテンプレート                      | 127 |
| 1.5.2.2.8 サードパーティJavaScriptタグ            | 129 |
| 1.5.2.3 マッチングテンプレート                      | 130 |
| 1.5.2.3.1 広告スペーステンプレート                   | 132 |
| 1.5.2.3.2 カテゴリテンプレート                     | 132 |
| 1.5.2.3.3 時間帯テンプレート                      | 133 |
| 1.5.2.3.4 地域テンプレート                       | 134 |
| 1.5.2.3.5 位置情報テンプレート                     | 134 |

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| 1.5.2.3.6 キーワードテンプレート                | 134 |
| 1.5.2.3.7 リターゲティングテンプレート             | 136 |
| 1.5.2.3.8 サイトターゲティングテンプレート           | 139 |
| 1.5.2.3.9 デバイステンプレート                 | 140 |
| 1.5.2.4 広告商品の管理                      | 140 |
| 1.5.2.4.1 重複広告の除去                    | 140 |
| 1.5.2.4.2 広告配信の優先度で"入札額+CTR"を利用した最適化 | 144 |
| 1.5.2.4.3 ロール毎の広告商品へのアクセス制限          | 145 |
| 1.5.2.4.4 広告商品の共有                    | 145 |
| 1.5.2.5 広告商品に設定するテンプレートの有効範囲         | 151 |
| 1.5.2.6 広告商品タイプ                      | 152 |
| 1.5.2.7 広告の優先度                       | 152 |
| 1.5.2.7.1 オークションとランキングの例             | 161 |
| 1.5.2.7.2 地域ブースト変動成果ランキングモデル         | 165 |
| 1.5.2.7.3 ナチュラルランキングモデル              | 165 |
| 1.5.2.7.4 ランダムランキングモデル               | 165 |
| 1.5.2.7.5 シンプルCPMランキングモデル            | 165 |
| 1.5.2.7.6 変動成果ランキングモデル               | 165 |
| 1.6 レポート                             | 165 |
| 1.6.1 広告主の実績レポート                     | 170 |
| 1.6.1.1 広告主の実績                       | 170 |
| 1.6.2 サイト運営者の実績レポート                  | 171 |
| 1.6.2.1 サイト運営者の実績                    | 171 |
| 1.6.3 CPM購入実績と予測                     | 172 |
| 1.6.4 広告商品の実績                        | 173 |
| 1.7 ファイナンス                           | 173 |
| 1.7.1 請求アカウント                        | 174 |
| 1.7.1.1 支払いの実施                       | 175 |
| 1.7.2 売上アカウント                        | 176 |
| 1.7.3 予算と統計値を理解する                    | 176 |
| 1.8 管理                               | 178 |
| 1.8.1 広告主向け管理                        | 179 |
| 1.8.1.1 入札キーワードのブロック設定               | 179 |
| 1.8.1.2 到達URLのブロック設定                 | 180 |
| 1.8.2 ファイナンス管理                       | 180 |
| 1.8.2.1 各種実績データの抽出                   | 181 |
| 1.8.2.2 データ抽出のスケジューリング設定             | 189 |
| 1.8.2.3 ファイナンスアカウントの管理               | 190 |
| 1.8.2.4 支払いの管理                       | 193 |
| 1.8.2.5 収益の分配管理                      | 193 |
| 1.8.2.6 標準の収益分配率の設定                  | 194 |
| 1.8.2.7 標準税率の設定                      | 195 |
| 1.8.3 システム管理                         | 195 |
| 1.8.3.1 Insightの設定情報                 | 196 |
| 1.8.3.1.1 Insight連携後の利用方法            | 197 |
| 1.8.3.2 不正クリック管理                     | 199 |
| 1.8.3.3 システム設定の管理                    | 200 |
| 1.8.3.4 ローカライズリソースの管理                | 210 |
| 1.8.4 ユーザー管理                         | 215 |
| 1.8.4.1 ユーザーの追加                      | 215 |
| 1.8.4.1.1 広告代理店ユーザーの作成               | 216 |
| 1.8.4.2 共有フォルダの管理                    | 218 |
| 1.8.4.3 ユーザーの管理                      | 219 |
| 1.8.4.3.1 代理ログイン                     | 222 |
| 1.8.5 ユーザー設定                         | 223 |
| 1.8.5.1 パスワードの変更                     | 224 |
| 1.8.5.2 設定の変更                        | 224 |
| 1.8.5.3 基本情報の変更                      | 225 |
| 1.8.6 ユーザー向けロールとセキュリティ               | 226 |
| 1.8.6.1 権限                           | 226 |

# Cxense Advertising ユーザーガイド

## Cxense Advertising ユーザーガイドによるこそ

このユーザーガイドでは、Cxense Advertising の機能やその関連事項についてご紹介いたします。



本ドキュメンテーションをより良いものにしていくために、皆様からのコメントを随時受け付けております。

広告主

- キャンペーンおよび契約
- キャンペーンと広告のインポートならびにエクスポート
- 予算管理
- コンバージョンジョントラッキング
- メディアプラン

サイト  
運営者  
向け

- 広告スペース
- 収益分配のコンセプト
- 特定の広告主のブロック

広告商  
品

- 課金モデル
- クリエイティブテンプレート

- マッチングテンプレート
- 広告商品の管理
- 広告商品に設定するテンプレートの有効範囲
- 広告商品タイプ
- 広告の優先度

レポ  
ト

- 広告主の実績レポート
- サイト運営者の実績レポート
- CPM購入実績と予測
- 広告商品の実績

## ファイナ ンス

- 請求  
アカウント
- 売上  
アカウント
- 予算と統計値を  
理解する

## 管理

- 広告主向け管理
- ファイナンス管理
- システム管理
- ユーザー管理
- ユーザー設定
- ユーザー向けロールとセキュリティ

初めてのユーザー様には、サンドボックス環境を利用して検証していただくことを強く推奨いたしております。その際には [Cxense Advertising サンドボックスご利用ステップガイド](#) をご参照下さい。

## UI とページコンテンツの紹介

- はじめに
- ユーザーの設定
- メインのナビゲーションタブ

- コンテンツタブとクリエイティブとターゲティングタブ
- コンテンツタブの例 1: 広告主フォルダー
- コンテンツタブの例 2: キャンペーン
- クリエイティブタブ
- ターゲティングタブ
- ダッシュボード
- パン屑
- アクションリスト

はじめに

## Cxense Advertising

のユーザーインターフェースは、様々なタスクを行うために複数のタブに分割されており、ログインしているユーザーのロールに応じたタブのみを表示しています。また、システム内で行うアクションは、ユーザーのロール毎によって異なります。

ユーザーの設定

画面の右上にあるリンクは、基本情報(名前、電子メール、パスワード)、設定(通貨、ロケール、タイムゾーン、ページの行数設定)の変更を行うことができます。そして、ログアウトを行うことができます。



ようこそ demo\_admin | 設定 | サインアウト

ダッシュボード 広告主向け サイト運営者向け 広告商品 レポート ファイナンス 管理

広告主向け

アカウント残高 ¥0

過去7日 12/12/11 - 12/12/17

アクション

- 広告主アカウントの作成
- キャンペーンの作成
- 予算管理
- ファイナンス詳細の管理
- CPCキャンペーンインポート
- CPCキャンペーンエクスポート

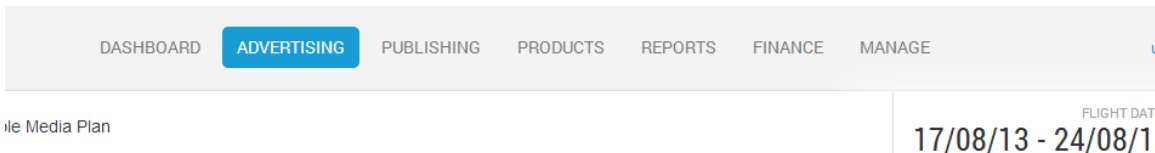
広告主向けの作成

キャンペーンの管理や請求情報を紐付けるための広告主アカウントを作成しましょう。

広告主アカウントの作成

## メインのナビゲーションタブ

画面の上部にあるタブは、システムのメイン機能を選択するのに利用できます。広告主向け、サイト運営者向け、レポート、そして管理などがあります。



DASHBOARD ADVERTISING PUBLISHING PRODUCTS REPORTS FINANCE MANAGE

Media Plan

FLIGHT DATE 17/08/13 - 24/08/13

## コンテンツタブとクリエイティブとターゲティングタブ

Cxense Advertisingは、アプリケーション全体で、統一したレポート表示を行なっております。また、それぞれドリルダウンなどもできます。

より詳細な情報は、レポートページをご参照ください。

## コンテンツタブの例 1: 広告主フォルダー

広告主向けアカウント キャンペーン 広告 クリエイティブ

検索条件

2 広告主向けアカウント

広告主アカウントの作成

| 名前        | ステータス | ユニークユーザー数 | インプレッション | クリック | クリック (不正クリック含む) | CTR | 平均位置 | 平均費用(CPC) | 費用 |
|-----------|-------|-----------|----------|------|-----------------|-----|------|-----------|----|
| 恵比寿チョコレート | 有効    | 0         | 0        | 0    | 0               | 0%  | 0    | -         | -  |
| 渋谷花屋      | 有効    | 0         | 0        | 0    | 0               | 0%  | 0    | -         | -  |

## コンテンツタブの例 2: キャンペーン

広告主向けアカウント    **キャンペーン**    広告    クリエイティブ

> 検索条件

3 キャンペーン 広告主アカウントの作成

| 名前 ^                      | ステータス | ユニークユーザー数 | インプレッション | クリック | クリック (不正クリック含む) | CTR | 平均位置 | 平均費用(CPC) | 費用 |
|---------------------------|-------|-----------|----------|------|-----------------|-----|------|-----------|----|
| <a href="#">CPCキャンペーン</a> | 配信中   | 0         | 0        | 0    | 0               | 0%  | 0    | -         | -  |
| <a href="#">インプ課金</a>     | 配信中   | 0         | 0        | 0    | 0               | 0%  | 0    | -         | -  |
| <a href="#">クリスマス特集</a>   | 配信中   | 0         | 0        | 0    | 0               | 0%  | 0    | -         | -  |

## クリエイティブタブ

コンボクリエイティブ    Flashクリエイティブ    イメージクリエイティブ    **テキストクリエイティブ**

## テキストクリエイティブ

タイトル\*   
1 から 25 文字

コンテンツ\*   
  
1 から 35 文字

表示URL\*   
1 から 35 文字

到達URL\*    
1 から 255 文字

## ターゲティングタブ

### ターゲティング

**KW キーワード**    時間帯    地域

## 時間帯

曜日や時間帯を指定して、オーディエンスをターゲットします。

[今すぐ時間帯を追加する](#)

## ダッシュボード

ログイン直後に表示されるダッシュボードで、全体の概要を簡単に確認出来る機能を提供しています。ダッシュボードウィジットは、ユーザーのロールに基づいて表示制御を行っています。

詳細レポートは、レポートタブで参照できます。



## パン屑

パン屑に表示される情報で、システム内のどの情報を見ているかを把握することができます。現在の位置からさらに深い階層に移動すると、パン屑の表示に新たな階層が追加されます。パン屑リンクを利用することで、表示されているどの情報にも簡単に移動ができます。

下記の例は、クリスマス特集というキャンペーンを恵比寿チョコレートの広告主が参照しているところです。パン屑リンクを利用することで、広告主向けメニューにもどったり、恵比寿チョコレートの広告主に戻ることができます。

The screenshot shows the campaign management interface. The breadcrumb navigation path is highlighted with a red box: **広告主向け > 恵比寿チョコレート > クリスマス特集**. Below the breadcrumb, the '上部リーダーボード' (Upper Leaderboard) section displays campaign details for 'クリスマス特集'.

| キャンペーン日種 | 週 | 優先度 | 単価       | 合計金額 | ステータス |
|----------|---|-----|----------|------|-------|
|          | 0 | 0.5 | ¥100,000 | ¥0   | 購入    |

| 開始日      | 終了日      | 週 | 優先度 | 単価       | 合計金額     | ステータス | アクション |
|----------|----------|---|-----|----------|----------|-------|-------|
| 12/12/17 | 12/12/28 | 2 | 0.5 | ¥100,000 | ¥200,000 | 配信中   | 🔍 🔄   |

| 名前  | ステータス | ユニークユーザー数 | インプレッション | クリック | クリック (不正クリック含む) | CTR | 平均位置 | 平均費用(CPC) | 費用 |
|-----|-------|-----------|----------|------|-----------------|-----|------|-----------|----|
| 新商品 | 有効    | 0         | 0        | 0    | 0               | 0%  | 0    | 0         | 0  |

## アクションリスト

現在実行しているアクティビティに応じて、アクションリストがメイン画面の左側に表示されます。アクション内のメニューは、現在行おうとしている操作やロールまたはパーミッションの設定によって決定されます。

下記の例では、広告主向けの操作メニューが表示されています。これは、ログインしているユーザーが広告主向けアカウントマネージャーのロールを持つユーザーだからです。

The screenshot shows the CX::ad™ dashboard interface. At the top, there are navigation tabs: 'ダッシュボード' (Dashboard), '広告主向け' (Advertiser), 'サイト運営者向け' (Site Operator), '広告商品' (Ad Product), 'レポート' (Report), 'ファイナンス' (Finance), and '管理' (Management). Below the tabs, there's a sub-header '広告主向け' (Advertiser). On the left, a sidebar menu titled 'アクション' (Action) is highlighted with a red box, listing: '広告主アカウントの作成' (Create Advertiser Account), 'キャンペーンの作成' (Create Campaign), '予算管理' (Budget Management), 'ファイナンス詳細の管理' (Manage Finance Details), 'CPCキャンペーンインポート' (Import CPC Campaign), and 'CPCキャンペーンエクスポート' (Export CPC Campaign). The main content area is titled '広告主向け' (Advertiser) and displays a summary table of metrics:

|           |    |                 |   |
|-----------|----|-----------------|---|
| ユニークユーザー数 | 0  | インプレッション        | 0 |
| クリック      | 0  | クリック (不正クリック含む) | 0 |
| CTR       | 0% | 平均位置            | 0 |
| 平均費用(CPC) | -  | 費用              | - |

Below the table, there are tabs for '広告主向けアカウント' (Advertiser Account), 'キャンペーン' (Campaign), '広告' (Ad), and 'クリエイティブ' (Creative). A search bar labeled '検索条件' (Search Conditions) is also visible.

## 編集方法

### 作成

Cxense Advertising 内にオブジェクトの作成を行うには、通常下記の2つの方法があります。

1. アクションメニューを利用
2. 作成リンクを利用

特定のタスクを行う時だけに存在するその他の作成方法もあります。

(例、クリエイティブとマッチングプレート、ユーザー作成など)アクションメニューの作成リンクは、その他のリンクよりも優先度が高く常に表示されるようになっています。

### 編集

Cxense Advertising内のオブジェクトの編集を行うには、通常下記の2つの方法があります。

1. アクションメニューを利用
2. 編集リンクを利用 (鉛筆やスパナアイコン)

いくつかのオブジェクトの編集は、オブジェクトのステータス毎に制限がかけられています。たとえば、配信中のCPMキャンペーンのターゲティング情報の編集はできません。

### 削除

UI内でオブジェクトの削除を行うには、通常下記の2つの方法があります。

1. アクションメニューを利用
2. 削除リンクを利用 (鉛筆やスパナアイコン)

システム内のオブジェクトや設定の削除を行う時には、操作ミスを防止するために確認画面が表示されます。

## ダッシュボード

ダッシュボードを利用するとハイレベルな情報を迅速に閲覧可能です。ダッシュボードウィジットは、ユーザーのロールに応じて、統計情報のサマリーや合計値など表示項目などが変わります。



左側の各種項目をクリックすることで、その情報が右側のグラフに表示されます。また右上の期間選択オプションから、表示している期間も簡単に変更することができます。また、この期間は、任意の日付範囲も設定できます。

それぞれのウィジットには、「詳細なレポート」リンクが表示されています。このリンクをクリックすると、選択された日付範囲や全体を利用して、より細かなレポートを参照できます。

## 広告主

### CXense

Advertising は、広告主に対して次世代の広告機能をご提供しています。同じUI内で、広告キャンペーンの設定や実績の確認などが行えることは、その一例です。



広告主に対して、クリック課金型(CPC)、インプレッション課金型(CPM)、掲載期間保証型の各広告モデルで一貫した使い勝手を提供するために、それぞれのキャンペーンの配信方法はほぼ同一です。

広告主が、広告の配信まで行う手順は以下のようになります。

1. 広告商品を選択 - 選択した広告商品に設定されている広告モデル、広告サイズそして有効なフォーマットなどが決定されます。
2. クリエイティブの設定 - 広告を掲載します。
3. ターゲティング条件の設定 -
  - 広告を配信したいオーディエンスの設定を行います。そのために、キャンペーンをどのようにターゲティングするかを設定します。
4. ファイナンスオプション - 課金するファイナンスアカウントの選択と予算の定義を行います。

広告モデルに関するより詳しい情報は、キャンペーンおよび契約をご参照ください。

広告に関する詳しい情報は、[広告とクリエイティブ](#)をご参照ください。

## 高度な広告主向け(代理店向けユーザー)

各広告主フォルダーは、それぞれ請求アカウントが設定されます。広告代理店が Cxense Advertising を利用して、クライアント毎にキャンペーンや広告の管理を別々に行うことができます。

もし、キャンペーンが標準の請求アカウントに課金するように設定されている場合、単純にキャンペーンを作成することができます。特定の請求アカウントを利用することで、広告代理店は、クライアントごとに別々の与信設定などを行うことができます。通常、広告主が異なる場合には、特定の請求アカウントを利用して、それぞれの請求アカウントごとに課金を行います。

## キャンペーンおよび契約

キャンペーンの契約は、キャンペーン広告の提示に関して広告主とCxense Advertisingとの間の個別契約となります。広告商品のタイプ(掲載期間保証型、CPC、CPM)毎に課金方式が異なるため、その広告商品のタイプ毎に契約方式も異なります。

## キャンペーン概要

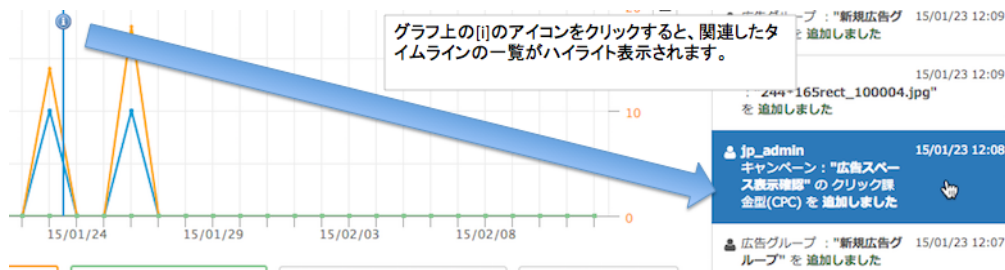
[広告主]タブをクリックすると、キャンペーンの概要ページにたどり着きます。ここでキャンペーンの実績やタイムラインのサマリーを見ることができます。

## キャンペーンのタイムライン・実績のグラフ

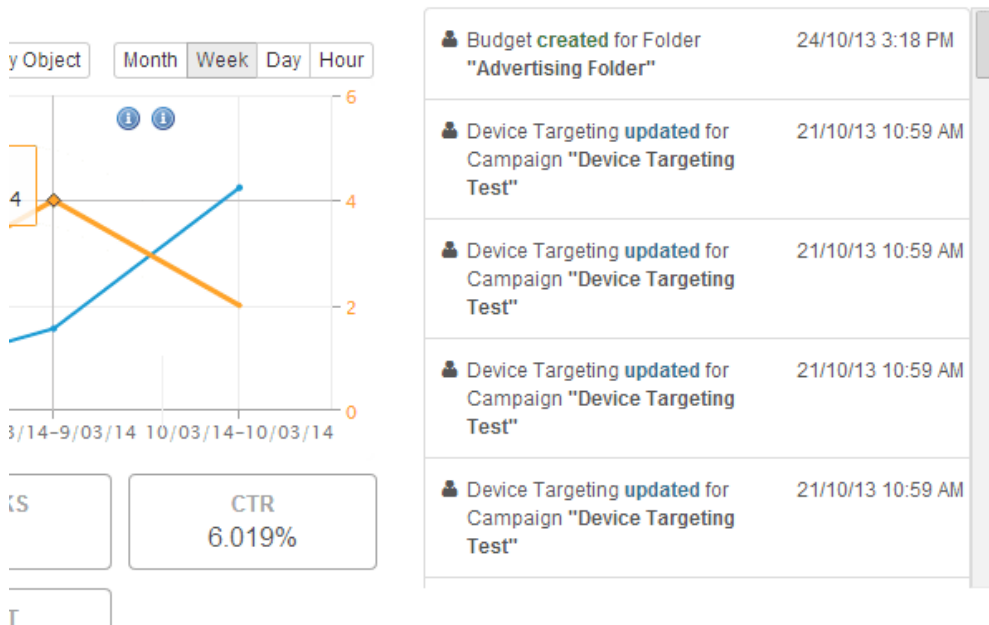
キャンペーンのタイムラインは時系列のリストで全ての変更点を表示します。変更したユーザー、変更した時刻、そして変更されたオブジェクトを表示します。エントリーをクリックすると、変更についての詳細を確認することができます。



実績のグラフをタイムラインに統合し、機能を拡張しました。-[!]アイコンの追加。クリックすると、選択した期間内でのアイテムがハイライト表示されます。



キャンペーンの管理者がタイムライン上を移動する時、時間の位置がまた実績グラフ内でハイライト表示されます。



数ヶ月経つと、以前の情報を表示と「予算額が\$100から\$250に変更」あるいは、「契約の優先順位が'Low'から'High'に更新されました」など状況を更新するためにそれぞれのタイムラインのエントリー内で詳細を拡張を行います。

### キャンペーンのアクションメニュー

それぞれのキャンペーンページの右上に[アクション]メニューがあります。アクションメニューには以下の機能があります。

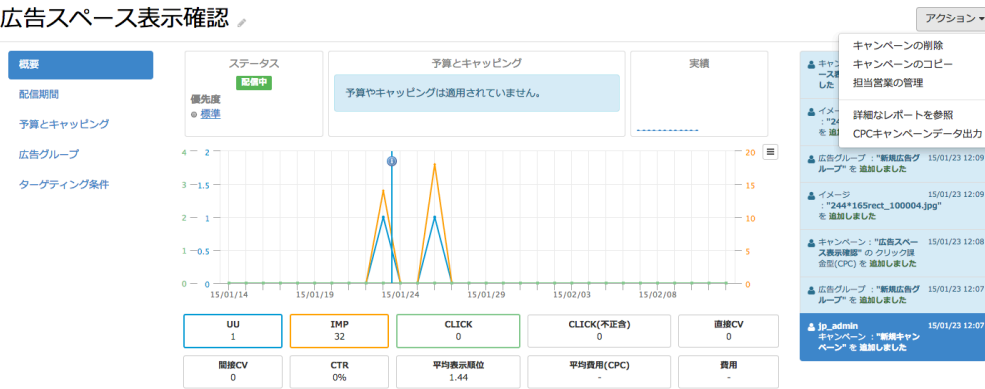
- キャンペーンの削除 - キャンペーンと関連するすべてのドキュメントを削除します。削除したキャンペーンは二度と使用できません。
- キャンペーンのコピー - キャンペーンの詳細まですべて複製を作成します。複製したキャンペーンはキャンペーン名の頭に"Copy of"と付きます。
- 担当営業の管理 - 担当営業としてキャンペーンアサインされた現在のワークスペースを共有します。詳細は以下のセクションを参照ください。
- 詳細なレポートを参照 - クリックすると、現在のキャンペーンに関するAdvertisingの実績レポートが表示されます。
- CPCキャンペーンデータ出力 - CSV形式でキャンペーンのデータをエクスポートします。詳細はこちらを参照ください。

### 担当営業の管理

キャンペーンが作成されると、デフォルトでは担当営業はアサインされていません。担当営業をアサインするには、以下の手順で行います:

- 担当営業を追加したいキャンペーンのページに移動します。
- [アクション]->[担当営業の管理]をクリックします。

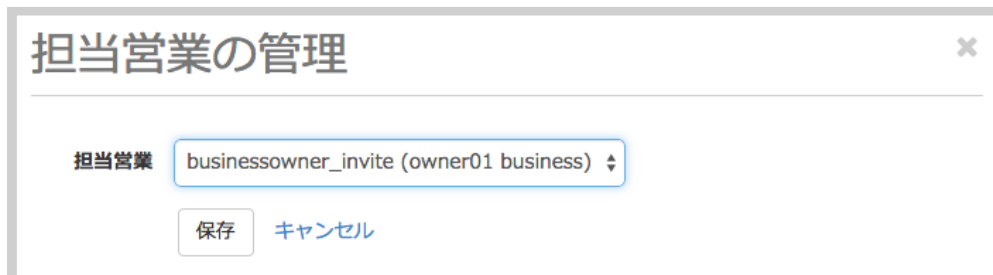
## 広告スペース表示確認



- アサイン可能な担当営業を設定する画面です。
- ドロップダウン・リストから担当営業を選択します。



- [保存]をクリックし保存します。



これでキャンペーンに担当営業がアサインされました。

### キャンペーンにアサインされた担当営業の確認

担当営業を確認するには、広告主の実績を使用します：

- [レポート]->[インベントリレポート]->[広告主の実績]をクリックします。
- [キャンペーン]タブをクリックします。
- アサインされた担当営業が「担当営業」の箇所に表示されます。注意:担当営業が設定されていない場合は「-」が表示されます。

| 名前           | 顧客データ   | 担当営業      | UU | Imp | Click | Click(不正含) | 直接CV | 間接CV | CTR | 平均表示額位 | 平均費用(CPC) | 費用 | アクション |
|--------------|---------|-----------|----|-----|-------|------------|------|------|-----|--------|-----------|----|-------|
| ■ 広告スペース表示確認 | テスト株式会社 | jp_test01 | 1  | 32  | 0     | 0          | 0    | 0    | 0%  | 1.44   | -         | -  |       |

特定のキャンペーンに担当営業を確認するには、以下の手順で確認できます：

- 担当営業を追加したいキャンペーンのページに移動します。
- [アクション]->[担当営業の管理]をクリックします。

選択された担当営業が現在キャンペーンにアサインされている担当営業となります。

### キャンペーンにアサインされている担当営業の削除

以前キャンペーンにアサインされた担当営業を削除するには、以下の手順で行います:

- 削除したい担当営業がアサインされたキャンペーンのページに移動します。
- [アクション]->[担当営業の管理]をクリックします。
- [担当営業が設定されていません]を選択し、[保存]をクリックし変更を保存します。



これで、キャンペーンにアサインされた担当営業はいなくなりました。

## 追加のキャンペーンページ

それぞれのキャンペーンページに、追加のキャンペーン詳細に対して左側のナビゲーションメニューがあります。以下のそれぞれのセクションでは現在利用、提供可能な機能をご紹介します。

### 広告グループ

広告グループはグループの追加あるいはキャンペーン内での条件のマッチングを行います。

### 予算管理とキャッピング

予算管理とキャッピングは、キャンペーンの広告の伝達をこれらの2つの方法で制御します:

### クリエイティブ

クリエイティブは、広告がユーザーに提供された時、ユーザーが何を見るかということです。

- コンボクリエイティブ
- Flash クリエイティブ
- イメージクリエイティブ
- 第三者配信クリエイティブ
- クリックURLのプレースホルダー、ターゲット、リンク先URL
- テキストクリエイティブ
- サードパーティクリエイティブ
- ビデオクリエイティブ

## ターゲティング

### Cxense

Advertisingはオーディエンスをターゲティングする多くの方法を提供します。それぞれの広告商品はいろいろな利用可能なオプションを設定できます。

いろいろな組み合わせで使った場合、広告主はより特定してオーディエンスをターゲットできます。ターゲティングには以下の種類があります:

- 広告スペースターゲティング — 広告主側が特定の広告スペースに表示したい場合、広告スペース名を指定して表示させる事が出来る機能です。
- カテゴリターゲティング — カテゴリターゲティングは、エンドユーザーを大きなグループでターゲットするための機能です。
- 時間帯ターゲティング — 時間帯ターゲティングは、有効な時間帯、曜日、日付を指定してオーディエンスをターゲット出来る機能です。
- デバイスターゲティング — デバイスターゲティングは、広告スペースが配置してあるコンテンツページへのアクセスに利用された特定のデバイスを利用しているユーザーをターゲット出来る機能です。
- DMP Audience Segments
- 地域ターゲティング — 地域ターゲティングは、地域情報を使ってオーディエンスをターゲット出来る機能です。

- **キーワードターゲティング** – キーワードターゲティングは、広告主は多くの異なる単語を指定してターゲットすることが出来る機能です。
- **リターゲティング**
- **サイトターゲティング** – サイトターゲティングは、広告主がどのサイトにキャンペーンや広告が表示されるか制御が出来る機能です。

## キャンペーンの契約タイプ

### CPC キャンペーンの契約

クリック課金型キャンペーンは、「ユーザーがクリックした分を支払う」課金モデルを利用します。公開手数料や日/週/月単位の管理料が生じる場合もあります。

| 300x250 イメージ |            | 優先度 ① | ステータス | 説明を表示 |
|--------------|------------|-------|-------|-------|
| 公開時に有効化      | 特定の有効期間を追加 | 標準    | 有効    | ▶ 公開  |

クリック金額の合計は、**コストモデル** ページ内で詳細が記載されているように様々な方法で計算されます。一般的にCPCのキャンペーンは、キーワードやカテゴリーに対して入札します。

ディスプレイ広告との主な違いは、CPCキャンペーンは、ペナルティなしで配信中に編集できます。キャンペーンのステータスがどの状態でも、入札額とクリエイティブの編集が行えます。

また、キャンペーンの一時停止と停止も同様にどの状態でも行えます。予算消化が、途中のキャンペーンでさえも、途中でその予算を変更することができます。

オーディエンスターゲティングに関するより詳しい情報については、[オーディエンスターゲティング](#)をご参照ください。

### CPM キャンペーンの契約

CPM (1,000回表示あたりの金額) キャンペーンは、設定された価格で広告のインプレッションを購入します。契約手数料がかかる場合もあります。

| CPM-test-wat |              | 契約可能インプレッション数 |     | 要求されたインプレッション | レート    | 配信制御 | 優先度 ① | CPM | 見積金額 | ステータス |
|--------------|--------------|---------------|-----|---------------|--------|------|-------|-----|------|-------|
| 新しい契約        | キャンペーン / 実施日 |               | N/A | 0             | ~0 / 日 | オン   | 標準    | 100 | 0    | 有効    |
|              |              | 12 : 00 AM    |     |               |        |      |       |     |      | ▶ 購入  |
|              |              | 11 : 59 PM    |     |               |        |      |       |     |      | キャンセル |

CPM広告商品に対する契約は、キャンペーンの実施までに必要な費用の全額を支払う必要があります。一度契約が成立すると、**オーディエンスターゲティング**の条件の変更はできません。オーディエンスターゲティングの条件の変更は、一度公開済み/購入済み契約を完了する必要があります。

### CPM キャンペーンの配信制御

キャンペーンの期間に跨って均等に広告を配信するようにするには、広告主は、**配信制御オプション**をオンに選択することによって可能です。この設定により、一日あたりに配信する広告の配信量の制御ができます。よって、キャンペーンの最終日まで確実に広告が表示されるようになります。

配信制御オプションがオフの場合、キャンペーンは、キャンペーンの残り日数に関わらず、設定した配信量をできる限り早く配信するようにします。

### キャンペーンの契約の一時停止

広告主は、キャンペーンがどのステータスでもキャンペーンを一時停止できます。広告主は、契約を再公開できます。しかし、一時停止して再公開すると、インプレッションの配信量が契約した数の配信できない可能性があります。

### CPM キャンペーンの契約の停止

キャンペーンの契約が停止される場合、契約は喪失します。広告主は、キャンペーンの停止やキャンセルにより契約していたインプレッションは喪失します。

### CPM キャンペーン契約に対して、オーディエンスターゲティング条件の編集

オーディエンスターゲティング条件の編集は、キャンペーンの契約前にものみ編集できます。

## クリエイティブコンテンツ(クリエイティブ)の編集

クリエイティブコンテンツは、いつでも編集ができます。しかしながら、キャンペーンが配信中あるいは配信待ちになる場合、キャンペーンは、1つ以上の有効なクリエイティブが必要です。つまりキャンペーンの契約が完了するか停止するまでは、最後のクリエイティブは削除できません(最低1つのクリエイティブが必要となります)。

基本的にCPMキャンペーンの契約は、特定の期間と特定のインプレッション数を購入することができます。広告主は、キャンペーンの実施日と特定の日付範囲で必要なインプレッション数を設定できます。契約の一時中断はできますが、はじめに設定した日付範囲のインプレッション量に影響を及ぼす可能性があります。キャンペーンの停止は、完全にすべての広告の配信が止まります。この処理が一度実行されると元に戻すことができません。キャンペーンを再度「配信中」にするためには、新しい契約が必要です。

## 掲載期間保証型キャンペーンの契約

掲載期間保証型キャンペーンは、特定のウェブサイトやグループサイトに対する枠の購入を伴います。日/週/月当たりの掲載料金がかかり、契約手数料はかかる場合もあります。

テナンシーターゲティング

[説明を表示](#)

購入済み契約

[契約の追加](#)

| 開始日      | 終了日      | 日  | 優先度 | ターゲティング条件数 | 単価     | 見積金額    | 合計金額 | ステータス | アクション |
|----------|----------|----|-----|------------|--------|---------|------|-------|-------|
| 14/02/04 | 14/02/28 | 25 | 標準  | 1          | ¥1,000 | ¥25,000 |      | 配信中   | ■     |

掲載期間保証型広告商品に対する契約は、キャンペーンの実施までに必要な費用の全額を支払う必要があります。

## キャンペーンの契約の一時停止

広告主は、キャンペーンがどのステータスでもキャンペーンを一時停止できます。また、どのステータスでも契約を再公開できます。しかし、一時停止中は配信されないため、期間全体のインプレッションの配信量が減少します。

## キャンペーンの契約の停止

キャンペーンの契約が停止した場合、契約は喪失します。広告主は、キャンペーンの停止やキャンセルにより契約していた料金は喪失します。

## オーディエンスタージェティング条件の編集

オーディエンスタージェティング条件は、キャンペーンがどのステータスの時でも編集が行えます。ただし、ターゲティング条件を新たに追加すると、掲載期間保証型の契約に対するインプレッション数が減少しますのでご注意ください。

## クリエイティブコンテンツ(クリエイティブ)の編集

クリエイティブコンテンツは、いつでも編集ができます。しかし、キャンペーンが配信中あるいは配信待ちになる場合、キャンペーンは、1つ以上の有効なクリエイティブが必要です。つまり、キャンペーンの契約が完了するか停止するまでは、最後のクリエイティブは削除できません。

基本的に掲載期間保証型のキャンペーンの契約は、日、週、月単位の購入する期間に依存しています。広告主は、購入前に期間(日、週、月)を選択する必要があります。購入することで、契約は有効になり、キャンペーンは、契約に基づき配信を開始します。広告主は、配信中、および配信待ち(未来日付が開始日となっている契約等)のキャンペーンの停止、一時停止を行うことができます。しかし、キャンペーンの契約期間内のインプレッション数が減ってしまいます。

## 契約のステータス

下記がそれぞれの課金タイプ毎のステータスとなります。

| ステータス | クリック課金型(CPC) | インプレッション課金型(CPM) | 掲載期間保証型 | 概要                             |
|-------|--------------|------------------|---------|--------------------------------|
| 未入稿   | ✔            | ✔                | ✔       | 広告が入稿されておらず、配信を開始できる状態ではありません。 |
| 有効    | ✔            | ✔                | ✔       | 契約または、公開を行うことが可能な状態です。         |
| 配信中   | ✔            | ✔                | ✔       | 既に契約済みで配信を開始している状態です。          |

|       |   |   |   |   |
|-------|---|---|---|---|
| 配信中*  | ✔ | ✔ |   | 予算超過が発生して一時停止している状態です。設定している予算周期で予算がリセットされた後に自動的に一時停止が解除されます。 |
| 配信待ち  |   | ✔ | ✔ | 契約した配信開始日になっていない状態で配信を待っている状態です。配信開始日になりしだい、配信が開始されます。        |
| キャンセル |   | ✔ | ✔ | 契約がキャンセルされた状態です。  |
| 停止中   | ✔ | ✔ | ✔ | 契約が停止中の状態です。  |
| 完了    |   | ✔ | ✔ | 契約が完了した状態です。  |

## 手数料と継続的な管理料金

手数料は、最初にキャンペーンの契約・購入時に発生します。管理料金は、継続的な単位(日、週、月)で料金が発生します。手数料と管理料金は、広告商品の説明や情報に明記されています。

## キャンペーンの優先度

全ての広告商品タイプに対する契約は、「優先度」フィールドを保持しています。この優先度は、広告のリクエストに対して適合する広告をランキングする時に広告サーバーで利用されます。高い優先度を持つ広告は、より配信されやすくなります。

例えば、キャンペーンAは、標準の優先度の0.5で、キャンペーンBは、一番高い優先度1.0だったとします。この場合、キャンペーンBは、常にキャンペーンAよりも配信されることとなります。

どの広告が配信されるかは、複数の要素によって決まりますが、優先度の設定は、変動成果モデルで利用され、ビジネスオーナーが手動で設定でき、どの広告を配信するか決める際に影響を与えられます。

広告配信方式に関する詳細情報もご参照ください。

## ローカルの競合のラベル

キャンペーンには「競合のラベル欄」を設定して、競合の排除を行う事が出来ます。

**競合のラベル**

ここをクリックすることで、ラベルの追加を行います。同じラベルが追加されている広告は同一リクエストで一緒

この機能を使用すると、すべてのキャンペーンで使用可能な競合部分を定義します。それぞれのキャンペーンで同じ項目を重複排除として割り当てることができます。

ただし、適用範囲は同一広告主のキャンペーンに限定されます。複数の広告主にまたがって重複排除する事は出来ません。

別のキャンペーンで、競合のラベルを設定する際には、既存のラベル名を入力するか(サジェスト機能が使えます)、新しいラベルを追加して下さい。

**競合のラベル**

Aスポーツ Bスポーツ Cスポーツ

Cスポーツ

新しく作成されたラベルもまた、他のキャンペーンで利用出来るようになります。

## 広告グループ

広告グループは、クリエイティブのグループを追加あるいはキャンペーン内で条件のマッチングが出来る機能です。

## 広告グループの表示ステップ

キャンペーンの概要ページからメニューの「広告グループ」をクリックすると、以下のような画面が表示されます。

新規キャンペーン アクション ▾

---

|           |   |       |    |     |       |            |      |      |     |        |           |    |       |
|-----------|---|-------|----|-----|-------|------------|------|------|-----|--------|-----------|----|-------|
| 概要        | 1 広告グループ <span style="float: right;">広告グループの追加</span> |       |    |     |       |            |      |      |     |        |           |    |       |
| 配信期間      | 名前  | ステータス | UU | Imp | Click | Click(不正含) | 直接CV | 間接CV | CTR | 平均表示順位 | 平均費用(CPC) | 費用 | アクション |
| 予算とキャッピング | 新規広告グループ  | 入稿済   | 0  | 0   | 0     | 0          | 0    | 0    | 0%  | 0      | -         | -  | ⏸     |
| 広告グループ    | <small>12/02/15 07:00 のデータまで処理済みです。</small>           |       |    |     |       |            |      |      |     |        |           |    |       |

テーブルは、広告グループページにナビゲーションを許可するとともに広告グループの現在の統計情報も表示します。広告グループを追加することで、ユーザーは広告グループへの権限を持つことが出来ます。

## 予算管理とキャッピング

広告主は、以下の三つの方法でキャンペーンの広告配信を制御出来ます。

- インプレッションキャッピングは全てのユーザー／ユーザー毎にキャンペーンの配信を制御します。
- クリックキャッピングはクリック可能な数を日／週／月単位で回数制限を掛ける事が出来ます。
- キャンペーン予算は設定した予算を超えない範囲で、広告配信をコントロール出来ます。

- はじめに
- キャンペーン予算の設定
- クリックキャッピングの設定
- インプレッションキャッピングの設定
  - キャンペーンに対するインプレッション数のキャッピングの設定
  - ユーザーに対するインプレッション数のキャッピングの設定
  - 予算管理とキャッピングのタイプ



インプレッションキャッピングは、例えばcookieあるいはログインIDのようなエンドユーザーあるいはブラウザに対して 安定したIDを必要とします。

もしcx.jsあるいはレンダリングテンプレート経由で弊社標準のJavaScript APIをご利用の場合は、こちらは自動的に対応されます。このスクリプトは、弊社側でアサインしたサーバーに自動的に送信しているユーザーIDを取得します。

しかしながら、もしアプリケーションサーバーで用いているリトリブのXMLあるいはJSONにREST APIをご利用の場合は、エンドユーザーあるいはブラウザを一意的に特定するためにusiパラメーターを通す必要があります。こちらは、お客様が適切なIDを送信したことを保証するために、Cxenseからの技術的アドバイスを必要かもしれません。このため、本件を先に進める際には、お客様側のアカウントマネージャーと連絡をお取りください。

## はじめに

キャンペーン概要ページにキャンペーンおよび契約の概要が記載されております。

## キャンペーン予算の設定

STEP1 「予算とキャッピング」メニューから「キャンペーン予算」を選択します。

概要

配信期間

**予算とキャッピング**

広告グループ

キャンペーン予算  
 キャンペーンにかかった費用に対してキャッピングを行います。  
 予算設定

金額 \*

予算期間 \*  日: 予算が毎日0時にリセットされます。  
 週: 予算が毎週月曜日の0時にリセットされます。  
 月: 予算が毎月1日の0時にリセットされます。  
 無制限: 使い切りの予算として設定します。

配信制御 \*  オン: 指定した期間で予算を使い切るように広告を表示 (日/週/月)  
 オフ: 予算を使いきるまで可能な限り広告を表示

STEP2 ご要件に応じた設定をして「保存」します。

キャンペーン予算  
 キャンペーンにかかった費用に対してキャッピングを行います。  
 予算設定

金額 \*

予算期間 \*  日: 予算が毎日0時にリセットされます。  
 週: 予算が毎週月曜日の0時にリセットされます。  
 月: 予算が毎月1日の0時にリセットされます。  
 無制限: 使い切りの予算として設定します。

配信制御 \*  オン: 指定した期間で予算を使い切るように広告を表示 (日/週/月)  
 オフ: 予算を使いきるまで可能な限り広告を表示

STEP3 設定した内容を確認します。

キャンペーン予算  
 キャンペーンにかかった費用に対してキャッピングを行います。

|      |            |    |        |         |
|------|------------|----|--------|---------|
| 予算設定 | ¥15,000 毎日 | ¥0 | ¥4,800 | ¥15,000 |
| 残り予算 | ¥4,800*    | 0  | 7 時間   | 24 時間   |
| 残り時間 | 7 時間       |    |        |         |
| 配信制御 | 配信制御中      |    |        |         |

\* 残り予算は、残り時間を元に計算されます。新規予算設定の場合には、既に消化した予算は引き継がれませんのでご注意ください。

## クリックキャッピングの設定

STEP1 「予算とキャッピング」メニューから「キャンペーンに対するクリック数のキャッピングの設定」を選択します。

概要

配信期間

**予算とキャッピング**

広告グループ

キャンペーン予算  
 キャンペーンにかかった費用に対してキャッピングを行います。  
[予算管理](#)

---

キャンペーンに対するクリック数のキャッピング  
 キャンペーンに対してクリック数のキャッピングを行います。  
 クリックキャッピングの設定

最大クリック数 \*

キャッピングの期間 \*  日: キャッピングが毎日0時にリセットされます。  
 週: キャッピングが毎週月曜日の0時にリセットされます。  
 月: キャッピングが毎月1日の0時にリセットされます。  
 無期限: リセットされません。1度使いきるまでの設定です。

配信制御 \*  配信制御する: 設定されたキャッピング期間内でクリック数を平均化するために広告配信を制御  
 配信制御しない: 設定されたクリックを得るまで可能な限り広告を配信

STEP2 ご要件に応じた設定をして「保存」します。

キャンペーンに対するクリック数のキャッピング  
 キャンペーンに対してクリック数のキャッピングを行います。  
 クリックキャッピングの設定

最大クリック数 \*

キャッピングの期間 \*  日: キャッピングが毎日0時にリセットされます。  
 週: キャッピングが毎週月曜日の0時にリセットされます。  
 月: キャッピングが毎月1日の0時にリセットされます。  
 無期限: リセットされません。1度使いきるまでの設定です。

配信制御 \*  配信制御する: 設定されたキャッピング期間内でクリック数を平均化するために広告配信を制御  
 配信制御しない: 設定されたクリックを得るまで可能な限り広告を配信

STEP3 設定した内容を確認します。

キャンペーンに対するクリック数のキャッピング  
 キャンペーンに対してクリック数のキャッピングを行います。

|         |       |   |                                 |      |                                  |       |
|---------|-------|---|---------------------------------|------|----------------------------------|-------|
| CTR     | 10 毎日 | 0 | <div style="width: 40%;"></div> | 4    | <div style="width: 100%;"></div> | 10    |
| 残りクリック数 | 4*    | 0 | <div style="width: 40%;"></div> | 9 時間 | <div style="width: 100%;"></div> | 24 時間 |
| 残り時間    | 9 時間  |   |                                 |      |                                  |       |
| 配信制御    | 配信制御中 |   |                                 |      |                                  |       |

\* 残りクリック数は、設定した期間の残り時間をベースとして計算されます。

## インプレッションキャッピングの設定

キャンペーンに対するインプレッション数のキャッピングの設定

STEP1 「予算とキャッピング」メニューから「キャンペーンに対するインプレッション数のキャッピングの設定」を選択します。

|                  |  |
|------------------|--|
| 概要               | キャンペーン予算   |
| 配信期間             | キャンペーンにかかった費用に対してキャッピングを行います。<br>予算管理  |
| <b>予算とキャッピング</b> | キャンペーンに対するクリック数のキャッピング   |
| 広告グループ           | キャンペーンに対してクリック数のキャッピングを行います。<br><a href="#">クリックキャッピングの管理</a>  |
|                  | <p>キャンペーンに対するインプレッション数のキャッピング</p> <p>キャンペーンに対してインプレッション数のキャッピングを行います。</p> <p>インプレッションキャッピングの設定</p> <p>インプレッション数の上限を設定 * <input type="text" value="インプレッション数の上限を設定"/></p> <p>キャッピングの期間 * <input checked="" type="radio"/> 毎日0時にリセットされます。</p> <p><input type="radio"/> 週: キャッピングが毎週月曜日の0時にリセットされます。</p> <p><input type="radio"/> 月: キャッピングが毎月1日の0時にリセットされます。</p> <p><input type="radio"/> 無期限: リセットされません。1度使いきるまでの設定です。</p> <p>配信制御 * <input checked="" type="radio"/> 配信制御する: 設定されたキャッピング期間内でインプレッション数を平均化するために広告配信を制御</p> <p><input type="radio"/> 配信制御しない: 設定されたインプレッションを得るまで可能な限り広告を配信</p> <p><input type="button" value="保存"/> <input type="button" value="キャンセル"/></p> |

STEP2 ご要件に応じた設定をして「保存」します。

|                   |   |
|-------------------|---|
| インプレッションキャッピングの設定 |   |
| インプレッション数の上限を設定 * | <input type="text" value="インプレッション数の上限を設定"/>  |
| キャッピングの期間 *       | <input checked="" type="radio"/> 毎日0時にリセットされます。<br><input type="radio"/> 週: キャッピングが毎週月曜日の0時にリセットされます。<br><input type="radio"/> 月: キャッピングが毎月1日の0時にリセットされます。<br><input type="radio"/> 無期限: リセットされません。1度使いきるまでの設定です。 |
| 配信制御 *            | <input checked="" type="radio"/> 配信制御する: 設定されたキャッピング期間内でインプレッション数を平均化するために広告配信を制御<br><input type="radio"/> 配信制御しない: 設定されたインプレッションを得るまで可能な限り広告を配信  |
|                   | <input type="button" value="保存"/> <input type="button" value="キャンセル"/>  |

STEP3 設定した内容を確認します。

|  |          |             |       |
|--|----------|-------------|-------|
| 広告のインプレッションキャッピング                        |          |             |       |
| インプレッション設定                               | 1,000 毎日 | 残りインプレッション数 |       |
| 残りインプレッション数                              | 542*     | 0           | 1,000 |
| 残り時間                                     | 12 時間    | 0           | 24 時間 |
| 配信制御                                     | オフ       |             |       |
| * 残りインプレッション数は、設定した期間の残り時間をベースとして計算されます。 |          |             |       |

ユーザーに対するインプレッション数のキャッピングの設定

STEP1 「予算とキャッピング」メニューから「ユーザー毎のインプレッション数の制限」を選択します。

|           |  |
|-----------|--|
| 概要        | キャンペーン予算<br>キャンペーンにかかった費用に対してキャッピングを行います。<br><a href="#">予算管理</a>  |
| 配信期間      |  |
| 予算とキャッピング | キャンペーンに対するクリック数のキャッピング<br>キャンペーンに対してクリック数のキャッピングを行います。<br><a href="#">クリックキャッピングの管理</a>  |
| 広告グループ    | キャンペーンに対するインプレッション数のキャッピング<br>キャンペーンに対してインプレッション数のキャッピングを行います。<br><a href="#">インプレッションキャッピングの管理</a>  |
|           | ユーザー毎のインプレッション数の制限<br>ユーザー毎にこのキャンペーン内のインプレッション数をキャッピングします。<br>インプレッションキャッピングの設定<br>ユーザー毎のインプレッション数の上限設定 * <input type="text" value="0"/><br>期間 * <input checked="" type="radio"/> 毎日<br><input type="radio"/> 毎週<br><input type="radio"/> 毎月<br><input type="button" value="保存"/> <input type="button" value="キャンセル"/> |

STEP2 ご要件に応じた設定をして「保存」します。

|   |
|---|
| ユーザー毎のインプレッション数の制限<br>ユーザー毎にこのキャンペーン内のインプレッション数をキャッピングします。<br>インプレッションキャッピングの設定<br>ユーザー毎のインプレッション数の上限設定 * <input type="text" value="10"/><br>期間 * <input checked="" type="radio"/> 毎日<br><input type="radio"/> 毎週<br><input type="radio"/> 毎月<br><input type="button" value="保存"/> <input type="button" value="キャンセル"/> |
|---|

STEP3 設定した内容を確認します。

|   |
|---|
| ユーザー毎のインプレッション数の制限<br>ユーザー毎にこのキャンペーン内のインプレッション数をキャッピングします。<br><b>1日あたり1ユーザーに対して10インプレッション</b> |
|---|

#### インプレッションキャッピングについて

インプレッションキャッピングは、CPC(ただし無料型を除く)、CPMそして掲載期間保証型とすべてのキャンペーンタイプに対して設定することができます。上限値に設定する値は、日当たりの回数、週当たりの回数、月当たりの回数で設定できます。

上限値の設定は、キャンペーン作成後、どのようなキャンペーンのステータスでも調整できます。期間の途中で調整を行っても、遡及して実施されます。

キャンペーンが公開され、月途中で500インプレッション発生しているとします。キャンペーン全体のインプレッションキャッピングが月当たり550回に設定した場合、同じ月の残期間に表示する回数は、50回以内になります。

同様に、ユーザーがキャンペーンの広告を1日5回見ていた場合、その後、ユーザー毎のインプレッションキャッピングを3回/日に設定すると、そのユーザーは、その日に同じ広告を見ることはなくなります。

## 予算管理とキャッピングのタイプ

### 予算管理

広告グループにかかった費用に対してキャッピングを行います。

以下設定が必須です:

- 金額: 選択された期間に対して割り当てられた合計金額
- 予算期間: 日、週、月あるいは無制限を設定可能です。
- 配信制御: オンを選択すると、指定した期間で予算を使い切るように広告を表示(日/週/月)します。オフを選択すると、予算を使いきるまで可能な限り広告を表示します。

### クリックキャッピングの管理

広告グループに対してクリック数のキャッピングを行います。

以下設定が必須です:

- 最大クリック数: 選択した期間内にクリックされる数の上限を設定します。
- キャッピングの期間: 日、週、月あるいは無制限を設定出来ます。
- 配信制御: 配信制御するを選択すると、設定されたキャッピング期間内でクリック数を平均化するために広告配信を制御します。配信制御しないを選択すると、設定されたクリックを得るまで可能な限り広告を配信します。

### インプレッションキャッピングの管理

広告グループに対してインプレッション数のキャッピングを行います。

以下設定が必須です:

- インプレッション数の上限を設定: 選択された期間のインプレッション数の上限を設定します。
- キャッピングの期間: 日、週、月、無制限に設定出来ます。
- 配信制御: 配信制御するを選択すると、設定されたキャッピング期間内でインプレッション数を平均化するために広告配信を制御します。配信制御しないを選択すると、設定されたインプレッションを得るまで可能な限り広告を配信します。

## 広告とクリエイティブ

クリエイティブは、エンドユーザーが実際にみる広告となります。

Cxense Advertising では、業界標準の広告サイズをサポートしています。さらに、要求に応じて様々なタイプのカスタムサイズをサポートしています。

### クリエイティブテンプレート

クリエイティブテンプレートは、広告商品で定義されたクリエイティブのフォーマットを指定します。これらのテンプレートでは、クリエイティブの仕様(制約など)を柔軟にカスタマイズできます。より詳しい情報は、[クリエイティブテンプレート](#)をご参照ください。

### キャンペーン、広告、クリエイティブ

キャンペーンと広告には、様々なクリエイティブを追加することができます。クリエイティブに、ウェブサイト上に配信する広告を入稿します。

クリエイティブに関するより詳しい情報やそれぞれのクリエイティブがサポートする特定のフォーマット、ファイルタイプに関する情報については、[コンボクリエイティブ](#)、[テキストクリエイティブ](#)、[イメージクリエイティブ](#) あるいは、[Flash クリエイティブ](#)をご参照ください。

### キャンペーンの設定

キャンペーンの管理を行いやすくするためにクリエイティブとターゲティング条件を追加する有効範囲を選択します。ビジネスオーナーは、有効範囲を広告商品毎に制御できます。広告商品のバリエーションは、多岐にわたるため、広告主として有効なものが何であるかを厳密にすることはできませんが、下記の例は、シンプルなキャンペーンとより高度なキャンペーンのサンプルとなります。

## シンプルな広告キャンペーンの設定:

- キャンペーンのみが有効範囲のテキストクリエイティブ
- キャンペーンのみが有効範囲のキーワードテンプレート

上の設定例は、すべてのクリエイティブとキーワードをキャンペーンに追加するようになります。したがって、広告主は、広告毎にそれらを設定する必要がなくなります。また、効果の比較を行うために複数のクリエイティブを追加できます。

### 利用例:

- キャンペーン: シューズ
- キャンペーンキーワード: 'シューズ',
- キャンペーンクリエイティブ #1: "シューズ販売中,今だけ特価"
- キャンペーンクリエイティブ #2: "シューズ購入で送料無料"

上記の例は、単純な広告キャンペーンの説明です。すべての設定は、広告設定を考慮する必要はなく、キャンペーンビューレベルで完了できます。

## より高度な広告キャンペーンの設定:

- キャンペーンと広告が有効範囲のテキストクリエイティブ
- キャンペーンと広告が有効範囲のキーワードテンプレート

上記の設定は、広告主がキャンペーンレベルと広告レベルの両方でマッチング条件やクリエイティブの設定を行えます。さらに異なるクリエイティブとマッチング条件をもつ複数の広告を1つのキャンペーンに紐づけることができます。

### 利用例

- キャンペーン: シューズ
  - キャンペーンキーワード: シューズ, スニーカー, ブーツ
  - キャンペーンクリエイティブ: "各種ベストシューズ取り揃えています。"
- 広告 #1: スポーツファン
    - 広告#1クリエイティブ#1: "最高のスポーツシューズ"
    - 広告#1クリエイティブ#2: "最軽量なトレーニングシューズ"
    - キーワード: ランニングシューズ, トレーニングシューズ, テニスシューズ, ...
  - 広告 #2: ハイキングファン
    - 広告#1クリエイティブ#1: "頑丈なワーキングブーツ"
    - 広告#1クリエイティブ#2: "軽量の登山用ブーツ"
    - キーワード: アウトドアブーツ, トレッキングシューズ, 登山靴, ワーキングシューズ, ...

上記は、より高度なキャンペーンの一例です。キャンペーンレベルで1つのクリエイティブ、そして2つの広告を利用して、それぞれ異なるオーディエンスをターゲティングできるようなキーワードを設定しています。それぞれの広告は、異なるクリエイティブメッセージを設定することで、オーディエンスの反応をあげることができます。さらにターゲティング条件もそれぞれごとに設定しています。例えば、キャンペーンレベルで"シューズを部分一致で100円"、広告レベルで"ランニングシューズを完全一致で400円"など、キャンペーンと広告それぞれに、入札額と検索方式を複数持たせることができます。

## ライブプレビュー

広告主用ヘルプデスクまたは広告主用アカウントマネージャ権限のユーザは、クリエイティブを実際のウェブページ上(広告スペースが設置されているウェブページ)でプレビューすることができます。

ライブプレビューは「ライブプレビューの有効化」ボタンをクリックすることで有効化されます(下図):

ライブプレビューが有効化されました。現在のブラウザで、約5分以内に1回だけクリエイティブを実サイトの広告スペースでプレビューできます。

| 名前             | ステータス | サイズ (kb) | UU | Imp | Click | Click(不正含) | CTR | 操作           |
|----------------|-------|----------|----|-----|-------|------------|-----|--------------|
| priority01.jpg | 入稿済   | 66       | 0  | 0   | 0     | 0          | 0%  | ライブプレビューの有効化 |

あるいはプレビューウィンドウ内の「ライブプレビューの有効化」ボタンをクリックすることででも有効化できます:

# イメージのプレビュー

プレビュー

高度なライブプレビュー

ライブプレビューが有効化されました。現在のブラウザで、約5分以内に1回だけクリエイティブを実サイトの広告スペースでプレビューできます。

Creative preview



ファイル名 CXENSE\_prodlogo\_Advertising.jpg

サイズ 221 x 60px

ファイルサイズ 8.17kb

到達URL <http://www.cxense.com/jp>

Preview

👁️ ライブプレビューの有効化

ライブプレビューが有効化されると、5分間に一度だけプレビューできる旨のメッセージが表示されます。この有効化の操作を行ったブラウザで広告スペースが設置されているウェブページを開き、ライブプレビューを行ってください。



- ライブプレビューは配信中のクリエイティブのみで可能です。
- 広告スペースが複数あるウェブページでは、ライブプレビューが有効になるのは一つの広告スペースのみです（通常は最初にリクエストが発行された広告スペースのみ）。広告リクエストとレスポンスのタイミング次第で複数の広告スペースで有効になる場合もありますが、基本的には一つの広告スペースのみで有効とお考えください。
- 広告サーバのドメインオーバーライドを行っている場合にはライブプレビューはできません。

## 到達URLのプレビュー

クリエイティブをプレビューする際に、到達URLが正しいかどうかを素早くチェックするには Preview ボタンをクリックします。

Note: ページをロードするには少し時間がかかり、スクリーンショットを作成し、それをCxAdに渡します。通常は10-15秒かかりますが、30秒ほどかかることもあります。

最初のページのスクリーンショットが作られたらすぐに、30日間キャッシュされてすぐに返されるようになります。

# イメージのプレビュー



プレビュー

高度なライブプレビュー

ライブプレビューの有効化

Creative preview



**ファイル名** cxense-logo-with-strapline.png  
**説明** Cxense  
**サイズ** 218 x 98px  
**ファイルサイズ** 14.7kb  
**到達URL** http://cxense.com

→  ←

# イメージのプレビュー



プレビュー

高度なライブプレビュー

👁️ ライブプレビューの有効化

Creative preview



ファイル名 cxense-logo-with-strapline.png

説明 Cxense

サイズ 218 x 98px

ファイルサイズ 14.7kb

到達URL <http://cxense.com>



ビジュアルな例

## シンプルな広告キャンペーンの例

セルフサービス  
広告主

キーワードターゲティング

キャンペーン

クリエイティブ

ターゲット条件

シンプルな広告キャンペーンは、キャンペーン毎にクリエイティブとターゲティング条件を持ちます。

## より高度な広告キャンペーンの例

広告代理店  
/高度な  
セルフサービス  
広告主

キャンペーン

広告

クリエイティブ

ターゲット条件

テキスト、イメージ、Flash、HTML、3<sup>rd</sup> パーティ

キーワード、デバイス、地域、言語  
ユーザープロフィール、時間帯、サイト

より高度な広告キャンペーンは、複数の広告を持ちます。広告は、クリエイティブとマッチング条件を持ちます。

よくあるお問い合わせ

### クリエイティブ

- テキストクリエイティブの改行の扱い
- プライバシーマークの追加方法

## コンボクリエイティブ

コンボクリエイティブを用いることによって、1つの広告クリエイティブを作るのにFlash、イメージ、そしてテキストを組み合わせて利用できます。

広告商品毎に、クリエイティブテンプレートの設定で、個々のフィールドを定義できます。フィールドは、Flashファイル、イメージ、そしてテキストのいかなる組み合わせを利用することができます。それぞれに名前をつける必要があります。(例、'ロゴ'、'電話番号'タイトルテキスト等) この名前を広告主が見て、フィールドの役目を知ることができます。

</> コンボクリエイティブ

|          |   |
|----------|---|
| 名前 *     | <input type="text" value="名前"/>   |
| コンボテキスト  | <input type="text" value="コンボテキスト"/>                                    |
|          | 1 から 200 文字 (注意 : 全角は2文字とカウント)  |
| コンボイメージ  | <input type="button" value="ファイルを選択"/> 選択されていません                        |
|          | "300 x 250px , 最大 500kb" JPEG, GIF/Animated GIF, PNG                    |
| コンボフラッシュ | <input type="button" value="ファイルを選択"/> 選択されていません                        |
|          | "180 x 50px , 最大 500kb" Flash のバージョン: 5 以上 最大フレームレート: 120 fps           |
| 到達URL *  | <input type="text" value="http://"/> <input type="text" value="到達URL"/> |
|          | <input type="button" value="保存"/> <input type="button" value="キャンセル"/>  |

広告商品ごとに、HTML言語を利用して異なる表示を行うことができます。このマークアップは、複数の異なる場所にまたがって、コンボクリエイティブの見た目を変えることができます。プレビュー機能を利用すると、実際のエレメントの内容を単に表示しますが、最終的に広告スペースに表示される内容と異なります。

1つのクリエイティブで、多様な表示方法を..

下記は、全く同じクリエイティブを利用して、2つの異なる表示例です。これが、コンボクリエイティブの優れた能力です。それぞれの表示は、アプリケーションやウェブサイト、モバイルアプリケーション、デジタル掲示板などのスタイルにフィットするようにすることができます。レンダーテンプレートを使用して、コンボクリエイティブにスタイルを付与して広告配信を行うことができます。

Advertisement Placeholder

125 x 125  
(Square Button)

Example Title Here

Example Description Here

Advertisement Placeholder

125 x 125  
(Square Button)

タイトル  
説明分のサンプル

タイトル(サンプル)  
説明文のサンプル

Advertisement Placeholder

125 x 125  
(Square Button)

リファレンス名

コンボクリエイティブの各動的なフィールドを参照するために、それぞれのフィールドに名前をつける必要があります。広告表示を行う際には、その名前を利用して、データを取得します。

Flash クリエイティブ



Flash ご利用時の注意事項: Cxense AdvertisingでFlashクリエイティブを利用する時は、正しく動作するためにflash広告内に下記に表示しているコードをそのままご利用になってください。

埋め込むClickTAGコード

```
on (release){  
  getURL(clickTAG, "_blank");  
}
```

Flash のバージョン

Flashクリエイティブを表示する時、パブリッシュされたバージョンがユーザーにとってサポートされていない可能性があることに注意してください。一般的には、バージョン9以下でflashファイルをパブリッシュします。アドビ社のオフィシャルドキュメンテーションのバージョン毎の利用者の割合をご参照ください。

Actionscript バージョンと利用方法

AS1 (Actionscript1) あるいは、AS2 (Actionscript2)をご利用になってください。**AS3 (Actionscript3) は、サポートしておりません。**  
弊社はオンライン広告業界のスタンスを反映しております。**A3の使用は動作の保証をしておりません。**

A3をご利用になる場合は弊社がテストを行った、正常に動作するであろうコードを参考にして下さい。  
コード (click\_btn) のオブジェクト参照、またはこの『click\_btn』のインスタンス名を使用するswfファイルのボタンオブジェクトを、最新版へアップデートする必要があります。

```
import flash.events.MouseEvent;
import flash.net.URLRequest;
import flash.net.navigateToURL;

click_btn.addEventListener(MouseEvent.CLICK, onClick);
function onClick(e:MouseEvent):void {
    var click_url:String = root.loaderInfo.parameters.clickTAG;
    if(click_url) {
        navigateToURL(new URLRequest(click_url), '_blank');
    }
}
```

flash広告内のクリックタグの利用方法に関するより詳しい情報は、下記となります。

- [アドビフォーラムの関連する記事](#)
- アドビ社のFlashのドキュメンテーションに[ワークアラウンド](#)があります。しかし、業界標準を考慮しておらず、エラーになりやすいことはふれてはいません。
- 対照的に、[this progressive take](#)のようなAS3の利用方法があります。しかしながら、オフィシャルにはサポートしていません。
- また、積極的にギャップを埋めようと努力する人々もいます。
- 追加情報としての、AS3のサンプルは、非常に複雑です。
- 上記のサンプルコードは[getclicktag.com/get-clicktag-code](http://getclicktag.com/get-clicktag-code)を参照に記述しています。



シーセンスでは、外部リンクに記載しているいかなる情報の責任を持ちません。また、推奨もしません。それらは、広告業界におけるAS3に対する現在のサポート情報に関する追加のリファレンスとしてご提供しているだけです。

## HTML 5 クリエイティブ

HTML5クリエイティブを用いることによって、HTMLコードを入稿しクリエイティブとして表示させることができます。

## HTML5クリエイティブ

名前 \*

コンテンツ \*

上記にHTMLコードを入力してください。最大 4000 文字まで入力可能です。クリックURLのプレースホルダ {clickurl} を到達URLのリンクとして使用可能です。例: "<a {clickurl}>"  
クリエイティブ用のCSSを定義し、親ページのスタイルが継承されないようにしてください。

到達URL \*

1 から 255 文字 (注意 : 全角は2文字とカウント)

[配信期間の追加](#)

HTMLコードをContentフィールドに入力してください。

以下にご注意ください:

- 入力できるHTMLコードは最大4000文字までです。
- クリックURLのプレースホルダーとして、"{clickurl}"を使用することができます。このプレースホルダーは広告サーバ側で適切なクリックURLに書き換えられます(クリックURLはCxense Advertisingがクリック計測を行うためのURLで、到達URLにリダイレクトされます)。
- クリックURLのプレースホルダーが存在しない場合、広告サーバはクリックURLのリンクでクリエイティブをラップしてレンダリングされます。
- クリエイティブは広告スペース内の div タグ内にレンダリングされます。
- HTMLクリエイティブ用の CSS を定義し、親ページのスタイルを継承しないようにしてください。

### クリックURLの例

クリックURLのプレースホルダーを使用したクリエイティブ

| Creative HTML  | Rendered HTML   |
|--|---|
| <pre>&lt;h1&gt;テスト広告&lt;/h1&gt;&lt;br&gt; テキスト&lt;br&gt; &lt;a {clickurl}&gt;ここをクリック&lt;/a&gt;</pre> | <pre>&lt;div style="height: 100px; width: 300px; overflow: hidden;"&gt;   &lt;h1&gt;テスト広告&lt;/h1&gt;&lt;br&gt;   テキスト&lt;br&gt;   &lt;a href="http://adserver.cxad.cxense.com/adserver/click/23of4z xuBOZf_Guo3xri_vVvuksPmyl6lMOxs6wjQTNodLNSzJ0ZbwmfWstCxUiqULtzydlq4TK7N6YvqxprN-nYjODGruwHltGq_9omRc3Gv3CfL8JehPoSGn1NeJHg0QQZMHvu3tg.." rel="nofollow" target="_top"&gt;ここをクリック&lt;/a&gt; &lt;/div&gt;</pre> |

クリックURLプレースホルダを使用しない場合のクリエイティブ

| Creative HTML  | Rendered HTML  |
|--|--|
| <pre data-bbox="181 191 755 352">&lt;h1&gt;テスト広告&lt;/h1&gt;&lt;br&gt; テキスト&lt;br&gt; ここをクリック</pre> | <pre data-bbox="863 191 1437 724">&lt;div style="height: 100px; width: 300px; overflow: hidden;"&gt; &lt;a href="http://adserver.cxad.cxense.com/adserver/click/FixtAQWXR3Uw1c2j8HqGEUp9XFv0EnNywFOUOCY6q8VmbaTiGqH4-xqA323mxaVF-cndxzOZn66EwrCKg600e8bdsXuu1MR0cb8riUsMcyNLGGevsaR4oTwwKwQyucGYb086eFBevMg.." rel="nofollow" style="height: 100px; width: 300px;" target="_top"&gt; &lt;h1&gt;テスト広告&lt;/h1&gt;&lt;br&gt; テキスト&lt;br&gt; ここをクリック &lt;/a&gt; &lt;/div&gt;</pre> |

## イメージクリエイティブ

cXad は、イメージのフォーマットとして、\*.png, \*.jpg そして、\*.gif をサポートします。

### 広告商品設定時

各広告商品毎に、入稿可能なイメージフォーマットを定義できます。例えば、jpgフォーマットのみを許可する広告商品やすべての画像フォーマットに対応する広告商品などを設定することができます。

 イメージクリエイティブのテンプレート - 300x250 イメージ

テンプレート名 \*

有効範囲 \*  キャンペーン  
 広告

クリエイティブサイズ (幅 x 高さ) \*

ファイルサイズ \*

フォーマット \*  JPEG  
 GIF/Animated GIF  
 PNG

説明  非表示  必須項目  オプション項目

最小   
最大

到達URL \* 最小   
最大

インプレッショントラッキング URL  非表示  必須項目  オプション項目

🖼️ イメージクリエイティブ
☰ テキストクリエイティブ

🖼️ イメージクリエイティブ

**アップロード \***  選択されていません

"300 x 250px , 最大 500kb" JPEG, GIF/Animated GIF, PNG

**説明 \***

1 から 100 文字 (注意 : 全角は2文字とカウント)

**到達URL \***

1 から 60 文字 (注意 : 全角は2文字とカウント)

### 第三者配信 - インプレッショントラッキング


全てのクリエイティブでサードパーティ製サービスからのインプレッショントラッキングURLをサポートします。

現在サポートしているサードパーティ製インプレッショントラッキングURLのフォーマットは、下記の通りです。

| 第三者配信名称            | URLフォーマット  |
|--------------------|--|
| AdClear            | http://{サブドメイン名}.adclear.net/acv/{AdClear URL 情報}&ts=%timestamp%   |
| AdCloud            | http://t.adcloud.net/t.gif?r={AdCloud URL 情報}  |
| Adition            | http://adfarm1.adition.com/banner?sid={Adition URL 情報}&ts=[タイムスタンプ]  |
|                    | http://adfarm1.adition.com/track?sid={Adition URL 情報}&ts=[タイムスタンプ]   |
| AdFarm             | http://adfarm1.adition.com/banner?sid={AdFarm URL 情報}&ts=[タイムスタンプ]   |
| AdForm             | http://track.adform.net/adfserve/?bn={AdForm URL 情報};ord=[タイムスタンプ]   |
| Alianzis           | http://tracker.alianzis.com/clicks.php?atid={Alianzis URL 情報}  |
| DoubleClick        | http://ad{オプションのサブドメイン名}.doubleclick.net/ad/{DoubleClick URL 情報};ord=[タイムスタンプ]?                                      |
|                    | http://ad/{オプションのサブドメイン名}.doubleclick.net/ddm/{DoubleClick URL 情報};ord=[タイムスタンプ];{DoubleClick URL 情報}?               |
|                    | http://ad{オプションのサブドメイン名}.doubleclick.net/imp{DoubleClick URL 情報}http://ad.doubleclick.net{DoubleClick イメージ URL}      |
| Facilitate Digital | http://adsfac.{オプションのサブドメイン名}/{ページ情報}.asp?cc={Facilitate digital ID}&{Facilitate creative information}&ord=[タイムスタンプ] |
| Ligatus            | http://{サブドメイン名}ligatus.{Ligatus URL 情報}cgi-bin{Ligatus URL 情報}  |

|                    |   |
|--------------------|---|
| Media Factor       | http://{サブドメイン名}.mediafactor.{Media Factor URL 情報}cb=INS<br>ERT_RANDOM_NUMBER_HERE{optional Media Factor URL 情報}  |
| MediaMath          | http://pixel.mathtag.com/{MediaMath ページ 情報}?mt_id={Media<br>Math URL 情報}  |
| MediaMind          | http://bs.serving-sys.com/BurstingPipe/adServer.bs?cn=tf{Media<br>Mind URL 情報}&ord=[タイムスタンプ]{MediaMind URL 情報}    |
| MediaPlex          | http://altfarm.mediaplex.com/ad/tr/{MediaPlex URL 情報}?mpt=[<br>CACHEBUSTER]                                       |
| Next Audience / N7 | http://ads.newtention.net/ads?{Next Audience URL 情報}&ts=[Zei<br>tstempel]   |
| Quisma AdMax       | http://admax.quisma.com/tracking/view/{Quisma AdMax URL<br>情報}CB_RandomValue                                      |
| Quisma Qservz      | http://t.qservz.com/{Quisma Qservz ファイル名}.aspx?tc={Quisma<br>Qservz URL 情報}                                       |
| Scorecard Research | http://b.scorecardresearch.com/p?{Scorecard Research URL<br>情報}&rn=[%random%]{optional Scorecard Research URL 情報} |
| Search             | http://ad.search.{domain}/view.html/{search URL 情報}   |
| TradeDoubler       | http://imp{オプションのサブドメイン名}.tradedoubler.com/imp?type{<br>TradeDoubler URL 情報}                                      |
| Weborama           | http://{サブドメイン情報}.weborama.{domain suffix}/fcgi-bin/adserv<br>.fcgi?tag={Weborama URL 情報}&rnd=[RANDOM]            |

なお、それぞれのインプレッショントラッキングURLの詳細情報に関しては、サードパーティー会社にお問い合わせください。  
クリックURLのプレースホルダー、ターゲット、リンク先URL

 テキストクリエイティブでのプレースホルダーの置換はテキストクリエイティブをご参照ください。

現在私どもは、貴社のリファラートラッキングとサイト解析に、追加のメトリクスを提供するためクリックURLに追加出来るプレースホルダーの範囲をサポートします。

注釈: クリックURLに引き渡されるパラメータはどのようなものでも利用可能です。

#### Cxense Advertising プレースホルダー

| プレースホルダー   | 詳細                                       |
|------------|--|
| creative   | 一致するクリエイティブのID                           |
| ad         | 一致する広告グループのID                            |
| campaign   | 一致するキャンペーンのID                            |
| adaccount  | 一致する広告主のID                               |
| adspace    | 広告スペースのID                                |
| pubaccount | サイト運営者のID                                |
| keyword    | ターゲティングで利用するキーワードとマッチタイプ                 |
| ifContent  | 広告スペースで設定したコンテンツプロファイルの重みに対応します。(設定値0以上) |

|              |   |
|--------------|---|
| ifSearch     | リクエストが検索ベースだったかどうか(文脈上、もしくは検索ボックスのキーワードを利用したか。) |
| ifBehavioral | 広告スペースで設定したユーザープロフィールの重みに対応します。(設定値0以上)         |

## 参考例

### Cxense Advertising 標準プレースホルダー

最初の例では、リンク先URLで基本となるIDをそれぞれ埋め込んでクリックURLを作成しています。

```
http://www.cxense.com/?creative={creative}&ad={ad}&campaign={campaign}&adaccount={adaccount}&adspace={adspace}&pubaccount={pubaccount}
```

その結果、次のようになります。(実際にご利用の環境に合わせてID部分は書き換えて下さい)

```
http://www.cxense.com/?creative=e321a23a882d21f4&ad=85c408e449f9478c&campaign=929115aeeed80aee&adaccount=3f90529e00865bd7&adspace=3529e9c8849f8895&pubaccount=8ae6aa923d094e84
```

次の例では全てのプレースホルダーを利用します

```
http://www.cxense.com/?creative={creative}&ad={ad}&campaign={campaign}&adaccount={adaccount}&adspace={adspace}&pubaccount={pubaccount}{keyword:&k=}{ifSearch:&src=}{ifContent:&wC=}{ifBehavioral:&wB=}
```

上の例の結果は、文脈上のターゲティング無しのもので、プレースホルダーがマッチしない場合、プレースホルダーは空の文字列に置き換わります。プレフィックス「&k=」を含められる事に注意して下さい。

```
http://www.cxense.com/?creative=e321a23a882d21f4&ad=85c408e449f9478c&campaign=929115aeeed80aee&adaccount=3f90529e00865bd7&adspace=3529e9c8849f8895&pubaccount=8ae6aa923d094e84&wB=5
```

広告スペースのユーザープロフィールを5に設定した場合、プレフィックスは"&wB=" を利用し、クリックURLには"&wB=5"が追加される結果になります。もしコンテンツプロフィールを10にセットして、そしてキーワードマッチングを利用した場合のクリックURLは下記になります。

```
http://www.cxense.com/?creative=e321a23a882d21f4&ad=85c408e449f9478c&campaign=929115aeeed80aee&adaccount=3f90529e00865bd7&adspace=3529e9c8849f8895&pubaccount=8ae6aa923d094e84&k=broad:subaru+wrx&src=Search&wC=10&wB=5
```

"broad:subaru+wrx"をキーワードに、"ifSearch"の代わりに"src=Search"を利用しています。コンテンツプロフィールのプレースホルダーが追加されていません。

### カスタムクリックURLパラメーター

サイト運営者は、どのサイトからリクエストがあったかを明確化するため、クリックURLにURLパラメーターとして情報を付加することができます。

付与されたURLパラメーターを広告主は、LPなどの到達URL上のページで計測することができます。

Cxense Advertising上のクリックURLにURLパラメーターを追加する書式は下記ようになります。

```
http://adserver.cxense.com/adserver/click/fb_aFY0VOp2XIZcHwxGOKepjdRyKLQ27GrkVMiiPLegNmjE_YAalnGce1q0oCvYt4Cvy04o4iwuRqnJwh-zFpl77g7Bgo4tN8CYwuoegqVgsSE9b-Mjl-lijFakOsKIXroSoEOq8zA..&pub=abc123
```

↑のURLではパブリッシャーID(pub)がabc123と定義されています。このIDをクリックURLに付与する場合の到達URLは以下のようになります。

```
http://advertiser.com/tracking?{Referer:utm_source={pub:&partner=}}
```

広告をクリックした際には、下記のようなURLにリダイレクトされます。

```
http://advertiser.com/tracking?utm_source=http%3A%2F%2Fcxense.com&partner=abc123
```

## テキストクリエイティブ

'テキスト広告'として広く認知されてきました。現在では、テキストクリエイティブは、業界標準になっています。

### ☰ テキスト

|          |   |
|----------|---|
| タイトル *   | <input type="text" value="テストタイトル"/>                                    |
|          | 1 から 25 文字 (注意: 全角は2文字とカウント)  |
| テキスト本文 * | <input type="text" value="超過文字の場合には赤色に変わります。"/>                         |
|          | <input type="text"/>  |
|          | <input type="text"/>  |
|          | <input type="text"/>  |
|          | <input type="text"/>  |
|          | 1 から 35 文字 (注意: 全角は2文字とカウント) "最小 1 エントリ, 最大 5 エントリ"                     |
| 表示URL *  | <input type="text" value="表示URL"/>                                      |
|          | 1 から 35 文字 (注意: 全角は2文字とカウント)  |
| 到達URL *  | <input type="text" value="http://"/> <input type="text" value="到達URL"/> |
|          | 1 から 255 文字 (注意: 全角は2文字とカウント)   |
|          | <input type="button" value="保存"/> <input type="button" value="キャンセル"/>  |

それぞれのフィールドにテキストを入力する時、下に表示されるゲージを参照することで、残り文字数を把握することができます。緑色が既に入力した文字数を表しています。ブローカーが定義した文字数を超えるとゲージが赤色に変わります。

## 動的な広告コンテンツ

テキストクリエイティブは、検索単語を動的にコンテンツに取り込み、その単語をコンテンツの一部として設定することができます。

```
{keyword}
```

(注意: 括弧でkeyword文字列を囲って下さい。)

## ダイナミックケーシング

{キーワード}タグの大文字と小文字を変更することによって、アウトプットされたテキストの大文字と小文字を設定します。

| {keyword} casing | Dynamic Output Casing |
|------------------|-----------------------|
| {keyword}        | fast cars             |
| {Keyword}        | Fast cars             |
| {KeyWord}        | Fast Cars             |
| {KEYWord}        | FAST Cars             |
| {KeyWORD}        | Fast CARS             |
| {KEYWORD}        | FAST CARS             |

## 自動で広告内単語のハイライト

検索単語に適合したテキストクリエイティブ内の全てのキーワードは、自動的に強調表示されます。  
例えば、

テキストクリエイティブコンテンツが"Fresh Fruit Boxes" で、ユーザーの検索単語が"fruit" の場合、"Fresh Fruit Boxes" になります。

## 第三者配信クリエイティブ

サードパーティクリエイティブは、サードパーティ製システムからの広告をCxense Advertisingのキャンペーンに取り入れることができますようになります。

現在、以下のサードパーティ製広告をサポートしています。(クリックトラッキングをサポートしていない第三者配信に関しては広告をクリックされても、カウントする事が出来ません。)

- AdAction
- AdBroker
- AdForm
- AD Generation - Click tracking not supported
- Adition
- Adjust - Click tracking not supported
- AdMotion
- Ad Sense - Click tracking not supported
- adstir - Click tracking not supported
- AdTech
- AdVantage - Click tracking not supported
- Advertising.com - Click tracking not supported
- AppliPromotion - Click tracking not supported
- Atlas
- Boost Banner Creator
- Celtra
- CPXi - Click tracking not supported
- Crisp
- Criteo
- Cxense - Click tracking not supported
- DoubleClick
- Emediate
- Exponential - Click tracking not supported
- Geniee - Click tracking not supported
- ImpAct - Click tracking not supported
- Improve Digital - Click tracking not supported
- Innity - Click tracking not supported
- Kiosked - Click tracking not supported
- Localworld
- Logly - Click tracking not supported
- Mediaplex

- MediaMind
- MicroAd
- MSN
- OpenX - Click tracking not supported
- Orange Advertising
- PlatformOne - Click tracking not supported
- Predicta
- PubMatic - Click tracking not supported
- Re:cord - Click tracking not supported
- Rubicon Project - Click tracking not supported
- Sizmek
- Smarti
- Smart AdServer
- SwitchAds - Click tracking not supported
- Tradedoubler
- Vasco
- Weborama
- Xrost - Click tracking not supported
- Yield Lab
- Zanox

## • サードパーティクリエイティブへのデータ入力

下のスクリーンショットは、サードパーティクリエイティブをどのようにCxense Advertisingに入稿できるかを表しています。

☞ 第三者配信

名前 \*

サードパーティの広告コード \*

▼ サポートしているサードパーティの広告コードの例を隠します。

**AdBroker**

```
<script src="http://ads.adbroker.de/adscript.php?pid=00000&ord=[timestamp]&showid=0000&prclick_0=[CLICKMACRO_ENCODED]" type="text/javascript" language="JavaScript"></script>
```

**AdForm**

```
<script language="javascript" src="http://track.adform.net/adfscript/?bn=43547"></script>
<noscript>
<a href="http://track.adform.net/C/?bn=43547;C=0" TARGET=""_blank">

</a>
</noscript>
```

上記方法は、現在サポートする他のサードパーティ製のクリエイティブに対しても全く同じです。

### ビデオクリエイティブ

#### 概要

ビデオクリエイティブは、広告商品でビデオファイルクリエイティブテンプレートが有効になっている場合に、広告やキャンペーンに追加することができます。

## ビデオクリエイティブ

| ファイル名 | タイプ | コーデック | 長さ (秒) | サイズ (Mb) | フレームレート | ビットレート | 幅 | 高さ | アクション |
|-------|-----|-------|--------|----------|---------|--------|---|----|-------|
|-------|-----|-------|--------|----------|---------|--------|---|----|-------|

見つかりませんでした。

アップロード

ファイル選択 選択されていません

Files:

"250 x 250px, 最大 30 秒, 最大 10240KB" MP4, OGG, WebM, MKV, FLV

タイトル

タイトル

到達URL \*

http://

到達URL

インプレッショ  
ン・トラッキ  
ング URL

インプレッション・トラッキング URL

▼ インプレッショントラッキングをサポートしているフォーマット

保存

キャンセル

### ビデオファイルの管理

複数のビデオファイルをアップロードしたい場合には、「ファイル選択」ボタンをクリックして、一つずつファイルを追加して下さい。追加出来るビデオファイルはビデオクリエイティブの設定で選択したフォーマット形式に限ります。

ビデオファイルを追加すると、タイトル欄の上に一覧が表示されます。削除する場合は×ボタンで削除して下さい。なお、ファイルの表示順で広告サーバーに応答します。

### Ad Serverのレスポンス

ビデオクリエイティブはデフォルトではHTML5の要素として返されます。最近では殆どのブラウザがHTML5のビデオタグをサポートしていますが、ビデオフォーマットのサポートはまちまちです。なるべく複数のフォーマットでアップロードするをお勧めします。

"media"/パラメータを利用してアドサーバーへリクエストを行う事が出来ます。詳しくは [Search REST and JavaScript API](#) を参照して下さい。次のメディアタイプがサポートされています。

- html
- xml
- json
- vast

### VASTとの互換性

アドサーバーへのリクエストでパラメータに "media=vast2" か

"media=vast3"を含む場合、ビデオクリエイティブはVASTのバージョン2もしくは3に準拠したXMLファイルとして返されます。

現時点ではプリロール/ミッドロール/ポストロールのリニア広告をサポートしているのみですが、将来的には追加機能が開発されて行くでしょう。

## Sample VAST XML response

[Expand source](#)

```
<VAST version="3.0">
  <Ad id="0000000000005b5d">
    <InLine>
      <AdSystem>cX::ad</AdSystem>
      <AdTitle>Test Ad</AdTitle>
      <Impression/>
      <Creatives>
        <Creative id="0000000000001034">
          <Linear>
            <Duration>00:00:05:568</Duration>
            <MediaFiles>
              <MediaFile delivery="progressive" type="video/x-flv" width="320"
height="240">http://c803417.r17.cf2.rackcdn.com/0c5758be9e294ca9d5112c11e0e035a56b183213875b
b17f2fe296f2f5bef7e5.flv</MediaFile>
              <MediaFile delivery="progressive" type="video/mp4" width="560"
height="320">http://c803417.r17.cf2.rackcdn.com/1d720916a831c45454925dea707d477bdd2368bc48f3
715bb5464c2707ba9859.mp4</MediaFile>
              <MediaFile delivery="progressive" type="video/x-matroska" width="560"
height="320">http://c803417.r17.cf2.rackcdn.com/1d720916a831c45454925dea707d477bdd2368bc48f3
715bb5464c2707ba9859.mkv</MediaFile>
              <MediaFile delivery="progressive" type="video/webm" width="560"
height="320">http://c803417.r17.cf2.rackcdn.com/6c8f8dd7317a27ec0f5870213b6763058a825e00037e8
74b1119b81c41a7d158.webm</MediaFile>
            </MediaFiles>
            <VideoClicks>
              <ClickThrough>http://adserver.demo.cxad.cxense.com:8082/adserver/click/AAAAAAAWzIAAAAAABbXQAA
AAAAABA0d)pWnIrDRgOZFpIZasfs6gAAAAABAAABPs97yzMAAAAAc8*TCHAnu2k(</ClickThrough>
            </VideoClicks>
          </Linear>
        </Creative>
      </Creatives>
    </InLine>
  </Ad>
</VAST>
```

## 配信期間、契約と予約

配信期間、契約と予約はCPM/CPC/掲載期間保証型それぞれのキャンペーン公開時に使う用語です。

このページは以下を説明しています：

- 各広告商品ごとのキャンペーン公開について
- ステータス
- 公開手数料と契約手数料
- キャンペーンの優先順位

はじめに

[広告主]タブ->[キャンペーン]でキャンペーンをクリックし、ページの左のメニューに[配信期間]が表示されます。

- はじめに
- キャンペーンの契約タイプ
  - CPCキャンペーンの契約
  - CPMキャンペーンの配信期間
  - 掲載期間保証型キャンペーンの予約
- 契約ステータス
- 公開手数料と契約手数料
- キャンペーンの優先度

## キャンペーンの契約タイプ

### CPCキャンペーンの契約

CPCキャンペーンは、「ユーザーのクリックごとに支払う(Cost Per Click)」コストモデルを使用します。日/週/月ごとの新規もしくは継続契約を行います。

| キャンペーン / 有効期間  | 優先度 ⓘ | ステータス   |
|----------------|-------|---|
| 15/02/02 10:16 | ● 標準  | <input checked="" type="checkbox"/> 配信中 <input type="checkbox"/> 停止 |

| アイテム名         | 内容   |
|---------------|--|
| キャンペーン / 有効期間 | <p>キャンペーンの有効配信期間です。</p> <p>開始日は過去日付は設定できませんが、未来日付は設定可能です。</p> <p>終了日は開始日以降の日付が設定可能です。当日を含めることも可能で、2020/01/01~2020/01/01</p> <p>というように設定すると24時間の配信になります。</p> <p>デフォルトではCPCキャンペーンは終了日が設定されない為、公開後は常に配信されます。終了日が必要な場合は、キャンペーン / 有効期間の日付をクリックし、キャンペーンに対して特定の配信期間を入力してください。</p> |
| 優先度           | <p>配信期間の優先度は、高度な広告主が利用可能な配信ツールです。これにより、広告主のアカウントマネージャーが広告主フォルダ内の全てのキャンペーンを通して配信のバランスをとることが出来るようになります。詳細の情報については、このページの下段にある「キャンペーンの優先順位」を参照ください。</p>   |
| ステータス         | <p>この契約のステータス。詳しいステータスの説明については、下記の「契約ステータス」も参照ください。</p>  |

クリック課金については、広告商品の設定で変わります。詳細については課金モデルをご参照ください。

課金額とクリエイティブはいつでも編集可能です。

CPCキャンペーンは公開後、いつでも中断/中止できます。

ユーザーに対するターゲティングを行う場合には、[オーディエンスターゲティング](#) を参照ください。

### CPMキャンペーンの配信期間

CPM (Cost Per Mile)キャンペーンは、広告のインプレッションを設定価格で購入します。

日、週、月単位の公開手数料、契約手数料も含まれます。配信期間が中断されたり、契約終了(終了日に達するか、契約imp数を配信し切った場合)後に、支払いが行われます。

新しい契約

キャンペーン / 実施日

契約可能インプレッション数

要求されたインプレッション

レート

配信制御

優先度

CPM

見積金額 ステータス

:  N/A
 
 ~0 / 日
 ● 配信制御中 ● 標準


有効
▶ 購入
キャンセル

| アイテム名          | 内容  |
|----------------|---|
| キャンペーン / 実施日   | <p>キャンペーンの有効配信期間です。<br/>開始日は過去日付は設定できませんが、未来日付は設定可能です。<br/>終了日は開始日以降の日付が設定可能です。当日を含めることも可能で、2020/01/01~2020/01/01<br/>というように設定すると24時間の配信になります。</p>  |
| 予想インプレッション数    | <p>設定した契約期間内での予想インプレッション数。<br/>広告商品の販売実績に基づきます。</p>   |
| 要求されたインプレッション数 | <p>配信期間中に要求されたインプレッション数の合計。大抵の場合、要求されたインプレッション数は契約可能インプレッション数よりも少なくなければなりません。<br/>(新しいプラットフォームのセットアップを単純化することで、予測するデータがほとんどあるいは全くない時、利用可能な合計の上に購入が可能となります。)</p>   |
| レート            | <p>配信期間がいつも「配信制御」の優先順位で設定される場合の、1日単位で期待される直接的なインプレッション数の合計。配信期間が設定される時、要求されたインプレッション数の合計に到達するまで平均のインプレッション数/日となります。一旦公開されると、このフィールドは現在のimp数/日 / 直接imp/日を含むように更新されます。(例:980 / 1,000のレートは直近数日以内に、それぞれの日に1,000impの直接impのうち、配信期間が980使われたことを指し示します。)</p> |
| 配信制御           | <p>配信制御は、配信期間中ずっと一貫した配信を可能にします。一般的に言えば、配信制御により、徐々にプラットフォームがインプレッションの未来のゴールに到達することを可能とします。配信制御をオフにすると、可能な限りすぐに全てのインプレッションが表示されるようになります。配信制御がオフの時、レートのインジケータはもはや適用されません。</p>  |
| 優先度            | <p>配信期間の優先度は高度な広告主が利用可能な配信ツールです。これにより、広告主のアカウントマネージャーが広告主フォルダ内の全てのキャンペーンを通して配信のバランスをとることが出来るようになります。<br/>詳細の情報については、このページの下段にある「キャンペーンの優先順位」を参照ください。</p>  |
| CPM            | <p>Cost Per Mille -<br/>表示1000回あたりのコスト。予約された時のそれぞれの配信期間の価格を編集するいくつかの役割があります。逆に言うと、これらのパーミッションなしでは、デフォルトのCPM価格が表示され、編集不可でしょう。</p>  |
| 見積金額           | <p>配信期間の見積金額は、impression数 x CPM数の合計によって生成されます。中断/優先順位/配信制御/ターゲティングの修正のような多くの要因が起因して、支払請求可能なコスト(最終的な費用配信が終了している)が変化する時、コストが見積もられます。</p>  |
| ステータス          | <p>この契約のステータス。詳しいステータスの説明については、下記の「契約ステータス」も参照ください。</p>   |

キャンペーン期間の継続時間に均一に広がり表示される広告数を保証するために、広告主は「配信制御オン」のオプションを選択することが可能です。これは、キャンペーンの終了日まで広告があることを保証するために、それぞれの日に表示を許可される広告の合計にキャッピングをかけます。

もし配信制御がオフの場合、キャンペーン内で保存されることなしに、多くの広告が求められるようにキャンペーンは自由に配信されます。

#### CPMキャンペーン配信期間の中断

広告主はキャンペーンをどのステージでも中断できます。広告主はどのステージでも契約を再スタートできます。しかしながら、中断と再スタートにより、表示されたインプレッション数の合計に関しては空の契約上の義務が表示されるかもしれません。

#### CPMキャンペーン配信期間の停止

キャンペーンの配信期間がどのステージでも停止される場合、配信期間は放棄されます。広告主はキャンペーン上でフルコントロールを維持しますが、停止あるいはキャンセルされたキャンペーンの配信期間に対して、全ての契約されたインプレッションと費用を放棄するよう選択します。

#### ターゲティングの設定

オーディエンスターゲティング条件はどのステージでも編集可能です。

#### クリエイティブの編集

クリエイティブコンテンツはいつでも編集可能です。しかし、配信中、もしくは配信待ちのキャンペーンは有効なクリエイティブを必須としています。これらのステータスの場合には一番最後のクリエイティブは削除できません。

Basically, CPM Campaign flights can be purchased for a specific time and a specific number of impressions. The user sets campaign flight dates and sets a required amount of impressions within the specified date range. Pausing the flight is possible, but this can impact the amount of impressions live for a large percentage of the original date range. Stopping the campaign's flight completely stops all ads from showing. This process is not reversible. A new flight is required before the Campaign is live again.

### 掲載期間保証型キャンペーンの予約

掲載期間保証型キャンペーンはサイト、もしくは複数のグループサイトでのスロットを購入します。日/週/月ごとの新規もしくは継続契約を行います。

| Tenancy product     |            |        |            |             |             |                 |        | Show description |
|---------------------|------------|--------|------------|-------------|-------------|-----------------|--------|------------------|
| Purchased Contracts |            |        |            |             |             |                 |        | Add Contract     |
| Start Date ^        | End Date ⇅ | Days ⇅ | Priority   | Unit Cost ⇅ | Est. Cost ⓘ | Billed Cost ⓘ ⇅ | Status | Actions          |
| 29/10/13            | 31/12/20   | 2621   | ● Standard | \$1.00      | \$2,631.00  |                 | Live   | ⏸ ⏹              |

掲載期間保証型キャンペーンは開始前に支払いが完了しているものとします。

| Item Name  | Description  |
|------------|--|
| 開始日<br>終了日 | キャンペーンの有効配信期間です。<br>開始日は過去日付は設定できませんが、未来日付は設定可能です。<br>終了日は開始日以降の日付が設定可能です。当日を含めることも可能で、2020/01/01~2020/01/01<br>というように設定すると24時間の配信になります。<br>広告商品の設定で設定できる範囲が変わります。 |
| 日 / 週 / 月  | 開始日と終了日で選択された契約範囲の単位。<br>広告商品で「週」を設定されている場合には1週として7日間の契約はできませんが、2日間の単位では契約できません。   |
| 優先度        | 配信期間の優先度は高度な広告主が利用可能な配信ツールです。これにより、広告主のアカウントマネージャーが広告主フォルダ内の全てのキャンペーンを通して配信のバランスをとることが出来るようになります。<br>詳細の情報については、このページの下段にある「キャンペーンの優先順位」を参照ください。                   |

|       |  |
|-------|--|
| 単価    | 広告商品で設定した日 / 週 / 月単位での掲載単価。                      |
| 見積金額  | 契約期間中、特に変更がなかった場合として算出される見積金額                    |
| 合計金額  | 実際にかかっているコスト。契約期間中、特別変更がなかった場合には見積金額と変わりません。     |
| ステータス | この契約のステータス。詳しいステータスの説明については、下記の「契約ステータス」も参照ください。 |

#### キャンペーンの中断

広告主は任意の段階でキャンペーンの中断ができます。中断後に再開することはできますが、インプレッション数は減るでしょう。

#### キャンペーンの停止

キャンペーン停止の場合には、契約が無効となります。それまでのインプレッションやコストは無かった物となります。

#### ターゲティングの設定

ターゲティングの設定はいつでも可能です。ターゲティングを設定することで配信対象が絞られるため、インプレッションが少なくなるかもしれません。

#### クリエイティブの編集

クリエイティブコンテンツはいつでも編集可能です。しかし、配信中、もしくは配信待ちのキャンペーンは有効なクリエイティブを必須としています。これらのステータスの場合には一番最後のクリエイティブは削除できません。

Basically, Tenancy Campaign contracts rely on a date range which specifies the amount of salable units required in days, weeks or months.

The Advertiser must make selections of available time units before purchase. On purchase, the contract is valid and the campaign will go live as specified in the contract.

The Advertiser can pause or stop a campaign that is live or awaiting to go live (i.e. the contract specifies that ads will be shown in the future), however this may reduce the number of Ads that are presented within the campaign's contracted dates.

#### 契約ステータス

Campaign Contracts have similar status states that differ slightly between Ad Product types;

| Contract Status | CPC | CPM | Tenancy | Description                                |
|-----------------|-----|-----|---------|--|
| 未入稿             |     |     |         | 必要な条件を満たしていません。                            |
| 有効              |     |     |         | 契約は稼働のための条件を満たしています。購入/公開する事が出来ます。         |
| 配信中             |     |     |         | 購入された契約は稼働しています。                           |
| 配信中^            |     |     | n/a     | 予算によってキャンペーンが中断しました。予算をリセットすることで再開されるでしょう。 |
| 配信待ち            | n/a |     |         | 購入完了した契約は未来日付のため、まだ配信されていません。              |
| 停止              | n/a |     |         | キャンペーンは広告主によって停止されました。                     |
| 中断              |     |     |         | キャンペーンは広告主によって中断されました。                     |

|      |     |   |   |                              |
|------|-----|---|---|------------------------------|
| 契約履行 | n/a |  |  | 設定された契約は完了したのでキャンペーンが停止しました。 |
|------|-----|---|---|------------------------------|

## 公開手数料と契約手数料

公開手数料は初めてキャンペーンの契約を行った際に発生するものです。契約手数料は公開中に管理料として請求されます。(これらは必須ではありません)これらは広告商品内で設定と解説が行われます。

## キャンペーンの優先度

すべての広告商品は「優先度」のフィールドを持っています。Adサーバーへのリクエストに一致する広告を配信する際にこの「優先度」によってランク付けされます。優先度の高い広告が、より表示される可能性が高いです。

一例:「キャンペーン:A」は デフォルトの優先度0.5を保持します。「キャンペーン:B」は高い優先度1.0がつけられました。広告サーバーに対してリクエストがあると、サーバーは「キャンペーン:A」と「キャンペーン:B」が配信候補のキャンペーンだと判断します。この時、「キャンペーン:A」に比べてより優先度が高い「キャンペーン:B」が表示される可能性が高くなります。

複数のランキングモデル等、最終的な広告の順位に影響を与える要素は複数あります。しかし、この優先度は手でキャンペーンのランキングに影響を与えることができます。広告の優先度も合わせてご参照ください。

## オーディエンスターゲティング

様々な手段でオーディエンスをターゲティングする機能を提供しています。各広告商品は、有効なオプションを設定したり、あるいはオプションを付けなくてもできます。複数のオプションを定義することにより、広告主は、より特定のオーディエンスをターゲティングできます。

例えば、コーヒー豆という検索単語で検索を朝の7時から10時の間に行ったユーザーにのみ広告を表示するといったことができるようになったり、あるいは、花屋に関する情報を収集しているユーザーで、自分のお店から半径5kmからアクセスし、月曜日から金曜日の場合に広告を表示するといったことができるようになります。

特定のオーディエンスに対するターゲティングは、一般的に広告主の投資するコストに対して最大限のリターンが期待できます。また、予算管理を使用すると、広告費を計画的に管理することができます。

## 設定方法

ターゲティング条件はキャンペーンレベル、広告グループレベルでの設定ができます。これは広告商品作成時のターゲティング有効範囲の設定が適用されません。

キャンペーンに対して設定する際には、左カラムメニューの「ターゲティング条件」から設定画面を開けます。

広告グループに対して設定する際には、広告グループ画面の下部に設定可能なターゲティングテンプレートが表示されます。

### ターゲティング機能と特徴

オーディエンスターゲティングは複数の設定を組み合わせる事が出来ませんが、以下の事項にご注意ください。



ターゲティングの種類(キーワードやカテゴリ、時間帯など)はAND条件で結合されます。特定のターゲティングの設定内容(例えばキーワード1, キーワード2などキーワードターゲティングでの設定)は OR条件 で結合されます。  
※リターゲティングにつきましては、他の条件を設定していてもリターゲティング条件に合致すれば配信が行われます。例えば、リターゲティング+時間帯ターゲティングをしていても、時間帯ターゲティングが無視されます。

実際の画面で複数のターゲティングと、複数のキーワードが利用された場合のイメージです。

A キーワード (3)   セグメント (0)   □ デバイス (2)   地域 (0)   広告スペース - 広告スペース (0)   広告スペース - 広告スペース

A キーワード

入札済みキーワード(3)   おすすめキーワードツール   見積ツール

設定したキーワードは、下記の表に「キーワードターゲティング」と「デバイスターゲティング」はAND条件で動作します。   てください。

キーワード \*

部分一致 (標準)

言語 \*  
日本語

入札額 \*  
100   JPY

1つのキーワードが1行のキーワードフレーズを入力して下さい。

これらのキーワードはOR条件で動作します。  
'千葉'or'東京'or'神奈川'のどれかに合致すれば  
広告配信が行われます。

検索条件

| キーワード | 検索方式 | 言語       | 入札額  | UU | Imp | Click | Click(不) |
|-------|------|----------|------|----|-----|-------|----------|
| キーワード | どの検  |          |      |    |     |       |          |
| キーワード | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥100 | 0  | 0   | 0     |          |
| 千葉    | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥100 | 0  | 0   | 0     |          |
| 東京    | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥100 | 0  | 0   | 0     |          |
| 神奈川   | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥100 | 0  | 0   | 0     |          |

各ターゲティングに関する詳しい情報は、以下のページをご参照ください。

- DMPオーディエンスセグメント
- カテゴリターゲティング - カテゴリターゲティングは、エンドユーザを大きなグループでターゲットするためのシンプルな方法の一つです。
- キーワードターゲティング - キーワードターゲティングにより、広告主は多くの異なる単語を指定してターゲットすることができます。照合は、ページのコンテンツや、あるいは、検索窓に入力したユーザーのクエリ語句などにに基づき行わせることができます。キーワードは、様々な検索方式を設定できるので、特定の項目への絞り込むように、または、幅広く適合するように定義できます。
  - おすすめキーワードツール - 広告に対して、どのようなキーワードを入稿していいかわからないときに有効なツールです。入力されたURLのコンテンツや広告の配信ページの内容に基づき、潜在的なキーワードを自動的におすすめします。
  - キーワードの一括管理 - キーワードを一括で管理するために次の管理操作を行う機能を提供しています。
  - キーワードの入札額の一括管理 - この機能を利用するとキーワードが一括で管理でき、複数のキーワードを同時に更新することができますようになります。
  - 検索方式 - キーワードの検索方式は、ユーザーの入力クエリーに対して入札キーワードをどのように照合するかを設定します。このルールは、根本的にはGoogle社が提供する検索方式と同じですが、唯一の違いは、部分一致は、クエリー文字列に使われたすべての単語の適合が必要です。(Google社の場合、OR検索なのに対して、Cxense AdvertisingではAND検索となります。)これにより、適合の関連度が劇的に向上します。また、それらは、それぞれの単語で部分一致と同じ動作を行います。
  - 見積ツール - キーワードの見積ツールは、実際に本番環境でテストを行うことなくキーワードの入札額を変更した場合の効果を推測する機能を提供します。
- サイトターゲティング - サイトターゲティング機能は、広告主がどのサイトにキャンペーンや広告が表示されるか制御できるようにします。この機能は、サイトターゲティングマッチングテンプレートを追加することにより、すべての広告商品で利用できます。
- デバイスターゲティング - デバイスターゲティングは、広告スペースが配置してあるコンテンツページへのアクセスに利用された特定のデバイスを利用しているユーザーをターゲティングできます。下記がデバイスの例です。
- リターゲティング
- 位置情報ターゲティング - 広告を配信したい位置情報を指定してください。
- 地域ターゲティング - 地域ターゲティングは、地域情報を使ってオーディエンスをターゲットします。
- 広告スペースターゲティング - 広告主側が特定の広告スペースに表示したい場合、広告スペース名を指定して表示させる事が出来

る機能です。

- **時間帯ターゲティング** — 時間帯ターゲティングは、有効な時間帯、曜日、日付を指定してオーディエンスをターゲットできます。

## 広告スペースターゲティング

広告主側が特定の広告スペースに表示したい場合、広告スペース名を指定して表示させる事が出来る機能です。

広告主にこの機能を提供する場合は、広告商品の設定画面で広告スペースのターゲティングをターゲティング条件に設定して下さい。

ビジネスオーナー / 広告商品 / テスト広告商品

## テスト広告商品

アクション

| クリエイティブ一覧  | 広告商品設定   | 広告主向け設定  |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>Flash</li><li>イメージ</li><li>コンボ</li><li>テキスト</li><li>ビデオ</li><li>第三者配信</li></ul>  | <p><b>タイプ</b> クリック課金型</p> <p><b>課金モデル</b> 無料型<br/>設定された入札額に関係なく費用は発生しません。</p> <p><b>管理共有</b> 0%</p> <p><b>Max. decimal places</b> Currency's default maximum</p> <p><b>広告の優先度</b> ランダム<br/>ランダムに配信する広告が選ばれます。</p> <p><b>稼働開始日</b> 15/02/12 0:00</p> <p><b>この広告商品を参照で...</b> すべて</p>  | <p><b>広告主に公開</b> true</p> <p><b>販売開始日</b> 15/02/12 15:49</p> <p><b>広告商品の概要</b> テスト広告商品</p> <p><b>重複広告の除去</b> 重複広告の除去は行われません。</p> |
| <p>ターゲティング条件一覧</p> <ul style="list-style-type: none"><li>キーワード</li><li>カテゴリ</li><li>サイト</li><li>セグメント</li><li>デバイス</li><li>リターゲティング</li><li>地域</li><li><b>広告スペース</b></li><li>時間帯</li></ul> | <p><b>◎ 広告スペースのテンプレート - テスト広告スペース</b></p> <p><b>有効範囲</b> 広告グループ、キャンペーン</p> <p><b>参照できる権限</b> すべて</p>   |  |
|  | <p><b>≡ テキストのテンプレート - テキストクリエイティブ</b></p> <p><b>有効範囲</b> 広告グループ</p> <p><b>参照できる権限</b> すべて</p> <p><b>設定値</b> <b>タイトルは必須項目で1から25文字</b>です。(注意: 全角は2文字とカウント)<br/><b>テキスト本文は必須項目</b>で、それぞれの行は、<b>1から35文字</b>です。また、<b>2行</b>に固定されています。(注意: 全角は2文字とカウント)<br/><b>表示URLは必須項目</b>で<b>1から35文字</b>です。(注意: 全角は2文字とカウント)<br/><b>到達URLは必須項目</b>で<b>1から255文字</b>です。(注意: 全角は2文字とカウント)<br/><b>表示されるクリエイティブのサイズは、300 x 100</b> となります。</p> |  |

この広告商品を購入した広告主は、当該広告商品が設定されているフィードを持つ広告スペースをプルダウンメニューで選ぶ事が出来ます。

## テスト広告グループ

|| アクション

配信期間の追加

1 クリエイティブ

クリエイティブの追加

| 名前         | ステータス | サイズ (kb) | UU | Imp | Click | Click(不正) | 直接CV | 間接CV | CTR | 平均表示順位 | 平均費用(CPC) | 費用 | アクション |
|------------|-------|----------|----|-----|-------|-----------|------|------|-----|--------|-----------|----|-------|
| テストクリエイティブ | 入力済   | -        | 0  | 0   | 0     | 0         | 0    | 0    | 0%  | 0      | -         | -  |       |

12/02/15 11:30 のデータまで反映済みです。

テキスト

タイトル \*

1 から 25 文字 (注意: 全角は2文字とカウント)

テキスト本文 \*

1 から 35 文字 (注意: 全角は2文字とカウント)

表示URL \*

1 から 35 文字 (注意: 全角は2文字とカウント)

到達URL \*

1 から 255 文字 (注意: 全角は2文字とカウント)

配信期間の追加

保存 キャンセル

広告スペース

ターゲティングされている広告スペース  
 広告は、選択した広告スペースに対してのみ配信されます。

テスト広告スペース

特に広告スペースの選択を行わない場合は、そのキャンペーンは標準の広告と同じように、フィードに結び付けられた全ての広告スペースに表示されるでしょう。

プルダウンメニューで一つ以上の広告スペースを選択すると、選択した広告スペースのみの表示に制限されます。

### REST API

この機能は、キャンペーンと広告グループが広告スペースターゲティングを管理する為に対応するREST APIを持っています。詳細は [Ad Space Targeting REST API documentation](#) をご覧ください。

### カテゴリターゲティング

カテゴリターゲティングは、エンドユーザを大きなグループでターゲットするためのシンプルな方法の一つです。

ビジネスオーナーはこの機能を広告商品に対して有効にする必要があります。これによりCxense

Advertising内の広告主とサイト運営者がこの機能を使用できるようになります。詳細は [カテゴリテンプレートを御覧ください](#)。

- カテゴリの参照と追加
- 広告スペースのラベルへのカテゴリの使用
- カテゴリと広告配信

### カテゴリの参照と追加



カテゴリを追加するには、カテゴリツリー上の右側にある追加アイコンをクリックします。

ドロップダウンリストには、「Insightの設定情報」画面の「カテゴリ」を複数チェックした場合に表示されます。

右のサンプル画像ではカテゴリツリーで選択した場合、どのように表示されるか図解しています。詳細は以下の通りです。

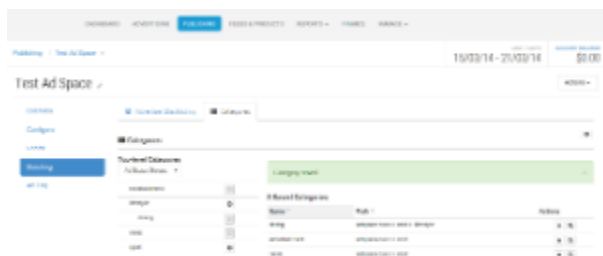
- 名前: 設定されたカテゴリ名
- パス: 設定されたカテゴリのパス
- アクション:
  - X印のアイコン: カテゴリの削除
  - 虫眼鏡のアイコン: 広告スペースの診断検索に対する検索文字列を表示

## 広告スペースのラベルへのカテゴリの使用

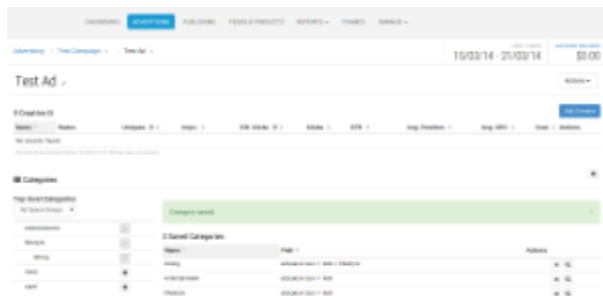
### Cxense

Advertisingは一つ以上のtaxonomyアイテムを用いて広告スペースをカテゴリ化することにより、一群の広告スペースをターゲットとすることができます。

一度「広告スペースラベルとしてカテゴリを設定する」の実行すれば、サイト運営者は広告スペースにラベル付けるカテゴリをこのタクソノミーから選択でき、



広告主はこのタクソノミーからカテゴリを選択することにより特定のラベルの付いた広告スペースをターゲットとした広告を打つことができます。



## カテゴリと広告配信

カテゴリが有効な場合、広告がどのように配信されるかは、下記の通りです。

- カテゴリを指定したキャンペーンの場合で、広告スペースにカテゴリが指定されていない場合、この広告スペースには、キャンペーンの広告が配信されません。  
カテゴリを指定しないキャンペーンの広告は、この広告スペースに配信されます。
- キャンペーンがサブカテゴリを指定しており、広告スペースは、その親カテゴリを指定している場合は、この広告スペースには、キャンペーンの広告が配信されません。カテゴリ情報は、完全一致しなければなりません。
- キャンペーンにカテゴリを指定せず、広告スペースがカテゴリを指定している場合には、その広告スペースに広告が配信されます。
- キャンペーンが多くのカテゴリを指定しており、広告スペースは、その中の1つのカテゴリのみ指定されている場合は、広告スペースにそのキャンペーンの広告が配信されます。

## 時間帯ターゲティング

時間帯ターゲティングは、有効な時間帯、曜日、日付を指定してオーディエンスをターゲットできます。

◎ 広告スペース (0)

📅 時間帯 (0)

## 📅 時間帯

曜日や時間帯を指定して、オーディエンスをターゲットします。

[今すぐ 時間帯 を追加する](#)

時間帯の有効化

◎ 広告スペース (0)

📅 時間帯 (0)

## 📅 時間帯

時間指定

曜日指定

開始時間 \* 終了時間 \*

00:00 ⇅

23:59 ⇅

削除

他を追加

保存

広告が表示される時間帯を選択するために、開始と終了時間を追加して保存を選択します。

広告が表示される複数の有効な時間帯を追加することも可能です。これにより、例えばサラリーマンやの通勤時間(朝と夕方)をターゲットすることができるのです。一つ以上の有効な時間帯を追加するには、"他を追加"ボタンを選択します。全てを追加したら、保存をします。全ての時間帯定義の有効時間は重ならないように定義してください。

曜日・時間帯の設定

📍 広告スペース (0)

📅 時間帯 (0)

## 📅 時間帯

時間指定

曜日指定

月

開始時間 \* 終了時間 \*

00:00

23:59

削除

他を追加

火

開始時間 \* 終了時間 \*

00:00

23:59

削除

他を追加

水

開始時間 \* 終了時間 \*

00:00

23:59

削除

他を追加

木

開始時間 \* 終了時間 \*

00:00

23:59

削除

他を追加

金

開始時間 \* 終了時間 \*

00:00

23:59

削除

他を追加

土

開始時間 \* 終了時間 \*

00:00

23:59

削除

他を追加

日

開始時間 \* 終了時間 \*

00:00

23:59

削除

他を追加

保存

時間帯ターゲティングは、特定の曜日を有効な時間帯として設定することもできます。これにより、ウィークデイとウィークエンドそれぞれ異なる広告を利用したターゲットの設定が行えます。

希望する曜日を選択し、有効な時間をそれぞれ選択します。広告を表示したくない曜日は、その曜日の隣にあるチェックボックスのチェックを外してください。



時間帯ターゲティングは、時間指定もしくは、曜日指定（この中で時間指定可能）の一方のみ設定可能です。

## デバイスターゲティング

デバイスターゲティングは、広告スペースが配置してあるコンテンツページへのアクセスに利用された特定のデバイスを利用しているユーザーをターゲティングできます。下記がデバイスの例です。

- デスクトップ、あるいはノートパソコン
- Apple社製iPadなどのタブレット端末
- サムソン社製スマートフォン

デバイス (0)

広告スペース (0)

### □ デバイス

デバイスマッチングを使うと特定の携帯デバイスに対して広告をターゲットできるようになります。

[今すぐ デバイス を追加する](#)

異なるデバイスに対して広告をターゲティングするには、単にリストされる情報からデバイス属性の必要な組合せを選択します。

- プラットフォーム - デバイスがコンピュータかタブレットか携帯端末かを識別
- オペレーティングシステム - デバイスで実行されているオペレーティングシステム名
- ブランド - デバイスを製造している会社名

## プラットフォームによるターゲティング

デバイス (3)

広告スペース (0)

### □ デバイス

#### デバイスの種類

すべて選択 | すべて解除

|                       |  |
|-----------------------|--|
| 非モバイル (デスクトップ/ラップトップ) | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |
| モバイル (携帯/スマートフォン)     | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |
| タブレット                 | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |

[オペレーティング・システム \(OS\) での条件追加](#)

[ブランドでの条件追加](#)

#### ターゲティングの概要

##### デバイスの種類

全ての非モバイル (デスクトップ/ラップトップ)が、ターゲティングされています。

全てのモバイル (携帯/スマートフォン)が、ターゲティングされています。

全てのタブレットが、ターゲティングされています。

##### オペレーティング・システム (OS)

全てのオペレーティング・システム (OS) がターゲティングされています。個別のオペレーティング・システム (OS) は選択されていません。

##### ブランド

全てのブランドがターゲティングされています。個別のブランドは選択されていません。

デバイスターゲティング機能を利用するためには、少なくとも一つ以上のデバイスプラットフォームを選択する必要があります。標準では全てのプラットフォームがターゲットされています。全てのプラットフォームが必要ない場合、選択されたリストから必要のないプラットフォームを削除してください。





プラットフォームが何も選択されていない場合、他のデバイス属性にどんな選択を行ったとしても、広告はどんなデバイスにも表示されません。

デバイス (0)     広告スペース (0)

□ デバイス

### デバイスの種類

[すべて選択](#) | [すべて解除](#)

|                       |  |
|-----------------------|--|
| 非モバイル (デスクトップ/ラップトップ) | 解除 <input type="checkbox"/>            |
| モバイル (携帯/スマートフォン)     | 解除 <input type="checkbox"/>            |
| タブレット                 | 解除 <input checked="" type="checkbox"/> |

[オペレーティング・システム \(OS\) での条件追加](#)

[ブランドでの条件追加](#)

#### ターゲティングの概要

##### デバイスの種類

非モバイル (デスクトップ/ラップトップ)は、選択されていません。

モバイル (携帯/スマートフォン)は、選択されていません。

タブレットは、選択されていません。

デバイスの種類でターゲティングされていません。デバイスでターゲティングするために、最低一つのデバイスの種類を選択する必要があります。

##### オペレーティング・システム (OS)

全ての オペレーティング・システム (OS) がターゲティングされています。個別のオペレーティング・システム (OS) は選択されていません。

##### ブランド

全ての ブランド がターゲティングされています。個別のブランドは選択されていません。

何もプラットフォームを選択しなかった場合は、ターゲティングの概要ページに警告が表示されます。

### オペレーティングシステムによるターゲティング

ターゲットしたいプラットフォームを一度選択すると、iOSやAndroidなど、特定のデバイスのオペレーティングシステムをターゲティングするときにこれを利用して、再定義することができます。"オペレーティング・システム (OS) での条件追加"リンクをクリックし、そして表示されるデバイスのオペレーティングシステムのリストから選択をしてください。

□ デバイス (11)

◎ 広告スペース (0)

## □ デバイス

### デバイスの種類

すべて選択 | すべて解除

|                       |   |
|-----------------------|---|
| 非モバイル (デスクトップ/ラップトップ) | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| モバイル (携帯/スマートフォン)     | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| タブレット                 | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |

オペレーティング・システム (OS) での条件を全て削除

### オペレーティング・システム (OS)

すべて選択 | すべて解除

|                      |   |
|----------------------|---|
| アンドロイド (Android)     | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| ブラックベリー (BlackBerry) | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| iOS                  | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Linux                | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Mac OS               | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| シンビアン (Symbian)      | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Windows              | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Windows Phone OS     | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |

### ブランドでの条件追加

#### ターゲティングの概要

#### デバイスの種類

全ての 非モバイル (デスクトップ/ラップトップ)が、ターゲティングされています。

全ての モバイル (携帯/スマートフォン)が、ターゲティングされています。

全ての タブレットが、ターゲティングされています。

#### オペレーティング・システム (OS)

全ての オペレーティング・システム (OS) が、ターゲティングされています。

#### ブランド

全ての ブランド がターゲティングされています。個別のブランドは選択されていません。

### ブランドによるターゲティング

ターゲットしたいプラットフォームを一度選択すると、AppleやSamsungなど、特定のデバイスのブランドをターゲティングするときにこれを利用して、再定義することができます。"ブランドで条件追加"リンクをクリックし、そして表示されるデバイスのブランドのリストから選択をしてください。

□ デバイス (14)

○ 広告スペース (0)

## □ デバイス

### デバイスの種類

すべて選択 | すべて解除

|                       |  |
|-----------------------|--|
| 非モバイル (デスクトップ/ラップトップ) | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |
| モバイル (携帯/スマートフォン)     | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |
| タブレット                 | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |

オペレーティング・システム (OS) での条件追加

ブランドでの条件を全て削除

### ブランド

すべて選択 | すべて解除

|                           |  |
|---------------------------|--|
| アップル (Apple)              | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |
| Asus                      | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |
| HTC                       | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |
| Huawei                    | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |
| LG                        | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |
| モトローラ (Motorola)          | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |
| ノキア (Nokia)               | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |
| RIM                       | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |
| サムスン (Samsung)            | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |
| ソニー・エリクソン (Sony Ericsson) | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |
| ZTE                       | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> |

#### ターゲティングの概要

##### デバイスの種類

全ての 非モバイル (デスクトップ/ラップトップ)が、ターゲティングされています。

全ての モバイル (携帯/スマートフォン)が、ターゲティングされています。

全ての タブレットが、ターゲティングされています。

##### オペレーティング・システム (OS)

全ての オペレーティング・システム (OS) がターゲティングされています。個別のオペレーティング・システム (OS) は選択されていません。

##### ブランド

全ての ブランドが、ターゲティングされています。

## 特定の利用例

### Apple iPads

全てのApple社製iPadデバイスをターゲットするためには、二つの選択ができます。一つ目は、プラットフォームとしてタブレットを選択すると共に、オペレーティングシステムとしてiOSを選択する方法です。

## □デバイス

---

### デバイスの種類

[すべて選択](#) | [すべて解除](#)

|                       |   |
|-----------------------|---|
| 非モバイル (デスクトップ/ラップトップ) | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| モバイル (携帯/スマートフォン)     | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| タブレット                 | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |

[オペレーティング・システム \(OS\) での条件を全て削除](#)

### オペレーティング・システム (OS)

[すべて選択](#) | [すべて解除](#)

|                      |   |
|----------------------|---|
| アンドロイド (Android)     | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| ブラックベリー (BlackBerry) | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| iOS                  | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Linux                | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Mac OS               | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| シンビアン (Symbian)      | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Windows              | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Windows Phone OS     | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |

2つ目は、プラットフォームにタブレット、ブランドにアップル(Apple)を選択する方法です。

## デバイス

### デバイスの種類

[すべて選択](#) | [すべて解除](#)

|                       |   |
|-----------------------|---|
| 非モバイル (デスクトップ/ラップトップ) | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| モバイル (携帯/スマートフォン)     | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| タブレット                 | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |

[オペレーティング・システム \(OS\) での条件追加](#)

[ブランドでの条件を全て削除](#)

### ブランド

[すべて選択](#) | [すべて解除](#)

|                           |   |
|---------------------------|---|
| アップル (Apple)              | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Asus                      | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| HTC                       | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Huawei                    | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| LG                        | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| モトローラー (Motorola)         | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| ノキア (Nokia)               | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| RIM                       | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| サムスン (Samsung)            | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| ソニー・エリクソン (Sony Ericsson) | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| ZTE                       | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |

両方の方法は、ともに全てのApple社製iPadデバイスをターゲットできます。

すべての iOS とAndroid タブレット

iOSかAndroidが実行されている全てのタブレットデバイスをターゲットするためには、プラットフォームとしてタブレットを選択すると共に、オペレーティングシステムとしてiOSとAndroidを選択します。

## □ デバイス

### デバイスの種類

[すべて選択](#) | [すべて解除](#)

|                       |   |
|-----------------------|---|
| 非モバイル (デスクトップ/ラップトップ) | 解除 <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| モバイル (携帯/スマートフォン)     | 解除 <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| タブレット                 | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |

[オペレーティング・システム \(OS\) での条件を全て削除](#)

### オペレーティング・システム (OS)

[すべて選択](#) | [すべて解除](#)

|                      |   |
|----------------------|---|
| アンドロイド (Android)     | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| ブラックベリー (BlackBerry) | 解除 <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| iOS                  | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Linux                | 解除 <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| Mac OS               | 解除 <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| シンビアン (Symbian)      | 解除 <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| Windows              | 解除 <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| Windows Phone OS     | 解除 <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |

#### Samsung 社製携帯電話

全てのSamsung社製携帯端末をターゲットするためには、プラットフォームとしてモバイルをブランドとしてSamsungを選択します。

## □ デバイス

### デバイスの種類

すべて選択 | すべて解除

|                       |   |
|-----------------------|---|
| 非モバイル (デスクトップ/ラップトップ) | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| モバイル (携帯/スマートフォン)     | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| タブレット                 | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |

オペレーティング・システム (OS) での条件追加

ブランドでの条件を全て削除

### ブランド

すべて選択 | すべて解除

|                           |   |
|---------------------------|---|
| アップル (Apple)              | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Asus                      | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| HTC                       | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Huawei                    | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| LG                        | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| モトローラー (Motorola)         | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| ノキア (Nokia)               | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| RIM                       | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| サムスン (Samsung)            | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| ソニー・エリクソン (Sony Ericsson) | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| ZTE                       | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |

Samsung 社製Android 携帯電話

Androidが実行されている全てのSamsung社製携帯端末をターゲットするためには、前回の選択からさらにオペレーティングシステムとして、Androidを選択します。

## □ デバイス

### デバイスの種類

すべて選択 | すべて解除

|                       |   |
|-----------------------|---|
| 非モバイル (デスクトップ/ラップトップ) | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| モバイル (携帯/スマートフォン)     | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| タブレット                 | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |

オペレーティング・システム (OS) での条件を全て削除

### オペレーティング・システム (OS)

すべて選択 | すべて解除

|                      |   |
|----------------------|---|
| アンドロイド (Android)     | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| ブラックベリー (BlackBerry) | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| iOS                  | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Linux                | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Mac OS               | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| シンビアン (Symbian)      | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Windows              | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Windows Phone OS     | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |

ブランドでの条件を全て削除

### ブランド

すべて選択 | すべて解除

|                           |   |
|---------------------------|---|
| アップル (Apple)              | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Asus                      | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| HTC                       | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Huawei                    | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| LG                        | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| モトローラー (Motorola)         | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| ノキア (Nokia)               | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| RIM                       | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| サムスン (Samsung)            | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| ソニー・エリクソン (Sony Ericsson) | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| ZTE                       | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |

AppleとSamsung社製のすべての Android と iOS の携帯電話とタブレット

これは、より複雑な例です。プラットフォームとして、タブレットとモバイルを選択します。そして、オペレーティングシステムとして、Android と iOS、ブランドとして、AppleとSamsungを選択します。

## デバイス

### デバイスの種類

すべて選択 | すべて解除

|                       |   |
|-----------------------|---|
| 非モバイル (デスクトップ/ラップトップ) | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| モバイル (携帯/スマートフォン)     | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| タブレット                 | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |

オペレーティング・システム (OS) での条件を全て削除

### オペレーティング・システム (OS)

すべて選択 | すべて解除

|                      |   |
|----------------------|---|
| アンドロイド (Android)     | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| ブラックベリー (BlackBerry) | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| iOS                  | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Linux                | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Mac OS               | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| シンビアン (Symbian)      | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Windows              | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Windows Phone OS     | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |

ブランドでの条件を全て削除

### ブランド

すべて選択 | すべて解除

|                           |   |
|---------------------------|---|
| アップル (Apple)              | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Asus                      | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| HTC                       | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Huawei                    | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| LG                        | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| モトローラー (Motorola)         | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| ノキア (Nokia)               | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| RIM                       | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| サムスン (Samsung)            | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| ソニー・エリクソン (Sony Ericsson) | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| ZTE                       | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |

### 互換性のない選択

広告のターゲティング時に互換性のない選択は無視されますのでご注意ください。例えば、直近の例からブランドからSamsungを消去するとオペレーティングシステムのAndroidは、互換性がなくなります。この場合、Cxense Advertisingでは、Androidデバイスは、単に無視します。

## デバイス

### デバイスの種類

すべて選択 | すべて解除

|                       |   |
|-----------------------|---|
| 非モバイル (デスクトップ/ラップトップ) | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| モバイル (携帯/スマートフォン)     | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| タブレット                 | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |

オペレーティング・システム (OS) での条件を全て削除

### オペレーティング・システム (OS)

すべて選択 | すべて解除

|                      |   |
|----------------------|---|
| アンドロイド (Android)     | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| ブラックベリー (BlackBerry) | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| iOS                  | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Linux                | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Mac OS               | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| シンビアン (Symbian)      | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Windows              | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Windows Phone OS     | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |

ブランドでの条件を全て削除

### ブランド

すべて選択 | すべて解除

|                           |   |
|---------------------------|---|
| アップル (Apple)              | 選択 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| Asus                      | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| HTC                       | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Huawei                    | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| LG                        | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| モトローラー (Motorola)         | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| ノキア (Nokia)               | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| RIM                       | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| サムスン (Samsung)            | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| ソニー・エリクソン (Sony Ericsson) | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| ZTE                       | 解除 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |

**i** 注意: 上記の選択は、互換性がありません。選択されたブランドの一つであるという要件が満たされないため、Androidオペレーティングシステムが選択されているという事実にもかかわらず、全てのAndroidデバイスに広告が配信されなくなります。

## DMPオーディエンスセグメント

セグメントをお使いいただくと、広告主に対して、お客様のベースとなるものを興味・関心のエリアにとっても力強く分類することが可能となります。一旦Cxense DMPで定義すると、Cxense

Advertisingでのターゲットの条件としてこれらのセグメントを使うことは手取り早いです。ユーザーが広告をリクエストしているページを見る時、広告に紐付けられた全てのセグメントは、Cxense DMPによってCxense Advertisingの広告サーバーに自動的に送られます。Cxense

DMPの概要とDMPがお客様の広告ネットワークにもたらすメリットについてここではご紹介いたします。- Cxense DMPのご利用をご検討の際には、お客様のアカウントマネージャーにご相談ください。

Cxense Advertisingにセグメントの統合を可能にするには、まず最初にCxense AnalyticsアカウントにCxense Advertisingアカウントを紐づける必要があります。方法につきましては[こちら](#)を参照ください。

いつものように、キャンペーンを作成する際に広告主が使用できるターゲティングの機能は紐付けられた広告商品によって作られます。このためプロダクトマネージャーは、広告主が利用可能になる前に、作成された広告商品に対してセグメントの機能を有効にしなければいけません:

1. [ビジネスオーナー]->[広告商品]->[追加したい広告商品]を選択->ターゲティング条件から[セグメント]を選択します。
2. 左端のメニューのターゲティング条件から[セグメント]を選択します。
3. セグメントのテンプレート名、有効範囲(キャンペーン、広告グループ)を入力し[保存]をクリックします。

## テストキャンペーン

アクション ▾

概要

セグメント (1)   デバイス (0)   地域 (0)   広告スペース (0)

配信期間

予算とキャッピング

広告グループ

ターゲティング条件

セグメント

1 個のユーザーセグメントが追加されました。

セグメントの追加

| 名前              | 概要                | UU | Imp | Click | Click(不正含) | CTR | 平均表示順位 | 平均費用(CPC) | 費用 | ステータス | アクション |
|-----------------|-------------------|----|-----|-------|------------|-----|--------|-----------|----|-------|-------|
| People in Japan | Audience in Japan | 0  | 0   | 0     | 0          | 0%  | 0      | -         | -  | 有効    | ✕     |

12/02/15 13:30 のデータまで処理済みです。

[セグメントの追加]をクリックすると、以下のウィンドウが表示されます:

❗ こちらにリスト化されるセグメントは Cxense DMPで作成した全てのセグメントです。ところが実際に配信時に有効なセグメントは Cxense Advertising と紐付けを行なったサイトグループ (およびその子サイトグループ) のみです。紐づいていないサイトグループのセグメントを設定してしまった場合に、セグメントが適合せず適切に広告が配信されない場合があります。お使いの Cxense Advertising がどのサイトグループと紐づいているかが分からない場合、貴社の導入時のご担当者またはCxenseサポートに確認を行なってください。

❗ 「無効」のセグメントを選択した場合、広告配信が行われません。使いたいセグメントが「無効」である場合は Cxense DMP にてセグメントを「有効」にしてください。

## ユーザセグメントの追加



### ユーザーセグメントのフィルター

|                          |                             |   |    |
|--------------------------|-----------------------------|---|----|
| <input type="checkbox"/> | Oslo user with iPhoneOS     |   | 無効 |
| <input type="checkbox"/> | People in Japan             | Audience in Japan   | 有効 |
| <input type="checkbox"/> | people in New York          |   | 無効 |
| <input type="checkbox"/> | people in Oslo now          |   | 有効 |
| <input type="checkbox"/> | pouch-filter                | test-author   | 無効 |
| <input type="checkbox"/> | Reads about Barack Obama    | Reads about Barack Obama  | 有効 |
| <input type="checkbox"/> | ReferrerHost=Facebook       |   | 有効 |
| <input type="checkbox"/> | sco-test-segment            | Events  | 無効 |
| <input type="checkbox"/> | sco-test-segment            | Events  | 無効 |
| <input type="checkbox"/> | sdg                         | sdg   | 無効 |
| <input type="checkbox"/> | Searching for Xbox          | Searching for Xbox  | 有効 |
| <input type="checkbox"/> | segment                     |   | 無効 |
| <input type="checkbox"/> | segment_area                | area  | 有効 |
| <input type="checkbox"/> | segment_history             |   | 有効 |
| <input type="checkbox"/> | Segmentation for ██████████ |   | 有効 |
| <input type="checkbox"/> | SE・PG (Web系)                |   | 有効 |
| <input type="checkbox"/> | Subscribers                 | Subscribers   | 有効 |
| <input type="checkbox"/> | Subscribers likina          | This segments include all users who are active subscribers to the | 有効 |

ひとつ以上以上のセグメントがターゲティングされると、キャンペーン広告の配信は、Cxense DMPによって定義されたユーザーが選択したセグメントに紐付けられたページを参照した時のみに行われます。

### REST API

この機能は、キャンペーンと広告上のセグメント機能のプログラム管理に対して、対応したREST APIを持っています。詳細は、[User Segment Targeting REST APIのドキュメント](#)を参照ください。

### 地域ターゲティング

地域ターゲティングは、地域情報を使ってオーディエンスをターゲットします。

 デバイス (0) 地域 (0) 広告スペース (0)

### 地域

地域は、地理情報によって、オーディエンスをターゲティングできます。

[今すぐ 地域 を追加する](#)

## 地域情報の追加

□ デバイス (0)

● 地域 (0)

◎ 広告スペース (0)

### ● 地域

#### 地域の検索

地域

東京都,神奈川県,千葉県,埼玉県,群馬県

検索

#### 検索結果

千葉 (都道府県)

埼玉 (都道府県)

東京 (都道府県)

神奈川 (都道府県)

群馬 (都道府県)

#### 設定している地域

見つかりませんでした。

ターゲットしたい地名を入力し、検索します。広告商品で、地名が有効な場合、検索結果にヒットした候補が表示されます。1つの検索で複数の地名を指定している場合は、コンマで地名を区切って検索します。キャンペーン全体の個々の広告に地名を追加するには、検索結果のいずれかの地名をクリックし、地名を保存します。

## 保存された地域情報

### ● 地域

#### 地域の検索

地域

地域

検索

#### 検索結果

見つかりませんでした。

#### 設定している地域

#### アクション

東京 (都道府県)

×

神奈川 (都道府県)

×

これは、キャンペーンや広告で使われている地名のリストです。キャンペーンの購入/公開後にこのリストを編集できるかどうかは、広告商品の種類に依存します。

## 位置情報ターゲティング

広告を配信したい位置情報を指定してください。

これはシドニーにあるオペラハウスとその周りのターゲティングする位置を長方形で5つ囲んでいます。

## 位置情報

### 位置情報設定

画面左上の画像のアイコンで画面をスクロールしたり、範囲指定したりできます。



- 指定範囲 (12.4km<sup>2</sup>)
- 指定範囲 (24.0km<sup>2</sup>)
- 指定範囲 (13.0km<sup>2</sup>)
- 指定範囲 (20.0km<sup>2</sup>)
- 指定範囲 (17.3km<sup>2</sup>)

保存

### 位置

sydney opera house 地図検索



画面の説明どおり、地図左上上の四角をクリックすると範囲選択ができるようになります。範囲選択後、保存を完了させると設定したキャンペーンや広告グループがこの範囲のユーザーを対象に配信されるようになります。

備考: 範囲指定後、地図左側に作成された範囲のリンクをクリックすると、その枠を中心として地図が移動します。

## 位置情報

### 位置情報設定

画面左上の画像のアイコンで画面をスクロールしたり、範囲指定したりできます。

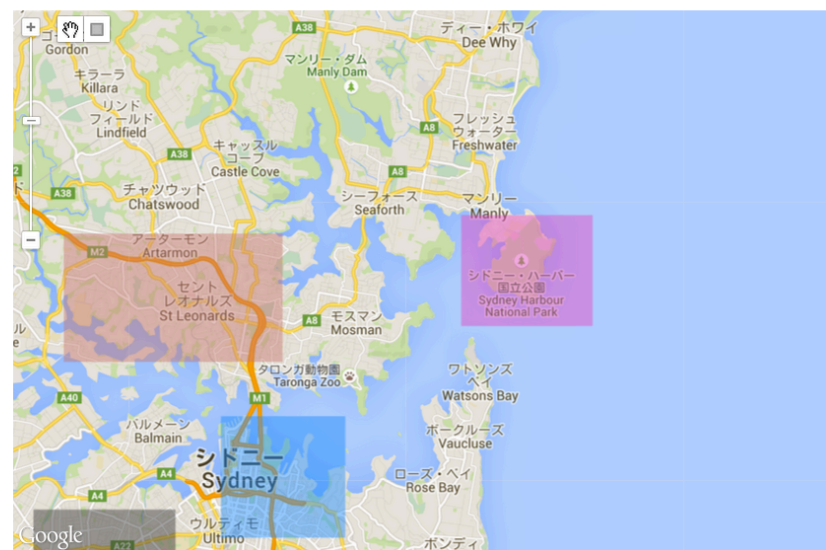


- 指定範囲 (12.4km<sup>2</sup>)
- 指定範囲 (24.0km<sup>2</sup>)
- 指定範囲 (13.0km<sup>2</sup>)
- 指定範囲 (20.0km<sup>2</sup>)
- 指定範囲 (17.3km<sup>2</sup>)

保存

### 位置

sydney opera house 地図検索



## キーワードターゲティング

キーワードターゲティングにより、広告主は多くの異なる単語を指定してターゲットすることができます。照合は、ページのコンテンツや、あるいは、検索窓に入力したユーザーのクエリ語句などに基づき行わせることができます。キーワードは、様々な検索方式を設定できるので、特定の項目への絞り込むように、または、幅広く適合するように定義できます。

キーワードマッチング機能についての詳しい情報については、下記の情報をご参照ください。

- おすすめキーワードツール — 広告に対して、どのようなキーワードを入稿していいかわからないときに有効なツールです。入力されたURLのコンテンツや広告の配信ページの内容に基づき、潜在的なキーワードを自動的におすすめします。
- 見積ツール — キーワードの見積ツールは、実際に本番環境でテストを行うことなくキーワードの入札額を変更した場合の効果を推測する機能を提供します。
- キーワードの入札額の一括管理 — この機能を利用するとキーワードが一括で管理でき、複数のキーワードを同時に更新することができます。
- キーワードの一括管理 — キーワードを一括で管理するために次の管理操作を行う機能を提供しています。

- 検索方式** — キーワードの検索方式は、ユーザーの入力クエリーに対して入力キーワードをどのように照合するかを設定します。このルールは、根本的にはGoogle社が提供する検索方式と同じですが、唯一の違いは、部分一致は、クエリー文字列に使われたすべての単語の適合が必要です。(Google社の場合、OR検索なのに対して、Cxense AdvertisingではAND検索となります。)これにより、適合の関連度が劇的に向上します。また、それらは、それぞれの単語で部分一致と同じ動作を行います。

#### おすすめキーワードツール

広告に対して、どのようなキーワードを入力していいかわからないときに有効なツールです。

入力されたURLのコンテンツや広告の配信ページの内容に基づき、潜在的なキーワードを自動的におすすめします。



このタブは、ビジネスオーナーがCxense Advertising とCxense Analytics間の連携を設定している場合のみ表示されます。この連携に関する設定は、[システム設定の管理ページ](#)に記載しています。

#### ウェブページからおすすめキーワードの生成

The screenshot shows the 'A キーワード' (A Keywords) interface. At the top, there are tabs for '入力済みキーワード(0)', 'おすすめキーワードツール', and '見積ツール'. Below the tabs, there are two radio button options: 'ウェブページからのおすすめキーワードの生成' (selected) and 'CxenseAnalytics を利用したおすすめキーワードの生成'. The 'ウェブページから...' option has a text input field for 'URL' containing 'http://www.cxense.com/jp/cxense-expands-glk'. Below this, there is a 'おすすめキーワードの生成' button. Underneath, there are search filters for 'concept' (40) and 'quote' (1). The main area displays a list of 41 keywords with checkboxes and an 'アクションスコア' column. The keywords listed are: 閲覧者, パーソナライズコンテンツ, 新規顧客, エクスぺリエンス, パブリッシャー, com, 利用者, cxense analytics, デジタル, and ターゲティング広告.

1. キーワードを取り込みたいURLを入力してください。URLは、httpかhttpsからはじまるように注意して設定してください。
2. "おすすめキーワードの生成"をクリックします。URLからキーワードを取得するのに30秒程お待ちください。
3. 見つかったキーワードのリストが関連度順に参照できるようになります。  
追加したいキーワードがある場合、キーワード横にあるチェックボックスにチェックを入れ、キーワードの追加(表の左上の▼をクリックすると表示される)をクリックします。

#### Cxense Analytics を利用したおすすめキーワードの生成

1. "Cxense Analytics を利用したおすすめキーワードを生成"をクリックします。
2. "おすすめキーワードの生成"をクリックします。
3. 見つかったキーワードのリストが関連度順に参照できるようになります。  
追加したいキーワードがある場合、キーワード横にあるチェックボックスにチェックを入れ、キーワードの追加(表の左上の▼をクリックすると表示される)をクリックします。

#### おすすめキーワードの自動生成のトラブルシューティング

キーワードは作成中のキャンペーン広告が表示されるであろう広告スペースを含むページに基に作成されています。下記のことに留意して下さい。

1. キャンペーンに広告商品を指定します。
2. 広告スペースに広告商品を指定します。
3. 各ページに広告スペースのタグを挿入します。
4. 各ページのキーワードを特定します。

キーワードが見つからない場合、それは下記のいずれかに該当します。

1. 広告スペースがどのページにも挿入されていない。  
 広告商品に対する広告スペースが「配信中」になっていて、広告が入稿されているかを確認してください。
2. Cxense Analyticsのスク립トがそれらのページに挿入されていない。  
 キーワードデータを生成するために、抽出を行うページへのCxenseAnalyticsタグの挿入が必要です。
3. 広告スペースを埋め込んだページが、Cxense Analyticsによってインデックスされていない。  
 このプロセスは、いくつかの要因に基づき数分から数日かかる場合があります。  
 CxenseAnalyticsにログインして、データに関する関連するアカウントとサイトを参照し、インデックスが行われているかを確認してください。  
 キーワードが表示される場合、他の設定に関する問題は無視できます。

選択した広告商品が、まだ広告スペースに使われていない場合、全ての可能性のあるキーワードが表示されます。

## 見積ツール

キーワードの見積ツールは、実際に本番環境でテストを行うことなくキーワードの入札額を変更した場合の効果を推測する機能を提供します。

### 特定のキーワードの見積

入札済みキーワード(2)
おすすめキーワードツール
見積ツール

入札額によって、どのくらいのインプレッションかを予測できます。

キーワード \*

パナナ  
マンゴ

1つのキーワードか1行のキーワードフレーズを入力して下さい。

検索方式 \* 標準 (部分一致)

言語 \* 日本語

入札額 \* 500 JPY

見積り

検索方式についてのヒント

それぞれのキーワードは下記の異なる検索方式を利用することができます。

部分一致: car は car や car insurance や automobile とマッチします。

[完全一致]: [car] は car とマッチします。しかし、 automobile とはマッチしません。

"フレーズ": "running shoes" は、 running や boots とマッチしません。

-ネガティブフレーズ: -car は、 car で部分一致したものはマッチしません。

全ての2個のキーワードを追加

| キーワード ^ | 検索方式 ◯ | 入札額 ◯ | インプレッション ◯ | クリック ◯ | CTR ◯ | 平均位置 ◯ | 平均 CPC ◯ | 合計コスト ◯ |
|---------|--------|-------|------------|--------|-------|--------|----------|---------|
| パナナ     | 部分一致   | ¥500  | 21         | 1      | 4.76% | 1      | ¥100     | ¥100    |
| マンゴ     | 部分一致   | ¥500  | 21         | 1      | 4.76% | 1      | ¥100     | ¥100    |

キーワードの見積機能を使うには、キーワードフィールドにキーワードを入力します。そして、必要な検索条件、言語、入札額を設定し、"見積り"をクリックします。

すると、システムは与えられたキーワードに対する見積り結果を取得するために広告サーバーは模擬オークションを実施します。

### 現在のキーワードに見積設定を適用

✔ キーワード パナナ は ¥480 から ¥500 に入札を変更しました。  
 キーワード マンゴ は ¥480 から ¥500 に入札を変更しました。

全ての2個のキーワードを追加

| キーワード ^ | 検索方式 ◯ | 入札額 ◯ | インプレッション ◯ | クリック ◯ | CTR ◯ | 平均位置 ◯ | 平均 CPC ◯ | 合計コスト ◯ |
|---------|--------|-------|------------|--------|-------|--------|----------|---------|
| パナナ     | 部分一致   | ¥500  | 21         | 1      | 4.76% | 1      | ¥100     | ¥100    |
| マンゴ     | 部分一致   | ¥500  | 21         | 1      | 4.76% | 1      | ¥100     | ¥100    |

キーワードに対して、新しく入札額を設定したい場合、リストに表示されるキーワードをクリックすることで行えます。あるいは、結果の表の左上に表示されている"すべてのキーワードを追加"オプションを利用することで、広告やキャンペーンに見積キーワードと設定をすべて適用できます。

見積もるキーワードの入札額が低すぎる場合、"見積もる上で十分なデータがありません(入札額をもう少し増加してください)"というメッセージが表示されます。この場合、入札額を増額する必要があります。入札額を増加しても結果が見つからない場合、システム内でそのキーワードの利用が非常に少ないことが考えられます。(見積もりを行うキーワードに対するデータが少ない場合、見積もりが行えません。)

### 見積ツールを利用する際の注意事項

- 実際の結果は、見積ツールの結果と異なります。理由としては、他の広告主が入札金額を変更している可能性があるからです。
- 合計コストの列は、1日当たりの見積金額です。

### キーワードの入札額の一括管理

この機能を利用するとキーワードが一括で管理でき、複数のキーワードを同時に更新することができるようになります。

フィルタ機能と一緒に利用することで、多くのキーワードの管理を簡単に行うことができます。

下記にいくつかの例を示します。

すべての完全一致キーワードの入札額を200円に増額

1. 検索条件を設定します。

a. 検索方式:ドロップダウンメニューから完全一致を選択し、検索ボタンをクリックします。

検索条件

| キーワード | 検索方式 | 言語     | 対象データ | 比較 | 値 |    |
|-------|------|--------|-------|----|---|----|
| キーワード | 完全一致 | どの言語でも |       |    | 値 | 検索 |

| <input type="checkbox"/> キーワード        | 検索方式 | 言語       | 入札額 | UU | Imp | Click | Click(不正含) |
|---------------------------------------|------|----------|-----|----|-----|-------|------------|
| <input type="checkbox"/> バナー広告        | 完全一致 | 日本語 (ja) | ¥15 | 0  | 0   | 0     | 0          |
| <input type="checkbox"/> パブリッシャー      | 完全一致 | 日本語 (ja) | ¥15 | 0  | 0   | 0     | 0          |
| <input type="checkbox"/> ユーザーエクスペリエンス | 完全一致 | 日本語 (ja) | ¥15 | 0  | 0   | 0     | 0          |

15/02/16 11:00 のデータまで処理済みです。

2. すべてを選択します。(あるいは、必要に応じて選択します。) すべてを選択するには、表の左上の矢印の隣のチェックボックスをチェックします。

3. 一括管理のドロップダウンメニューから"入札額の更新"を選択します。ドロップダウンメニューは、表の左上の矢印をクリックすることで表示されます。

4. "金額による入札額の調整"を選択します。正の値を入力すると現在の金額から入力された値がプラスされ、負の値を入力すると現在の金額から入力した値がマイナスされ、選択されたキーワードの入札額を調整します。



5. 更新をクリックすると、入札額が更新されます。

500円以下のすべての部分一致キーワードを17.5%増額

1. 検索条件を下記の条件で設定します。

- 検索条件: 部分一致
- 対象データ: 入札額
- 比較: より小さい
- 値: 500

- すべてを選択します。(あるいは、必要に応じて選択します。) すべてを選択するには、表の左上の矢印の隣のチェックボックスをチェックします。
- 一括管理のドロップダウンメニューから"入札額の更新"を選択します。ドロップダウンメニューは、表の左上の矢印をクリックすることで表示されます。
- "割合による入札額の調整"を選択します。選択されたキーワードに対する入札額を17.5%増加するように設定します。割合フィールドに17.5と入力します。更新をクリックすると、入札額が更新されます。

費用が3,000円以上のキーワードの入札額を7.5%減額

1. 必要に応じた条件を設定します。
2. 検索条件を下記の条件で設定します。
  - a. 対象データ: 費用
  - b. 比較: より大きい
  - c. 値: 3,000
3. すべてを選択します。(あるいは、必要に応じて選択します。) すべてを選択するには、表の左上の矢印の隣のチェックボックスをチェックします。
4. 一括管理のドロップダウンメニューから"入札額の更新"を選択します。ドロップダウンメニューは、表の左上の矢印をクリックすることで表示されます。
5. "割合による入札額の調整"を選択します。選択されたキーワードに対する入札額を7.5%減少するように設定します。割合フィールドに"-7.5"と入力します。
6. 更新をクリックすると、入札額が更新されます。

複数のアイテムを一括で選択する方法

シフトキーを押しながら、2つのキーワードを選択するとその間のキーワードすべてが選択できます。

| <input type="checkbox"/> キーワード            | 検索方式 | 言語       | 入札額 | UU | Imp |
|---|------|----------|-----|----|-----|
| <input type="checkbox"/> インディビジュアルライゼーション | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥75 | 0  | 0   |
| <input type="checkbox"/> オンライン広告          | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥15 | 0  | 0   |
| <input type="checkbox"/> オーディエンスデータ       | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥15 | 0  | 0   |
| <input type="checkbox"/> コマースサイト          | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥75 | 0  | 0   |
| <input type="checkbox"/> サイト訪問者           | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥15 | 0  | 0   |
| <input type="checkbox"/> ターゲット            | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥75 | 0  | 0   |
| <input type="checkbox"/> バナー広告            | 完全一致 | 日本語 (ja) | ¥15 | 0  | 0   |
| <input type="checkbox"/> パブリッシャー          | 完全一致 | 日本語 (ja) | ¥15 | 0  | 0   |
| <input type="checkbox"/> ユーザーエクスペリエンス     | 完全一致 | 日本語 (ja) | ¥15 | 0  | 0   |
| <input type="checkbox"/> 消費者              | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥75 | 0  | 0   |

15/02/16 11:00 のデータまで処理済みです。

キーワードの一括管理

キーワードを一括で管理するために次の管理操作を行う機能を提供しています。

- 入札額の更新 - 選択されたキーワードの入札額を更新します。
- 要求された位置を設定 - 入札額を適切な額に変更する事で、選択されたキーワードの要求された位置を設定します。

- 有効化 - 選択されたキーワードを有効化します。
- 無効化 - 選択されたキーワードを無効化します。
- 部分一致として設定 - 選択されたキーワードを部分一致として設定します。
- 完全一致として設定 - 選択されたキーワードを完全一致として設定します。
- フレーズとして設定 - 選択されたキーワードフレーズ一致として設定します。
- ネガティブとして設定 - 選択されたキーワードをネガティブ一致として設定します。
- 削除 - 選択されたキーワードを削除します。

複数のキーワードを選択して、操作を実行

有効な一括操作を遂行するために、まずは操作したいキーワードをキーワードテーブルの行のはじめにあるチェックボックスをクリックすることで選択します。

### 検索条件

| キーワード | 検索方式     | 言語     | 対象デー |
|-------|----------|--------|------|
| キーワード | どの検索方式でも | どの言語でも |      |

| ▼ <input checked="" type="checkbox"/> キーワード | 検索方式 | 言語       | 入札額 |
|---|------|----------|-----|
| 入札額の更新                                      | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥15 |
| 要求された位置を設定                                  | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥15 |
| 有効化   | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥15 |
| 無効化   | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥15 |
| 部分一致として設定                                   | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥15 |
| 完全一致として設定                                   | 部分一致 | 日本語 (ja) | ¥15 |
| フレーズとして設定                                   |      |          |     |
| ネガティブとして設定                                  |      |          |     |
| 削除  |      |          |     |

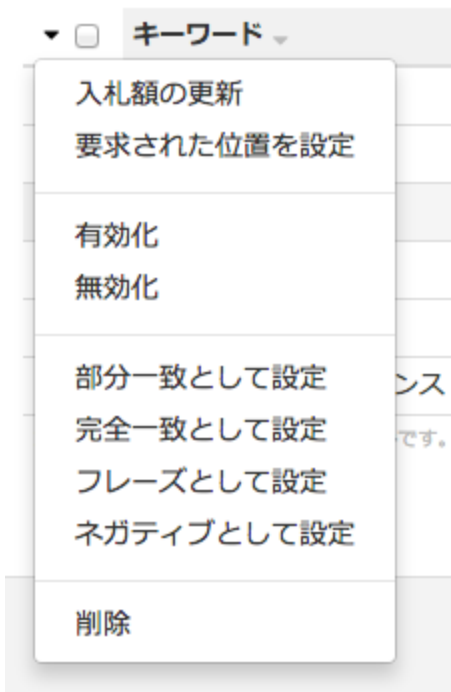
一度に全ての行を選択したり、選択解除したりするには、項目の先頭にあるチェックボックスをクリックします。

また、シフトキーを押しながらチェックボックスをクリックすることで、最後に選択したチェックボックスとその前に選択したチェックボックスまでを一度に選択できます。

シフトキーを押しながらチェックボックスをクリックすることで、素早く多くの行が選択できます。

複数のキーワードを選択して、操作を適用

複数のキーワードが選択されると、ドロップダウン内の適切な操作をクリックすることでキーワードの追加が行えます。下記のスクリーンショットは、その状態のもので



テーブルの左上にある▼をクリックすると、ドロップダウンメニューが表示されます。選択されたキーワードに対して行いたい操作をクリックすることで適用されます。

#### 検索方式

#### 説明

キーワードの検索方式は、ユーザーの入力クエリーに対して入札キーワードをどのように照合するかを設定します。このルールは、根本的には**グーグル社**が提供する**検索方式**と同じですが、唯一の違いは、部分一致は、クエリー文字列に使われたすべての単語の適合が必要です。(グーグル社の場合、OR検索なのに対して、Cxense AdvertisingではAND検索となります。)これにより、適合の関連度が劇的に向上します。また、それらは、それぞれの単語で**部分一致**と同じ動作を行います。

検索方式は、ユーザーのクエリーが入札キーワードにどのように関連づけられるかの条件の指定方式です。検索方式は、下記のプロパティにより定義づけられます。

- ? クエリー内に別の単語が含まれていても広告を適合させるかどうかを指定します。
- ? 文字から**発音記号**(例、"café" to "cafe")を除去したり、基本形から**変形**(例、"fuß" to "fuss")させたりする必要があるかを指定します。(日本語以外の言語の場合に該当します。)
- ? 単語の**活用形**を処理したり、**標準形**を利用するかを指定します。(例、"boxing" to "box").(日本語以外の言語の場合に該当します。)
- ? シノニム展開した単語に適合させるかどうかを指定します。
- ? 入札キーワードとユーザーのクエリ語句の単語の並び順を区別するかどうかを指定します。
- ? 単語の前後を区別するかどうかを指定します。

次の表は、上記のプロパティと検索方式の対応状態です。

| 検索条件 | 追加単語? | 標準化? | レマタイゼーション? | シノニム? | 単語順? | 隣接? |
|------|-------|------|------------|-------|------|-----|
| 完全一致 | いいえ   | はい   | いいえ        | いいえ   | はい   | はい  |
| フレーズ | はい    | はい   | いいえ        | いいえ   | はい   | はい  |
| 部分一致 | はい    | はい   | はい         | はい    | いいえ  | いいえ |

注意: ネガティブ一致は、上記のすべての検索条件の修飾子(modifier)として利用できます。ネガティブなキーワードは、フレーズのような振る舞いをします。ネガティブなキーワードが2個以上の単語の場合、すべての単語が特定の順番で発生するネガティブなフレーズ内の場合のみ適合します。

#### 検索方式

ユーザーインターフェースからキーワードを入力したり、APIやCSVによりアップロードするときには、各マッチタイプは、下記のように接頭辞と接尾辞の利用がで

きます。

| 検索条件  | 接頭辞 | 接尾辞 |
|-------|-----|-----|
| 完全一致  | [   | ]   |
| フレーズ  | "   | "   |
| 部分一致  |     |     |
| ネガティブ | -   |     |

#### 利用例

下記の表は、car insurance(車の保険)に興味のあるユーザーに関連するクエリーの様々な組み合わせを表しています。各検索方式の列は、広告に定義されたキーワードが"car insurance"の場合を記載しています。各々適合する場合、適合しない場合の説明を記載しています。

| クエリー語句                  | 完全一致: [car insurance]   | フレーズ一致: "car insurance"   | 部分一致: car insurance  | ネガティブ一致: "car insurance" -house                                       |
|-------------------------|---|---|--|---|
| car insurance           | 適合<br>クエリー語句は、追加の単語がなく同じ順番で同じ単語です。                            | 適合<br>クエリー語句に同じ単語が同じ順番で含まれています。                                 | 適合<br>クエリー語句にすべての入札キーワードが含まれています。                                    | 適合<br>クエリー語句にすべての単語が含まれているので、"-house"条件に適合しません。                       |
| cheap car insurance     | 不適合<br>クエリー語句に追加の単語"cheap"が含まれており、完全一致では許容されません。              | 適合<br>フレーズ一致では、追加の単語が含まれていても大丈夫です。                              | 適合<br>クエリー語句にすべての入札キーワードが含まれています。                                    | 適合<br>クエリー語句にすべての単語が含まれているので、"-house"条件に適合しません。                       |
| car and house insurance | 不適合<br>クエリー語句に追加の単語"and"と"house"が含まれており、完全一致では許容されません。        | 不適合<br>"car"と"insurance"が連続していません。                              | 適合<br>クエリー語句にすべての入札キーワードが含まれています。                                    | 不適合<br>クエリー語句に"house"が含まれており、ネガティブ条件の"house"に一致しません。                  |
| car seat                | 不適合<br>クエリー語句に"insurance"が含まれていません。                           | 不適合<br>クエリー語句に"insurance"が含まれていません。                             | 不適合<br>クエリー語句に"insurance"が含まれていません。                                  | 不適合<br>クエリー語句に"insurance"が含まれていません。                                   |
| insurance for cars      | 不適合<br>クエリー語句に"car"が含まれていません。完全一致では、レマタイゼーションされないことに注意してください。 | 不適合<br>クエリー語句に"car"が含まれていません。フレーズ一致では、レマタイゼーションされないことに注意してください。 | 適合。<br>単語"cars"は"car"としてレマタイズされません。よって適合します。注意: 部分一致は、単語の順番は関係ありません。 | 不適合<br>クエリー語句に"car"が含まれていません。フレーズ一致(排他条件)では、レマタイゼーションされないことに注意してください。 |
| insurance for my car    | 不適合<br>クエリー語句に追加の単語が含まれています。                                  | 不適合<br>単語が連続していないのと順番が逆です。                                      | 適合。<br>部分一致は、追加の単語が含まれていても単語の順番が逆でも大丈夫です。                            | 不適合<br>フレーズ一致に基づく排他条件とクエリー単語の順番が逆のと連続性がありません。                         |

#### リターゲティング



リターゲティングは、オーディエンスをターゲットすることができる1つの手段です。このページでは、ウェブサイトで特定の行動をとった訪問者に対して広告を表示するリターゲティングキャンペーンをどのように設定するかについて説明します。

下記シナリオ例は、リターゲティングキャンペーンに対して役立ちます。

1. カスタマーサイトのページに訪問したすべての訪問者
2. 特定のページへ訪問したユーザーのみ
3. 会員登録したユーザー
4. 買い物かごに何かを入れたユーザー
5. 過去に購入歴のあるユーザー (他のセール品を提案するためにリターゲティング)。

個々のユーザーは、それぞれが行った行動や営業サイクルのどこにいるかなどに関する情報でタグ付けされます。シナリオ1と2は、リターゲティングを行いたいすべてのページかあるいは特定のページに特定のタグを配置することで達成できます。また、シナリオ3-5は、カスタマーサイトで生じる特定のアクションに応じてタグを設定することで達成できます。

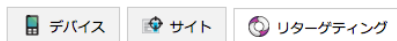
- キャンペーン/広告にリターゲティングを追加
  - リターゲティング情報の保持する場所
  - 広告商品で定義するタクソミ
  - ユーザーが定義するタクソミ
    - 新しいタクソミエントリーの追加
    - アクションの設定
- 保存されたリターゲティングのタクソミ
- 一括処理

## キャンペーン/広告にリターゲティングを追加

### リターゲティング情報の保持する場所

リターゲティング条件を指定できるように**広告商品の定義**をすると、広告商品に関連するキャンペーンや広告を参照時に下記の画面が表示されます。"今すぐリターゲティングを追加する"リンクをクリックすると、広告商品で設定したタクソミが表示されます。いくつかのオプションを選び、それぞれ個別のタグを生成するか、一つのタグに結合 (AND条件) するかを選択します。タグには**キーワードターゲティング**の入札と同様に有効な入札額を設定します。タグの結合 (AND条件)は、それぞれのオプションで指定した条件をAND条件で入札します。基本的には、タグの結合数が多くなると、ターゲティングの条件が厳しいものになります。

- 広告商品で定義するタクソミ
- ユーザーが定義するタクソミリターゲティング



## リターゲティング

リターゲティングを利用すると、ウェブサイトで特定の行動を行ったユーザーをターゲットできるようになります。

[今すぐリターゲティングを追加する](#)

### 広告商品で定義するタクソミ

広告商品で定義するタクソミターゲティングとして設定されている場合、下記の図のようにタクソミ情報の選択が可能になります。



処理を行うには、まず一番左のリストからアイテムを選択します。すると、右のリストに有効な値が表示されます。

1. 一番左のリストからアイテムを選択します。これにより、その右のリストに有効なオプションが表示されます。
2. 表示されたリストからアイテムを選択します。
3. 右側のリストボックスへ選択したアイテムを保存するために">>"ボタンをクリックします。複数のアイテムを追加したい場合は、ステップ1に戻り処理を繰り返します。
4. 右側のリストボックスから入札額と条件を指定したいアイテムを選択します。アイテムは、複数選択することもできます。
5. 個別のタグとして入札するか、AND条件で入札するかを選択します。
  - a. "AND条件で入札"
 

は、右側のリストボックスで選択されているアイテムに対して単一のタグを生成します。この入札に対してマッチングする前にエンドユーザーは、すべてのアイテムに対応したアクションを起こしている必要があるということです。タグ情報が増えれば、マッチングする条件が厳しくなります。
  - b. "個別のタグとして入札"
 

は、右側のリストボックスで選択されているアイテムをそれぞれタグとして作成します。同じ入札額で多くのタグを生成したい時に非常に便利です。
6. タグを保存します。この状態から、追加のタグを生成するためには、ステップ1,2,4あるいは5.を再度実施してください。

下図の例は、4のタグを選択している所です。area1から2つの値(東京都,神奈川県)、そして、typeから1つの値(新築)が選択されていることを確認できます。この例では、すべてのタグをAND条件で1,200円で入札しています。



ユーザーが定義するタクソノミ

広告商品がユーザーが定義するタクソノミとして設定されている場合、タクソノミ情報の選択をする際の画面は、下記の図です。



1. 新しいタクソノミアイテムを入力し、追加をクリックすることで右のリストボックスにアイテムが入ります。
2. 右のリストボックスからアイテムを選択します。
3. 個別のタグとして入札するか、AND条件で入札するかを選択します。
  - a. "AND条件で入札"
 

は、右側のリストボックスで選択されているアイテムに対して単一のタグを生成します。この入札に対してマッチングする前にエンドユーザーは、すべてのアイテムに対応したアクションを起こしている必要があるということです。タグ情報が増えれば、マッチングする条件が厳しくなるということです。
  - b. "個別のタグとして入札"
 

は、右側のリストボックスで選択されているアイテムをそれぞれタグとして作成します。同じ入札額で多くのタグを生成したい時に非常に便

利です。

下図の例は、ユーザータクソミで3つのアイテムを選択しているところです。この時点で保存ボタンをクリックすると "checkout\_page", "survey\_page" と "test\_tag" の3つのアイテムが1つのタグとしてAND条件で1,000円で入札されます。

### 新しいタクソミエントリーの追加

新しいエントリーを追加するには、左側のテキストボックスのテキストエリアに単語やフレーズを入力し、"追加"をクリックします。入力した情報は、正規化されます。(スペース文字は、"\_"に置き換わり、英文字の大文字は、小文字に変換され、ユーザータクソミに追加されます。)追加された全てのアイテムは、キャンペーン/広告商品に関わらず全てのリターゲティングで有効になります。広告主毎にターゲットしたいユーザーに対してタグを設定できます。

### アクションの設定

広告主は、追加したエントリーをユーザーの属性に付与する必要があります。その属性を付与するページにタグを挿入する必要があります。タクソミ情報の入力フィールドの下にある"Javascriptのダウンロード"ボタンをクリックすることでそのタグをダウンロードできます。リターゲティングテンプレート ページに記載されているようにcX::analyticsタグにダウンロードしたタグを追加します。上記の画面のユーザータクソミに対するダウンロードリンクをクリックした結果をサンプルとしてご参照下さい。サンプルは、"another\_user\_tag" と "checkout\_page" に対するリターゲティング機能に対する2つのタグを定義した後にダウンロードボタンをクリックしたものです。

### 保存されたリターゲティングのタクソミ

タグが作成されると下図のような画面が見えます。この例では、3つのタグが作成されています。3つのタグとも単一の入札額として登録されたものです。ここから、下記の操作を行うことができます。

- 一括操作 (下記を参照)
- 単一タグに対する入札額の変更。一番右のカラムに表示されている入札額のリンクをクリックすることで行えます。
- 様々なソートオプション

#### 3 タグ

| タグ ^       | ステータス ◯ | 入札額 ◯ |
|------------|---------|-------|
| area1:東京都  | 有効      | ¥200  |
| area1:神奈川県 | 有効      | ¥200  |
| type:新築    | 有効      | ¥200  |

### 一括処理

一括処理は、**キーワードターゲティング** 機能で記載した内容と同じ方法です。有効な一括処理は、下記の通りです。

- 削除: タグを削除します。
- 有効化: 無効なタグを有効化します。この操作を実行することですでに有効化されているタグに影響はありません。
- 無効化:  
これにより、マッチしている選択されたタグをマッチしないようになります。削除前に一時的にこれを行いタグにマッチしないようにするときに役立ちます。
- 入札額の更新: 入札額を修正できます。入札額の設定に関する同じ機能が **キーワードの入札額の一括管理** にも記載されています。一括管理の詳細な動作に関する特定の例についてのドキュメンテーションを参照してください。

### サイトターゲティング

サイトターゲティング機能は、広告主がどのサイトにキャンペーンや広告が表示されるか制御できるようにします。この機能は、サイトターゲティングマッチングテンプレートを追加することにより、すべての広告商品で利用できます。

サイトターゲティングは、クライアントのHTTPリクエストヘッダを解析することで広告リクエストが発生したドメインを決定します。リファラ値は、サイトドメイン名

にまとめられ、キャンペーンや広告に設定されているターゲティングリストと比較されます。

サイトは、キャンペーンや広告レベルで広告主によって、ターゲット、あるいは、ブロックとして登録できます。サイトやドメイン名がターゲット中に登録されている時、広告はそれらのサイトにのみ表示され、それ以外のサイトからの広告リクエストは無効として取り扱いします。反対にサイトやドメイン名がブロック中に登録されている場合、広告はそれらのサイトでは表示されなくなり、それ以外のサイトからリクエストが有効になります。ひとつの広告やキャンペーンに対するターゲット設定は、ターゲット、ブロックどちらかにのみ行ってください。両方に設定を行うと広告が表示されなくなる場合がありますのでご注意ください。

利用例:

| マッチに利用するドメイン名 | 操作    | 広告が表示されるURL                        | 広告が表示されないURL              |
|---------------|-------|------------------------------------|---------------------------|
| x.com         | ターゲット | www.x.com<br>https://x.com/x/x.asp | www.y.com<br>www.x.x.com  |
| y.com         | ブロック  | www.x.com<br>www.z.com             | www.y.com<br>y.com/y.html |

#### HTTPのリファラヘッダに関する注意事項

サイトターゲティング機能は、エンドユーザーから有効なHTTPのリファラヘッダを Cxense Advertising のサーバーが受け取る場合のみ正常に動作します。もし、ユーザーのブラウザやインターネットセキュリティソフトウェアがこの値を修正している場合、正常に適合できなくなります。同様に、サイト運営者側のウェブサーバーがヘッダ情報を書き換えている場合も、正常に動作しなくなります。リファラの隠蔽も合わせてご参照ください。

## キャンペーンと広告のインポートならびにエクスポート

Cxense Advertising は、オフラインでの管理をするためにキャンペーンのインポートとエクスポート機能を提供しています。

### キャンペーンのインポート



広告主向けタブを単にナビゲートするか、特定の広告主フォルダの画面で、アクションメニューからCPCキャンペーンのインポートを選択します。CSVからキャンペーンを作成画面が表示されるので、ファイルを選択ボタンをクリックして、インポートしたいCSVファイルを選びます。保存ボタンをクリックするとインポートされます。

### CSV ファイルフォーマット

Cxense

Advertising は、アップロードするcsvファイルがタブ区切りでエンコード方式がUTF-8である必要があります。グーグルのアドワーズからエクスポートされたキャンペーンは、標準でこのフォーマットになっています。グーグル社が提供するスプレッドシートアプリケーションを利用して、タブ区切りのcsvファイルをインポートすることができます。編集が終わったら、csvファイルとしてエクスポートし保存します。

ファイルの中身は、4つの異なる行タイプがあります。(それぞれ、括弧で囲まれています。)

- Campaign (Campaign, Campaign Daily Budget) - キャンペーンを定義
- Ad (Campaign, Ad Group) - キャンペーン内の広告を定義
- Text Creative (Campaign, Ad Group, Headline, Description Line 1, Description Line 2, Display URL, Destination URL) - 広告内のテキストクリエイティブを定義
- Keyword (Campaign, Ad Group, Max CPC, Keyword, Keyword Type) - 広告のキーワードを定義

広告(Ad)の行の前に、有効なキャンペーン(Campaign)の行が必要です。そして、キーワード(Keyword)とテキストクリエイティブ(Text Creative)の前に広告の行が必要です。

csvファイルのサンプルは、こちらからダウンロードできます。: [有効なインポートデータ.csv](#)

上記で定義されたカラムは、Cxense Advertising が利用するものです。ファイルにそれ以外のカラムを持つこともできますが、それらは無視されます。

## 有効なCPC広告商品

この機能を利用できるようになるためには、1つ以上の有効なCPC広告商品が必要です。csvファイルのインポートに対して有効だと考えられるCPC広告商品は、以下のような条件を満たす必要があります。

- 広告商品が広告主向けに公開されている。
- 広告商品がCPCである。
- 広告商品が1つのテキストクリエイティブと1つのキーワードマッチングテンプレートを定義している。そして、それぞれのテンプレートは、広告が有効範囲になっている。
- テキストクリエイティブテンプレートは、下記の条件である。
  - タイトル、到達URL、表示URL、コンテンツが定義されている。
  - コンテンツフィールドのコレクションサイズが1あるいは2である。

広告主の方で、この機能の利用ができない場合、Cxense Advertising の管理者に連絡し、有効な広告商品に設定変更してもらう必要があります。



このツールでアップロードしたキャンペーンは、依存のものを更新せずに新しいキャンペーンを作成します。

## キャンペーンのエクスポート

アクションメニューのCPCキャンペーンのエクスポートリンクを利用することで、いつでもキャンペーンをエクスポートできます。

## 予算管理

予算は、広告費が特定期間内に事前に設定した金額を超過しないことを保証します。予算は広告主フォルダー、キャンペーンおよび広告に対して設定することができます。下記のように同じ階層に複数の予算を設定することもできます。

毎月50,000円の予算: 広告主フォルダー

毎週5,000円の予算 : すべてのキャンペーン

毎日500円の予算: すべての広告

この広告主フォルダーは毎月50000円より多く使うことはありません。また、毎週5000円より多く使うことはありません。同様に、毎日各広告は500円以内で配信を行います。

予算をどのステージでも変更することができます。現在、予算は、広告主フォルダー、ならびに、CPCキャンペーン、CPCの広告で利用可能です。

予算を作成した際には、予算は、下記のように見やすく表示されます。



上記の例は、予算として、毎週10,000円を設定しています。90%以上の予算と時間がまだ残っていることがわかります。予算が費やされ、時間が進むとともに、バーが小さくなっていきます。

残り予算がなくなると、次の周期がくるまで広告配信は停止されます。また次の予算周期がくると、残り予算は元の設定した値に戻ります。

広告主が直感的に予算を把握しやすいようにバーの色が変わります。

| 色    | 残りの割合       |
|------|-------------|
| 緑    | 100% <> 66% |
| オレンジ | 65% <> 33%  |
| 赤    | 0% <> 33%   |

#### 開始日

開始日は、本日に設定されます。

#### タイムフレーム

予算は下記の予算周期の一つが設定されます。

- 毎日 - 毎日AM0:00に開始
- 毎週 - 毎週月曜日のAM0:00に開始
- 毎月 - 毎月1日のAM:00に開始
- 無期限 - 予算を作成した時に開始して、予算を使いきった時に終了

広告主は、上記の予算周期のどれかを設定します。

広告主が予算周期を変更したい場合には、予算の設定を一度削除してから再度予算を設定する必要があります。予算を設定する場合、残りの時間は、毎日の場合には時間、毎週毎月の場合には日で表示されます。

例えば、広告主が、正午に毎日の周期で予算を作成した場合、残り時間は12時間となります。同様に、その月の15日に作成された月周期の予算は15日が残り時間となります。

#### 配信制御

予算があまりにも早く費やされることを抑制するために、配信制御機能を利用することができます。期間の初めに多くの予算が消費されている場合には、配信制御をオンにすることで、期間中均等に消費されるようになります。

配信制御をオフにすることで、予算を抑制せずに費やすことができます。したがって、多くのリクエストが配信サーバーにある場合、より多くの広告が配信されます。しかし、設定した予算は早く費やすこととなります。

予算周期が、無期限の場合には、配信制御をかけることができません。

#### 新規予算の設定による比例配分

予算周期が無期限以外の新しく設定する予算は、比例配分されて作成されます。したがって、作成当初(日、週あるいは月)に、比例する量だけの予算が割り当てられます。

例として、月曜日の夕方に毎週10,000円という予算を作成します。残りの期間は、全体の90%なので9,000円を残り期間で消費するようになります。

次週には、予算周期がくるので、設定されている満額(10,000円)消費することができます。



#### 無期限の予算

次の場合などに無期限の予算は有効利用することができます。例えば、1つのキャンペーンに50,000円の予算を無期限で作成した場合、そのキャンペーン下

の広告は合計で50,000円以下の予算で配信を行うことができます。これにより、広告単位に予算を設定することがなく、また、それぞれの広告を予算の範囲以内で効率良く配信することができます。

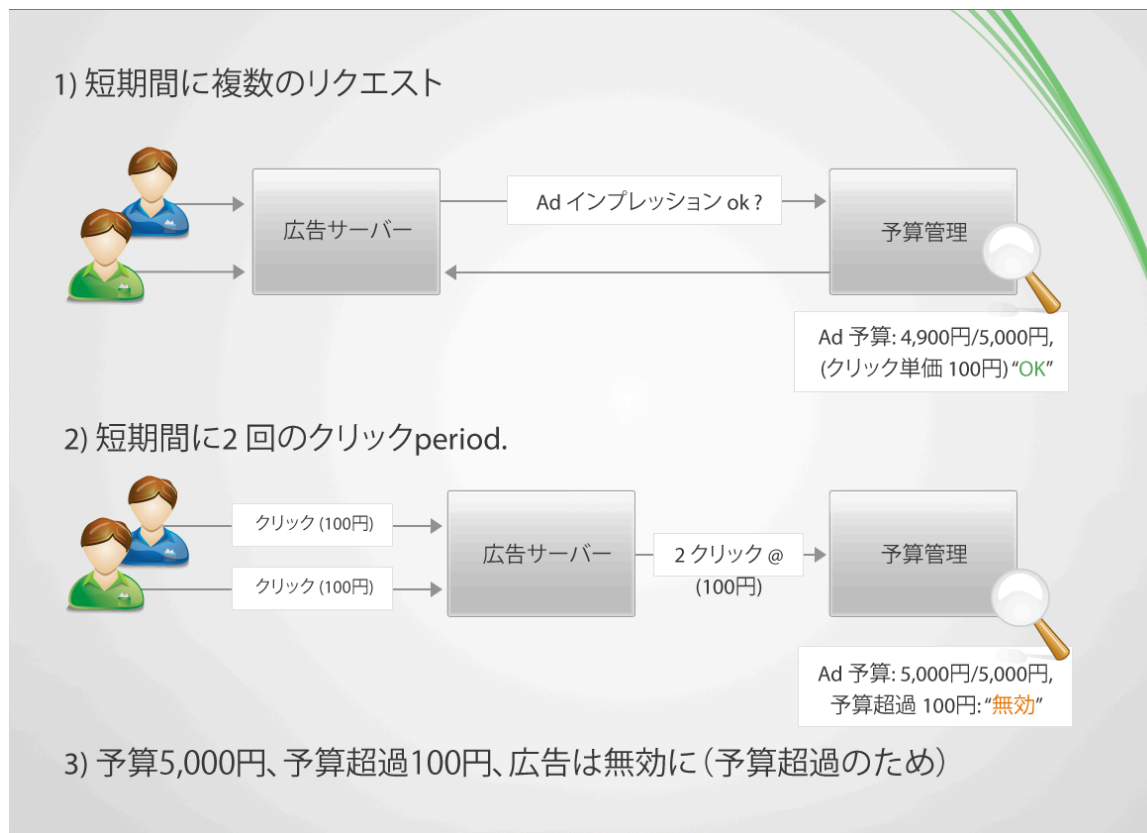
よくあるお問い合わせ

| 予算  |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• 予算の変更に関して</li><li>• 予算管理の配信制御</li></ul> |

## 予算超過

予算超過の発生メカニズム

予算の超過は、より多くの予算を費やそうとするシステムでは常に起こる可能性を秘めています。下記の図では、どのように予算超過が発生するかを説明しています。



予算超過を最小限に

予算超過を完全に防ぐことは非常に難しいです。しかし、それを最小限に抑えることは重要です。

例えば、予算の設定期間を日を選択するよりも月で設定したほうが予算超過額の合計は少なくなる傾向になります。

また、下記に示すように、1クリックあたりの予算超過分の費用の割合を低くすることができます。

予算超過を最小限にする例

5,000円/日 の予算でクリック単価が400円:

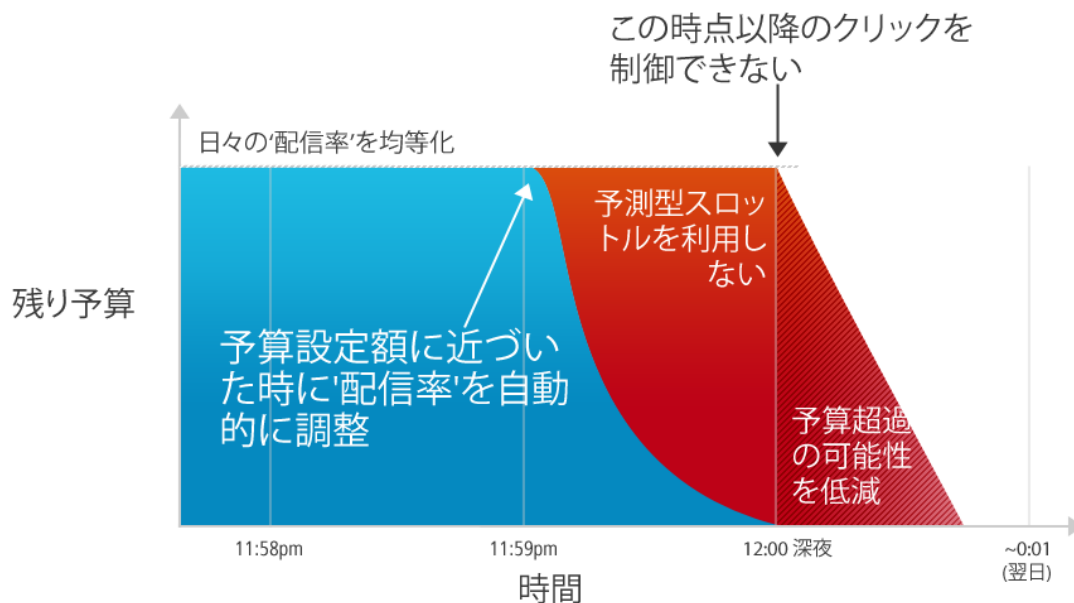
1クリック = 8% の予算超過

150,000円/月 の予算でクリック単価が400円:

1クリック = 0.02% の予算超過

予算超過を最小限に - 自動化された"予測型スロットル"

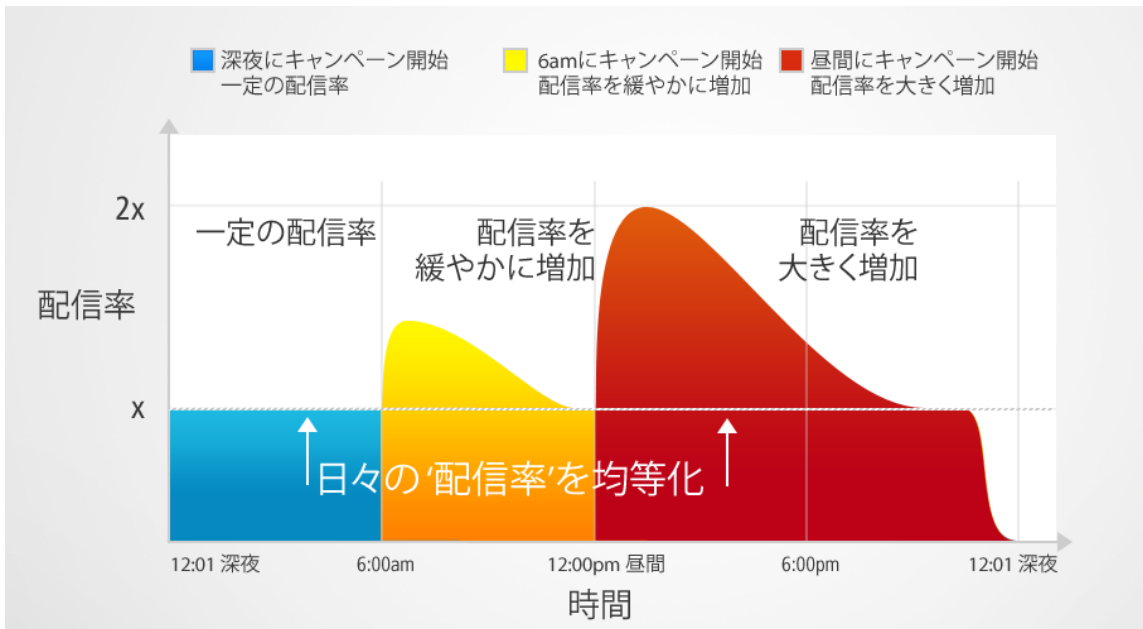
下記の図のように、設定された予算の期間内に最大限に予算を消化し、予算超過を抑制するためのレート変更をCxense Advertisingの予算システムで行なっております。



予算の消化

下記の3つのキャンペーンでは、毎日同額の予算を設定した場合の予算消化について説明しています。

1. 青いキャンペーンは、AM0:00にスタートします。
2. 黄色キャンペーンは、AM6:00にスタートします。
3. 赤色キャンペーンは、AM12:00にスタートします。



## コンバージョントラッキング



サンドボックスではご利用頂けません

この機能は、現在本番環境でのみ有効です。サンドボックスではご利用頂けませんのでご注意ください。

コンバージョントラッキングは、広告主が"購入済み"や"登録完了"といったフローをページ(あるいは、アプリケーション内)の中にタグを挿入することで、広告のクリックに加え、コンバージョンのトラッキングも行えるようになります。

### 概要

広告主は、2つの新しいユーザーのアクションをトラックできます。

1. 広告をクリックしたユーザーが30日以内にコンバージョンする(直接コンバージョン)
2. 広告をクリックしたユーザーが31日以降にコンバージョンする(間接コンバージョン)

- 概要
- 専門用語
- コンバージョントラッキングの設定方法
  - 1) Cxense  
Insight に新しいサイトの追加
  - 2) スクリプトタグの受け取り
  - 3) Cxense  
Advertising からdocRefの取得
  - 4) スクリプトの修正
  - 5) スクリプトの挿入と検証
  - 6) コンバージョンデータの確認
- イメージを利用したコンバージョントラッキング
- その他の注意事項:

### 専門用語

- 直接コンバージョン : エンドユーザーが広告をクリックした後、30日以内にコンバージョンが発生。これは、直接コンバージョンカラムに表示されます。
- 間接コンバージョン: エンドユーザーが広告をクリックした後、31日以上経ってからコンバージョンが発生。これは、間接コンバージョンカラムに表示されます。

### コンバージョントラッキングの設定方法

コンバージョントラッキングは、キャンペーンレベル(1つのキャンペーンのみでコンバージョンを測定したい場合)かフォルダレベル(広告主フォルダに含まれるすべてのキャンペーンで測定したい場合)で設定できます。



コンバージョントラッキングを行うには、Cxense Insightに有効なユーザーを作成する必要があります。もしまだユーザーアカウントをお持ちでない場合、簡単にサインアップできます。

## 1) Cxense Insight に新しいサイトの追加

Sign in to Cxense Insightにログインして、新しい"サイト"を作成します。もしお持ちでない場合、Cxense Insight のアカウントを作成する必要があります。



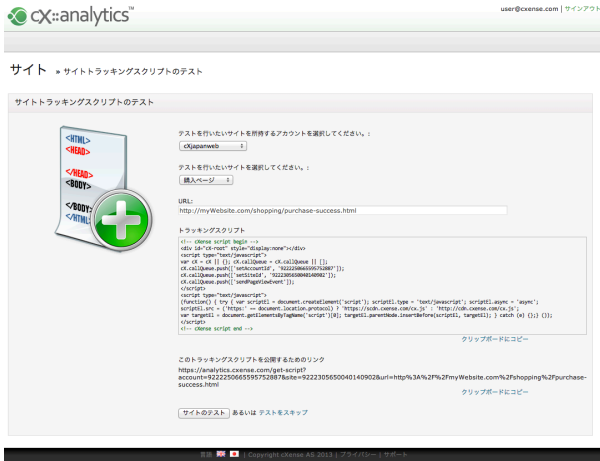
## 2) スクリプトタグの受け取り

トラックしたいページにスクリプトタグをコピーします。(例. '購入済み' ページ). スクリプトは、次に述べる方法で若干の修正が必要です。

下記のサンプルコードは、Cxense Insight が生成したものです。

```
<!-- cXense script begin -->
<div id="cX-root" style="display:none"></div>
<script type="text/javascript">
var cX = cX || {}; cX.callQueue = cX.callQueue || [];
cX.callQueue.push(['setSiteId', 'abc-123']);
cX.callQueue.push(['sendPageViewEvent']);
</script>
<script type="text/javascript">
(function() { try { var scriptEl = document.createElement('script'); scriptEl.type = 'text/javascript'; scriptEl.async = 'async';
scriptEl.src = ('https:' == document.location.protocol) ? 'https://scdn.cxense.com/cx.js' :
'http://cdn.cxense.com/cx.js';
var targetEl = document.getElementsByTagName('script')[0]; targetEl.parentNode.insertBefore(scriptEl, targetEl); } catch (e) {}; } ());
</script>
<!-- cXense script end -->
```





### 3) Cxense Advertising からdocRefの取得

Cxense Advertising にログインして、コンバージョンをトラックしたいフォルダかキャンペーンを参照します。

ブラウザのアドレスバーに表示されたURLからキャンペーンおよびフォルダIDをコピーします。下記は、URLのサンプル例です。

```
http://cxad.cxense.com/adv/campaign/00000000005d8d01?21
```

クエスチョン記号より後の文字列は、必ず削除してください。上記の例では、IDは、00000000005d8d01となります。(21は削除するようにしてください。)



### 4) スクリプトの修正

ステップ2)で保存したスクリプトにコンバージョンページごとに、フォルダおよび、キャンペーンのIDを使うように追加のスニペットを追加します。このステップは、コンバージョンタグを設定します。このステップを失敗するとコンバージョントラッキングは行われません。

```
cX.callQueue.push(['setCustomParameters', { cxad_trail: 'conversion', cxad_ad_folder: '00000000005d8d01' }]);
```

初期のアナリティクススクリプトに上記を追加すると、スクリプトは下記ようになります。

```
<!-- cXense script begin -->
<div id="cX-root" style="display:none"></div>
<script type="text/javascript">
var cX = cX || {}; cX.callQueue = cX.callQueue || [];
cX.callQueue.push(['setSiteId', 'abc-123']);
cX.callQueue.push(['setCustomParameters', { cxad_trail: 'conversion', cxad_ad_folder: '0000000005d8d01'
}]); //この行がコンバージョントラッキングするために必要となります。
cX.callQueue.push(['sendPageViewEvent']);
</script>
<script type="text/javascript">
(function() { try { var scriptEl = document.createElement('script'); scriptEl.type = 'text/javascript'; scriptEl.async
= 'async';
scriptEl.src = ('https:' == document.location.protocol) ? 'https://scdn.cxense.com/cx.js' :
'http://cdn.cxense.com/cx.js';
var targetEl = document.getElementsByTagName('script')[0]; targetEl.parentNode.insertBefore(scriptEl,
targetEl); } catch (e) {}; } ());
</script>
<!-- cXense script end -->
```

追加のカスタムパラメータ `cxad_campaign` を設定することにより、個々のキャンペーンレベルにコンバージョントラッキングの範囲を限定することが可能です。

```
cX.callQueue.push(['setCustomParameters', { cxad_trail: 'conversion', cxad_ad_folder: '0000000005d8d01',
cxad_campaign: '0000000005d8d05' }]);
```

指定した場合、コンバージョンページに訪問している間特定のキャンペーン内の広告をクリックしたユーザーだけがカウント対象になります。

## 5) スクリプトの挿入と検証

ステップ4)で修正したスクリプトをコンバージョンの登録をしたいページに挿入します。トラックしたいページにスクリプトをコピーしてペーストし、更新されたページを公開します。更新したページがライブになるまでは、スクリプトが有効になりませんのでご注意ください。これは、操作を完了するためにとっても重要なことです。これを行うことにより **Cxense Advertising** は、エンドユーザーがページにきたかどうかを確認することができるのです。ページにスクリプトを挿入しないと、何もトラッキングされません。

**i** サポートにご連絡頂く前にトラックしたいページに正しいコードが利用されていることを確認してください。ページに挿入されたコードが正しいか確認するためには、次のステップを行ってください。

1. ウェブブラウザを利用してページにアクセスします。
2. ページのソースを参照します。(
3. ページ内のどこかをクリックすることで確認できます。(例、ページ上のどこかをクリックし、"ソースを見る"を選択します。



ウェブページのソースコード内にスクリプトがあるかどうか確認します。コード内にスクリプトが見つからない場合、コンバージョントラッキングは動作しません。(コードの量が多い場合はスクリプトを発見する作業が大変です。そのような場合、CTRL+Fを押して、検索ボックスに"cx"と入力し検索すると素早く見つかります。)

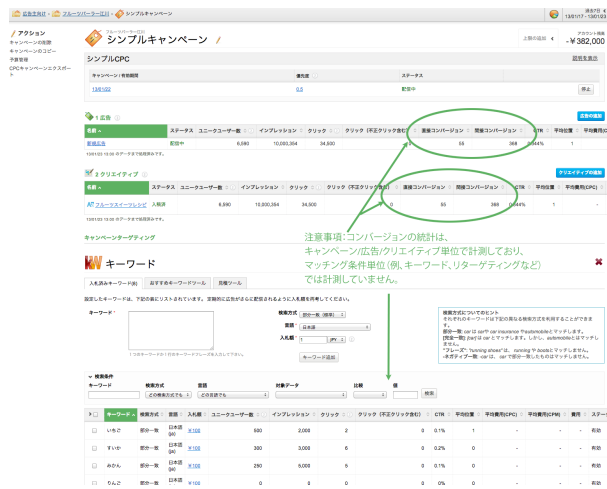
### 6) コンバージョンデータの確認

スクリプトの挿入が完了し、全ての設定が正しく行われるとUI上から新しいデータを確認することができます。コンバージョンデータをUI上から確認するためには、次のカラムが参照可能になるようにレポートの表示列設定をロール毎に修正する必要があります。下記のスクリーンショットの右側は、表示するように設定をしているところです。

- 直接コンバージョン
- 間接コンバージョン

注意事項:コンバージョンの統計は、キャンペーン/広告/クリエイティブ単位で計測しており、マッチング条件単位(例、キーワード、リターゲティングなど)では計測していません。

この作業は、システムでコンバージョントラッキングを初めてセットアップするときのみ必要となります。カラム設定を一度行えば、すべての広告主レポートで参照できるようになります。コンバージョンが生じないと見れないものではありません。要件に応じて、ロール毎に参照権限の設定を行うことができます。



### イメージを利用したコンバージョントラッキング

この方法は、推奨はしていませんが、イメージを利用したコンバージョントラッキングも可能です。イメージトラッキングの場合、マニュアルで設定する箇所が多くなります。そして、スクリプトを利用する場合に有効となる機能すべてがサポートされているわけではありません。

ピクセルイメージタグは、下記のような形式になります。

HTTP バージョン:

#### HTTP image tag

```

```

HTTPS バージョン:

#### HTTPS image tag

```

```

**src** の値は、次のような必須パラメータから構成されます。

- sid - Cxense Insightのサイトidです。
- cp\_cxad\_ad\_folder - 広告主のフォルダおよびキャンペーンのidを設定します。
- loc - このイメージを配置するページのURLのエンコードされたURLを設定します。
- cp\_cxad\_trail - 常に "conversion"と設定します。
- typ - 常に"cnv"と設定します。
- rnd - 常に 0と設定します。

イメージを利用したコンバージョントラッキングをセットアップするには、次のステップが必要です。

- 1) 上記の例のような関連するイメージタグ情報をコピーします。(HTTPおよびHTTPSのいずれかを利用するものに従って、正しいものを選択します。).
- 2) アナリティクスからサイトidを取得し、sidの値を置換します。生成されたスクリプトのsetAccountIdでアサインされた値を設定します。
- 3) cp\_cxad\_ad\_folder の値をキャンペーンか広告主のフォルダidに置換します。
- 4) loc の値をイメージを配置するページのURLのエンコードされたURL値に置換します。
- 5) ページにイメージタグを挿入します。

#### その他の注意事項:

- システムのレポートの表示列設定 で、直接コンバージョン & 間接コンバージョンカラムをレポートで参照できるように設定する必要があります。
- 全てのコンバージョンは、ユーザーがコンバージョンページに到達した回数全てが統計に表示されます。例えば、ユーザーが広告をクリックして、商品を購入するとコンバージョンは1増加します。ユーザーがもう一つ商品を購入すると、追加で1コンバージョンがカウントされます。二つ目のコンバージョンが一番はじめに広告をクリックしてから30日以内に発生した場合、そのコンバージョンは直接コンバージョンとしてカウントされます。もし、二つ目のコンバージョンが一番はじめに広告をクリックしてから31日以降の場合、間接コンバージョンとしてカウントされます。
- コンバージョントラッキングは、現在ビュースルーは考慮していません。
- コンバージョントラッキングは、現在キーワードに対して動作しません。

## メディアプラン

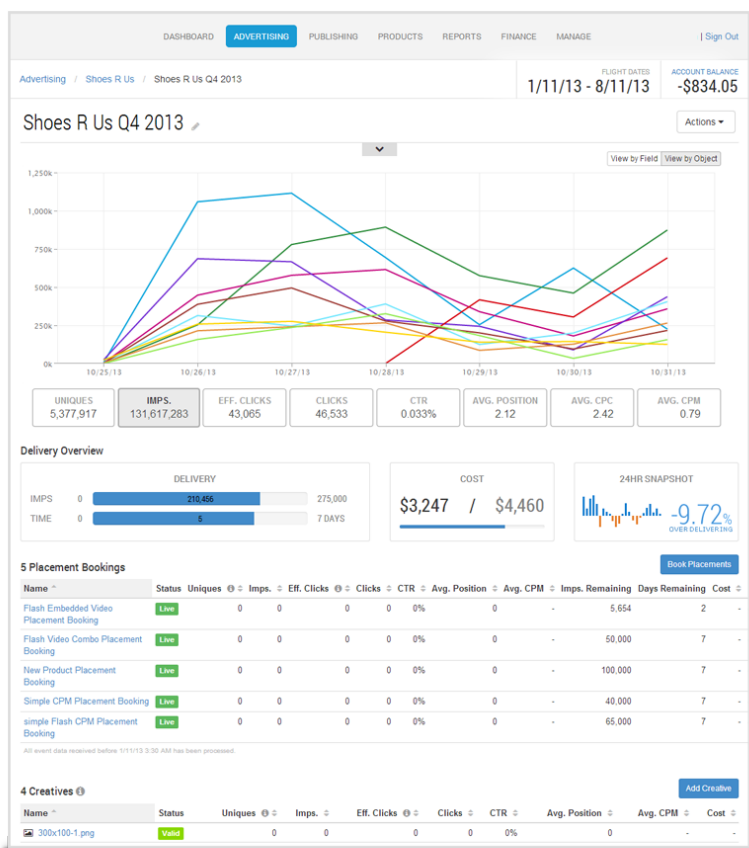
メディアプランは通常表示広告(CPM広告モデル)の複数キャンペーン予約とキャンペーン管理を提供します。

### 概要

広告主フォルダからメディアプランは作成できます。広告主フォルダでメディアプランを作成するか、メディアプランにアクセスしてください。

- 概要
- 図表で見るメディアプラン
- 図解
- Media Plan Components
  - Delivery Graph
  - Delivery Overview
    - Delivery
    - Cost
    - 24hr Snapshot
  - Placement Bookings
  - Creatives
- Working with Media Plans

### 図表で見るメディアプラン



メディアプランは大規模な広告配信の為、複数のキャンペーンを管理する事で作業負荷を軽減を広告主とアカウントマネージャに提供します。

同じメディアプランの中で専用のオーディエンス配置と全部のネットワーク公開配置を予約して、それらをまとめて一つにして管理してください。

This is also a great way to quickly test new Advertising Customers against different audience segments to define the target audiences for better ROI on more substantial bookings.

The Media Plan view provides oversight across all placement bookings via:

- Graph view - auto calibrated to your flight dates
- Impressions over time - Watch and compare your delivery of impressions throughout the flight
- Current Cost vs Total Cost - Continually compare your current spend against the total Cost of your Placement Bookings
- 24 hour snapshot of actual vs expected delivery performance across all Placement bookings at a glance

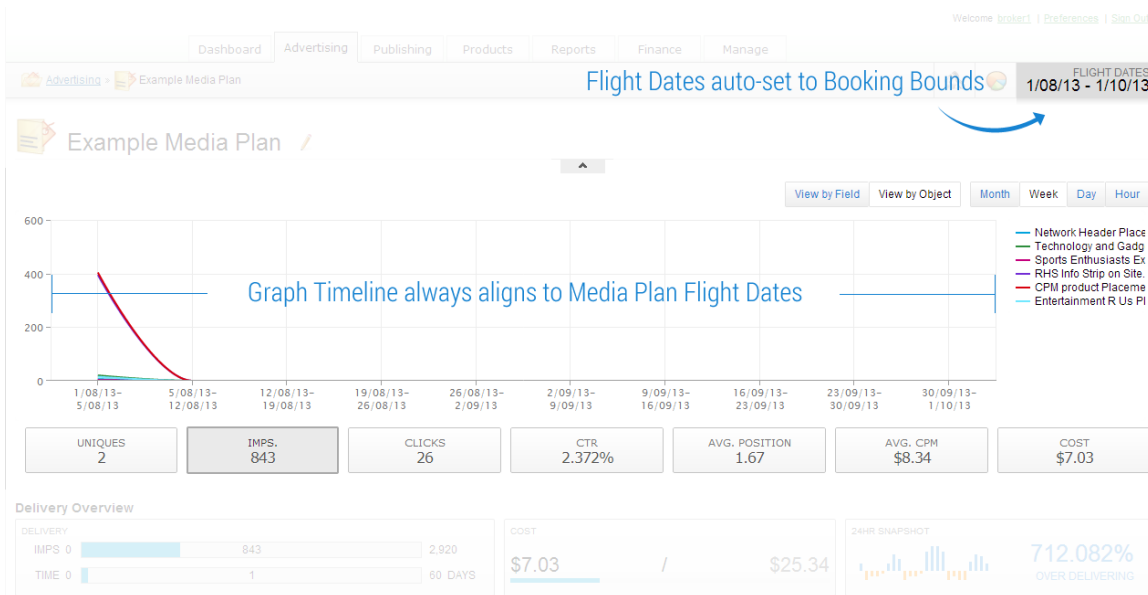
- Inline smoothing and priority options - Take action on your insights with the inline tools to modify smoothing and priority for each Placement Booking.

Each Placement booking utilizes campaign functionality, thereby also providing multiple bookings (contracts) functionality as per usual, and of course per-booking priority and smoothing options.

☒

There are no images attached to this page.

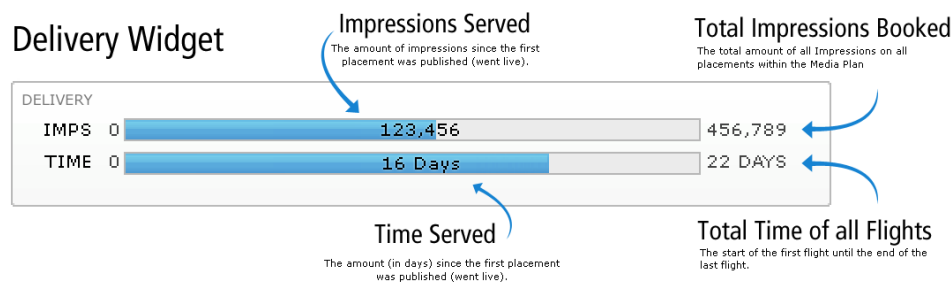
## Media Plan Components



### Delivery Graph

The Graph within the Media Plan page is automatically adjusted to span the flight dates of your Media Plan, usually, this will be the Flight dates you set when booking the Placements, however you can at any stage add further placements, or make rebookings on current placements (within the campaign page). If you have book a very long media plan, say multiple months, you can also click and drag within the graph to zoom into particular times or statistics.

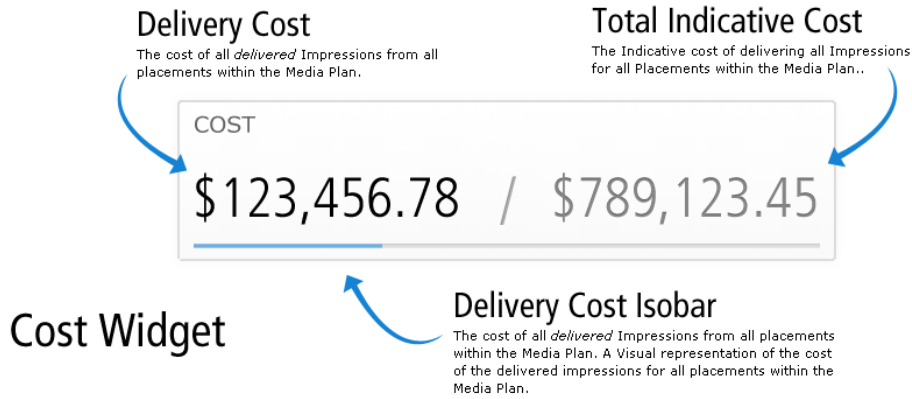
### Delivery Overview



### Delivery

This widgets provides a dynamic isobar of impressions and time, starting from 0 at the left, and the maximum settings to the right. At a glance, you can compare the overall delivery of the entire media plan bookings by observing a negligible difference in isobar width. If the

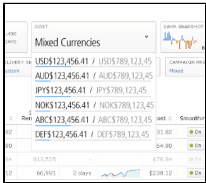
Media plan's bookings are all Smoothed and Standard Priority, the two isobars will grow to their respective maximum values around the same time. If Smoothing or Priority on one or more bookings is set to Off or Highest respectively on one or more bookings, the Impressions isobar will almost always grow at a faster rate (Over Delivery).



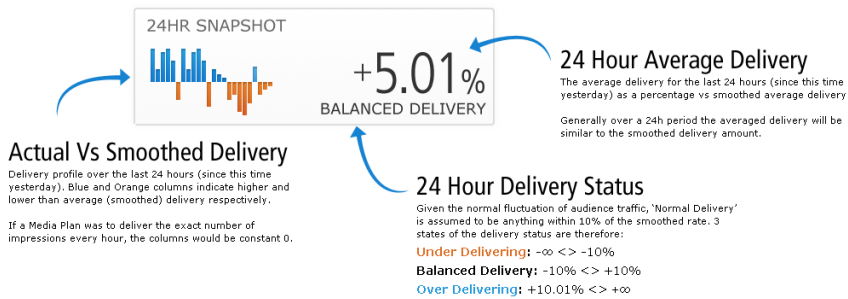
### Cost

The Cost widget provides an overview of the aggregated Costs of all placement bookings. The Total booking amount of the Media plan is to the right, with the current costs from delivery on the left. If you have purchased Placement bookings with multiple currencies, the costs are split per currency in an expandable component.

If you book placements with multiple currencies, your Cost widget will provide a per-currency breakdown to highlight costs per currency.



### 24 Hour Snapshot Widget



The 24hr snapshot widget provides a comparative value of delivery trend within the previous 24hrs, compared with the calculated average to deliver all Impressions over the booked time. A Bar Graph also provides a visual reference to compare current delivery with expected delivery, whereby the height of each bar is the variance from the expected smoothed delivery rate calculated by all impressions over all time.

Visual examples of different delivery statuses.

**Under Delivery:** Current exposure is less than expected. This may be due to normal Audience Daily trends, though maybe a more serious issue if under delivering for a prolonged period (more than 24hrs).

**Balanced Delivery:** Current exposure is around the expected. Normal Audience Daily trends indicate high and low points, with currently the 24hr exposure snapshot balancing well within these trends.

**Over Delivery:** Current exposure is more than expected. This may be due to your smoothing settings (over delivery is expected for non-smoothed Delivery), or simply normal Audience Daily trends. Prolonged over exposure will exhaust the impression budget a lot quicker than normal.

## Placement Bookings

Booking a Placement:

### Placement Selection ✕

What are your intended flight dates?

1/09/13 12 : 00 AM 30/09/13 11 : 59 PM

|                           |     |    |     |       |         |
|---------------------------|-----|----|-----|-------|---------|
| Classifieds Promos        | 0   | 11 | AUD | 4000  | \$44.00 |
| CPM product               | N/A | 10 | AUD |       | N/A     |
| entertainment             | 0   | 4  | AUD | 6000  | \$24.00 |
| header of funnycats.com   | 60  | 30 | AUD |       | N/A     |
| Network Finance           | N/A | 22 | AUD |       | N/A     |
| Network Header            | 70  | 1  | AUD | 30000 | \$30.00 |
| Run On Site (blah.com)    | 3   | 6  | AUD | 10000 | \$60.00 |
| stuffmydogdoes.com        | 0   | 15 | AUD |       | N/A     |
| Technology and Gadgets    | N/A | 10 | AUD |       | N/A     |
| Video Page on awesome.com | N/A | 8  | AUD |       | N/A     |

**Total Impressions**  
50,000

**Total Cost**  
\$158.00

Save Cancel

When a campaign is booked to be shown within a placement, it is termed a placement booking. You can click on any placement booking to see the resulting Campaign Contracts that have been booked. Here you can also make additional bookings as required. The Placement Booking table has additional columns specific to CPM Management - namely Remaining Impressions, and Remaining Time. These columns provide feedback on the current delivery for each Placement booking. If you are underdelivering on any booking, you can use either the inline Smoothing or Priority functions to expedite Impression delivery.

Resulting Placement Bookings:

4 Placement bookings New Fields Book placements

| Name ^  | Status           | Uniques | Imps. | Clicks | CTR | Avg. Position | Imps. Remaining | Days Remaining | Cost | Smoothing | Priority |
|---|------------------|---------|-------|--------|-----|---------------|-----------------|----------------|------|-----------|----------|
| <a href="#">Classifieds Promos Placement booking</a>      | Awaiting Go Live | 0       | 0     | 0      | 0%  | 0             | 4,000           | 55             | -    | On        | Standard |
| <a href="#">entertainment Placement booking</a>           | Awaiting Go Live | 0       | 0     | 0      | 0%  | 0             | 6,000           | 55             | -    | On        | Standard |
| <a href="#">Network Header Placement booking</a>          | Awaiting Go Live | 0       | 0     | 0      | 0%  | 0             | 30,000          | 55             | -    | On        | Standard |
| <a href="#">Run On Site (alsh.com) Placement bookings</a> | Awaiting Go Live | 0       | 0     | 0      | 0%  | 0             | 10,000          | 55             | -    | On        | Standard |

Inline Tools

## Creatives

4 Creatives Add Creative

| Name ^                | Status | Uniques | Imps. | Eff. Clicks | Clicks | CTR | Avg. Position | Avg. CPC | Avg. CPM | Cost | Actions |
|-----------------------|--------|---------|-------|-------------|--------|-----|---------------|----------|----------|------|---------|
| 300x100-1.png         | Valid  | 0       | 0     | 0           | 0      | 0%  | 0             | -        | -        | -    |         |
| 300x250-as3-v3.swf    | Valid  | 0       | 0     | 0           | 0      | 0%  | 0             | -        | -        | -    |         |
| 300x250-as3.swf       | Valid  | 0       | 0     | 0           | 0      | 0%  | 0             | -        | -        | -    |         |
| My 3rd party Creative | Valid  | 0       | 0     | 0           | 0      | 0%  | 0             | -        | -        | -    |         |

All event data received before 11/11/13 10:00 AM has been processed.

Combo Creative
Combo Creative2
Flash Creative
Flash Creative 600X200px
Top Header Banner
Image Creative - small
Third-Party Creative

<> Combo Creative

Name \*

Default \*  No file chosen  
300 x 250px, 120KB max Min. Flash Version: 8 Max. Frame Rate: 30

Video(swf) \*  No file chosen  
250 x 250px, 300KB max Min. Flash Version: 8 Max. Frame Rate: 30

Destination URL \*  Destination URL

Creative options from all Placement Bookings are shown

Creatives for Media Plans are managed within a single location to simplify Creative Management. If you create multiple Placement Bookings, you may need to add multiple Creatives as specified by each placement.

## Working with Media Plans

We suggest the following usage guidelines to get the most from your media plans;

The Audience of your Media Plan have high and low periods of content consumption which varies greatly throughout the day - we all need sleep after all. The Delivery widget will always display the contrast between a 'perfectly smoothed' delivery (it assumes consistently constant traffic throughout the entire day) vs the delivery in the past 24hrs. You may observe large highs and lows in the 24h delivery percentage - this is the result of the system offsetting the traffic variation between high and low traffic periods.

Media Plans can become quite cumbersome if you continually book, cancel, delete, and rebook placements within the same Media Plan. Try to Book once, letting the bookings complete, then book a new Media Plan, not edit the old one. This way, the Delivery Overview is most useful, and easiest to interpret. Use the same flight dates when booking new placements/subsequent contracts, this will keep the delivery overview succinct, and promote at-a-glance interpretation of the Media Plan performance.

The Delivery Overview widgets are calculated using the totals from all placement bookings. This includes cancelled bookings, booking for different flight dates that may have run in the past, or are awaiting go live in the future. Due to this, the widget calculations may not be as informative when individual campaign contracts been added and edited along with the initial placement bookings.

## サイト運営者

Cxense Advertising プラットフォーム内での広告を配信するサイト向けの機能の説明をいたします。



サイト運営者は、**広告スペース**を作成して、その**タグ**を使用することにより広告を配信します。配信する広告は、広告スペースに設定されている**広告商品**に対して入稿されている広告を使用します。

## 広告スペース

広告スペースを使用して、サイト上の**広告表示スペース**に**広告**を配信することができます。広告スペースは、異なる**広告サイズ**や**フォーマット**、**ターゲティング**条件が設定されている1つまたは、複数の**広告商品**から**広告**が配信されます。広告スペースは、この**広告在庫**の中から最も適している**広告**が配信されます。

### 広告スペースの概要



広告スペースの概要ではスペースのレポートグラフを含め、そのスペースのレイアウトや各種設定等を確認できます。

### 広告商品の設定

広告スペース作成のための初めのステップは、**広告商品**を選択することです。このステップで、選択した**広告商品**の**広告サイズ**が、この**広告スペース**で使用する**広告サイズ**として設定されます。このスペースに**広告商品**を追加する際には、異なる**広告サイズ**が設定されている**広告商品**は追加できません。したがって、同じ**広告サイズ**が設定されている**広告商品**のみ、この**広告スペース**に対して追加設定できるということになります。

広告スペースで利用する**広告商品**にはそれぞれ**優先度**を定義する必要があります。広告の配信はこの**優先度**をもとに行われます。優先度が高い**広告商品**内の**広告**の**ターゲティング**条件とは適合しなかった場合には、次の**優先度**の**広告商品**の**ターゲティング**条件に適合したものを配信します。広告商品の追加、削除、優先度付けを**広告スペース**のページで行えますが、最低1つの**広告商品**が必要となります。

### 広告スペースの設定

広告スペースは下記の設定を持ちます。

| Field | Options | Description |
|-------|---------|-------------|
|-------|---------|-------------|

|                     |   |   |
|---------------------|---|---|
| 名前                  | 広告スペースの名前   | ページ内のどの場所に表示するかやページの種別名など (例. exampleSite RHS Top Banner) |
| 広告の幅                | 整数  | 広告スペースの幅 (広告スペースで利用可能な幅)                                  |
| 広告の高さ               | 整数  | 広告スペースの高さ (広告スペースで利用可能な高さ)                                |
| 広告の表示数              | 1-20  | 広告スペース内で表示する広告の数を設定します。                                   |
| レイアウト               | 垂直 or 水平  | 上記設定を2以上にすると表示されます。広告をどの方向に表示するかを設定します。                   |
| 最低価格                | 金額と通貨   | この広告スペースで配信するCPC広告の最低価格を設定します。                            |
| ユーザープロフィールの重み       | 0-100   | ユーザープロフィールを利用する場合には、1以上にしてください。利用する割合を数字で設定します。           |
| コンテンツプロフィールの重み      | 0-100   | コンテンツプロフィールを利用する場合には、1以上にしてください。利用する割合を数字で設定します。          |
| タイムゾーン              | ・ユーザのタイムゾーンを利用<br>・特定のタイムゾーンを利用   | ユーザーのタイムゾーンか、それ以外のタイムゾーンに設定するかを任意に選択出来ます。                 |
| 広告をクリックした際の動き       | ・同じウィンドウで表示<br>・別ウィンドウで表示   | 広告をクリックした際に同じウィンドウで表示か、別ウィンドウか設定します。                      |
| オークションデータ通貨のコンバージョン | ・Cxense Advertisingは通貨のコンバージョンは適用されません。<br>・Cxense Advertisingは通貨上の数をサイト運営者の通貨に変換します。 | 広告主が別々の通貨を使っている場合に、サイト運営者の通貨に変換するかどうかを設定します。              |

## 広告スペースのサイズ設定について

### 広告スペースの幅と高さの設定

#### 広告スペースのマッチングの構成 (プロフィール利用)

広告スペースはコンテンツかユーザーのプロフィールの重みを設定が可能です。広告を選択する際のマッチングタイプの組み合わせを設定することができます。

この値はパーセントベースではありません。100まで追加する必要はありません。この数字は互いを基準とする、すなわち相対的になっています。片方が50で片方が100の場合は、片方がもう片方の半分を適用するという意味になります。双方100ずつの場合は、1:1の比率だと考えて下さい。

マッチングの例については次のページを参照して下さい: [広告スペースのプロフィール利用例](#)

#### 広告スペースの挿入

広告スペースは、サイト内のページに下記の方法のいずれかの方法で挿入します。

- ・ Javascriptのタグをサイト内に挿入する方法 ※ 詳細は[広告表示のためのタグ](#)を参照して下さい。
- ・ 広告スペースのIDを使用して、APIを呼び出す方法

#### 広告スペースのカスタムスタイル

広告スペース毎に広告の表示形式を下記のパラメーターを使用してカスタマイズすることができます。

主なパラメーター変数のリスト:

| 変数名    | 概要   |
|--------|--|
| lf-ac  | テキスト広告のコンテンツ部の色を指定します。                                 |
| lf-am  | 広告のmarginを設定します。設定しない場合には、自動的に0が設定されます。                |
| lf-bg  | 背景色を設定します。   |
| lf-lc  | リンク部の色を指定します。これは到達URLや表示URLに適用されます。                    |
| lf-tc  | タイトル部の色を指定します。これは、テキストクリエイティブの1行目に相当します。               |
| lf-tmc | タイトルの強調部の色を指定します。強調されるのは、キーワードターゲティングで一致したキーワード部となります。 |

全てのパラメーターリストは、[このページ](#)を参照して下さい。

広告スペースのメンテナンスとテスト

広告スペースは、UIから診断検索を行うことによってテストができます。詳細は、[診断検索](#)をご参照下さい。

よくあるお問い合わせ

| 広告スペース   |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• IE6 および IE7 における配信に関して</li><li>• サイト運営者側の広告ブロック機能</li><li>• 売上アカウントの作成方法</li><li>• 1つの広告スペースへ複数の広告商品を設定した場合の動作</li></ul> |

## 診断検索

サイト運営者は、広告スペースの診断検索を使用して広告配信の確認を行うことができます。広告スペース毎に定義された広告商品の設定など、それぞれの広告スペース毎に動的に設定された上で確認ができます。



診断検索の結果表示されたインプレッションやクリックの数や費用はレポートには反映されません。同様に広告スペースの売上にもカウントされません。ターゲティング条件に応じて、どのような広告を得ることができるのかなどを簡単にテストできます。

デバイスターゲティングを利用している場合には、その広告は、診断検索ではヒットしません。

ターゲティング条件が設定されている広告商品

広告商品に定義されたそれぞれのターゲティング条件を設定して、配信される広告を確認することができます。各ターゲティング条件の違いによって異なる結果が得られます。

キーワード

入力したキーワードに応じた結果が得られます。

カテゴリ

カテゴリの条件を入力します。入力する項目は、カテゴリの検索文字列(カテゴリターゲティングの検索文字列を参照)となります。

例:「ad-cat:カテゴリ1」

地域

事前に登録している地域データの中から地域名をテキスト形式で入力します。

## コンテキスト

コンテキストには、URLを入力します。入力したURLのコンテンツ抽出したキーワードに応じた結果が得られます。コンテンツプロファイルによる配信テストを行う際にこれを使用します。

## ターゲティングなしの広告商品

ディスプレイ広告のための広告商品の場合、ターゲティング条件の入力は必要ありません。シンプルに検索ボタンをクリックしていただければ、最適な広告を確認することができます。

## 詳細な診断検索

診断検索を行うと、結果に下記のセクションが項目が表示されます。

| セクション名       | 概要  |
|--------------|---|
| Environment  | 広告配信を行う前のバックエンド処理が最後に実施された時間が表示されます。<br><br>Ad<br>(広告データ)、AdSpace(広告スペースデータ)、Product(広告商品データ)の各データが表示されます。<br><br>実施された時間が、数字で表示されておりますが、先頭からyyyymmddhhmmssのフォーマットで記載されています。時間は、UTCとなっているため、日本時間にするためには、9時間を加算する必要があります。<br><br>例:20150115030337113の場合には、先頭の文字列である「201501150303」を抜き出します。これをフォーマットにしたがうと、2015年1月15日3時3分ということがわかります。これをさらに日本時間にするると2015年1月15日12時3分に処理が終了していることがわかります。 |
| Request      | 広告を取得する際のリクエスト情報  |
| Ads Returned | 配信される広告   |
| All Matches  | ターゲティング条件にマッチした広告一覧   |

※ All matches の表の説明は下記の通りです。

| 項目                    | 概要  |
|-----------------------|---|
| Ad Id                 | 広告ID  |
| Auction CTR           | 広告の選択アルゴリズムで、CTRが利用されている場合に、この値を利用                |
| Auction Bid           | 入札額として設定している額                                     |
| Auction Expression    | 広告のマッチしている条件のデバック情報                               |
| Auction Cost / Pinned | クリックした際にかかるコスト                                    |
| Priority              | キャンペーンに設定している優先度                                  |
| Auction Rank Weight   | 広告の表示順を決めるために算出された値                               |
| Notes                 | 参考情報が記述されます。                                      |
| Filter                | この広告がマッチしているのに、選択されなかった理由。<br><br>詳細は下記の表にて記述します。 |

※ Filterに関する詳細は以下の通りです。

| 表示メッセージ                           | 原因  |
|-----------------------------------|---|
| BLOCKED_TERMS                     | 広告は、ブラックリストに含まれるキーワードが設定されています。   |
| DUPLICATE                         | 重複広告なので除去されています。(例:同じ表示URLだった場合など)。広告商品の設定をご確認下さい。  |
| EXCEEDED_USER_CAP                 | 診断検索を行っているユーザには、「ユーザ毎のインプレッションキャッピング」で設定したインプレッションが既に出ています。   |
| INSUFFICIENT_BUDGET               | 下記が要因として考えられます。<br><ol style="list-style-type: none"><li>1. 予算が不足しています。</li><li>2. 配信制御を行っているため、一時的に予算が不足しています。</li><li>3. 新規キャンペーン配信開始のバックエンド処理が全て終了しておりません。</li><li>4. キャンペーンを停止した場合、バックエンドの処理が終了していません。バックエンド処理が終了後、該当する広告IDはこの表には、表示されなくなります。</li></ol> |
| MIN_PRICE_NOT_MET                 | この広告スペースで設定した最低入札価格を下回っています。  |
| RESERVE_NOT_MET                   | この広告は、広告商品で定義されている最低入札額を満たしていません。   |
| NO_BID                            | キーワードもしくはリターゲティング条件で入札が行われておりません。広告にキーワードもしくはリターゲティング条件が設定されているかご確認ください。<br>例:広告主がキーワード条件になにも設定していない場合  |
| PUBLISHER_BLACKLISTED             | この広告スペースの広告のブロック条件に到達URLのドメインが登録されています。   |
| LAYOUT_CREATIVE_LARGER_THAN_SPACE | クリエイティブが広告スペースに対して大きすぎます。   |
| LAYOUT_EXHAUSTED                  | 他の優先度の高い広告が既に表示されているため、この広告は表示されません。  |
| CAMPAIGN_BLACKLISTED              | キャンペーンはブラックリストに登録されています。  |

## 広告配信タグ

自動生成される広告配信タグは動的にCxenseAdvertisingに広告をリクエストします。配信するキャンペーンに変更があった場合でも、一度貼付けた広告配信タグを変更する必要はありません。

管理画面の中で変更された設定は自動的に更新され、反映されます。

### 第三者配信用広告配信タグ (オプション)

ログインユーザーがビジネスオーナーの権限を持っている場合、「第三者配信用広告配信タグ (オプション)」のウィンドウを確認出来ます。

|               |   |   |
|---------------|---|---|
| 概要            | <b>Javascriptタグ</b>   |   |
| 設定            |   |   |
| 配信規則          |   |   |
| 条件            |   |   |
| <b>広告配信タグ</b> | <pre>&lt;div id="insertAdSpaceBeforeThis_00000016167e9f3" style="display:none"&gt;&lt;/div&gt; &lt;script type="text/javascript"&gt; (function() { try { var scriptEl = document.createElement('script'); scriptEl.type = 'text/javascript'; scriptEl.async = 'async'; scriptEl.src = ('https:' == document.location.protocol) ? 'https://scdn.cxense.com/cx.js' : 'http://cdn.cxense.com/cx.js'; var targetEl = document.getElementsByTagName('script')[0]; targetEl.parentNode.insertBefore(scriptEl, targetEl); } catch (e) {} })(); &lt;/script&gt; &lt;script type="text/javascript"&gt; var cX = cX    {}; cX.callQueue = cX.callQueue    []; cX.callQueue.push(['insertAdSpace', { adSpaceId:'00000016167e9f3', adUnitWidth:300, adUnitHeight:100, initialHorizontalAdUnits:3, initialVerticalAdUnits:1 }]); &lt;/script&gt;</pre>                           | <b>ご利用ガイド</b><br>この広告配信タグをWebページにコピー&ペーストして下さい。   |
| 不正クリック管理      |   |   |
|               | <b>▼ 第三者配信用広告配信タグ (オプション)</b>   |   |
|               | <pre>&lt;div id="insertAdSpaceBeforeThis_00000016167e9f3" style="display:none"&gt;&lt;/div&gt; &lt;script type="text/javascript"&gt; (function() { try { var scriptEl = document.createElement('script'); scriptEl.type = 'text/javascript'; scriptEl.async = 'async'; scriptEl.src = ('https:' == document.location.protocol) ? 'https://scdn.cxense.com/cx.js' : 'http://cdn.cxense.com/cx.js'; var targetEl = document.getElementsByTagName('script')[0]; targetEl.parentNode.insertBefore(scriptEl, targetEl); } catch (e) {} })(); &lt;/script&gt; &lt;script type="text/javascript"&gt; var cX = cX    {}; cX.callQueue = cX.callQueue    []; cX.callQueue.push(['insertAdSpace', { adSpaceId:'00000016167e9f3', adUnitWidth:300, adUnitHeight:100, initialHorizontalAdUnits:3, initialVerticalAdUnits:1, tpclick:['xclick'], ps:1 }]); &lt;/script&gt;</pre> | <b>ご利用ガイド</b><br>この広告配信タグを他アドネットワークで第三者配信する際にコピー&ペーストしてご利用下さい。<br><br><b>注意:</b> レポートでは、「Javascriptタグ」と「第三者配信用広告配信タグ」での配信は、合算値が表示されます。もし、それぞれの値を確認する必要がある場合には、タグ別に広告スペースをわけてご利用下さい。 |

この広告配信タグはサードパーティシステムでサポートされる為のものです。'tpclick'パラメータにクリックURLを追加する事で、クリックのトラッキングが可能です。

このタグを通じて配信された広告をクリックすると、CxenseAdvertisingにクリックが記録され、到達URLにリダイレクトされます。また、クリックは指定されたクリックURLに通知されます。

サードパーティシステムは広告配信時に動的にクリックURLを挿入する事があります。例えば、サードパーティシステムがクリックマクロを利用できる場合には、動的にクリックURLを挿入します。'tpclick'パラメータにはそのマクロのアンエスケープされていないバージョンを含める必要があります。

以下はその例です。

**例**

```
<div id="insertAdSpaceBeforeThis_00000016030588c" style="display:none"></div> <script
type="text/javascript"> (function() { try { var scriptEl = document.createElement('script'); scriptEl.type =
'text/javascript'; scriptEl.async = 'async'; scriptEl.src = ('https:' == document.location.protocol) ?
'https://scdn.cxense.com/cx.js' : 'http://cdn.cxense.com/cx.js'; var targetEl =
document.getElementsByTagName('script')[0]; targetEl.parentNode.insertBefore(scriptEl, targetEl); } catch (e) {}
})(); </script> <script type="text/javascript"> var cX = cX || {}; cX.callQueue = cX.callQueue || [];
cX.callQueue.push(['insertAdSpace', { adSpaceId:'00000016030588c', adUnitWidth:300, adUnitHeight:150,
initialHorizontalAdUnits:1, initialVerticalAdUnits:1, tpclick:'%%CLICK_MACRO_UNESC%%', ps:1 }]); </script>
```

**Note**  
サードパーティシステム内のキャンペーンに対応する適切なサイズの広告スペースを設定する必要があります。

## シンプルな広告配信タグ

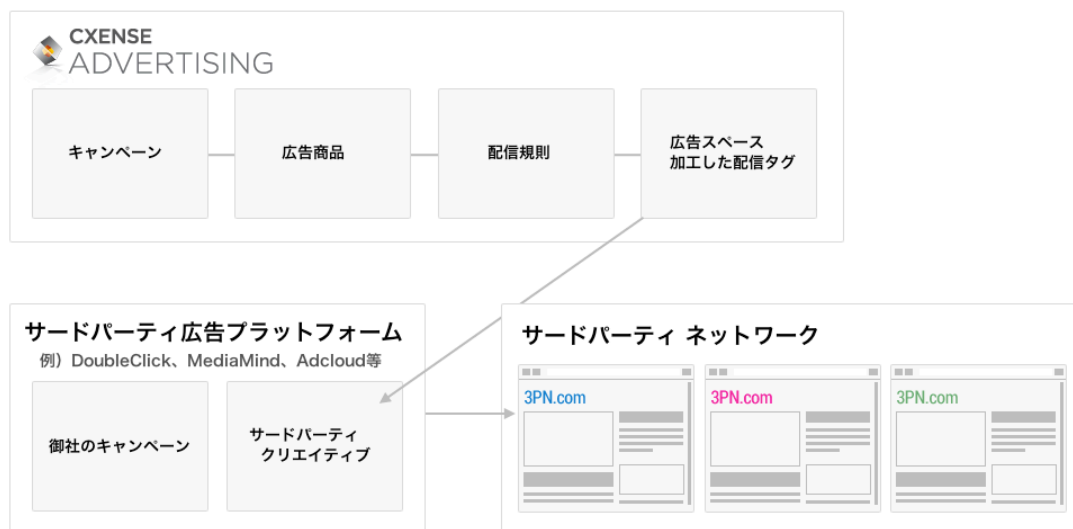
広告スペースタグを御社のWebサイトのソースに挿入して下さい。インプレッションの計測や、広告収入の為に。



OR

## 広告配信タグの応用

サードパーティ広告プラットフォーム上のキャンペーンに広告タグを設置して下さい。動的にサードパーティーネットワークに広告を提供する為に。



広告配信タグを作成する際に不明点がありましたら、次のリンクもご参考にする事をお勧め致します。広告スペースの作成。

## 広告スペースのプロファイル利用例

商品在庫とオーディエンスを一致させる設定は多岐に渡りますが、汎用可能な一般的な設定も複数あります。このページでは、広告在庫とオーディエンスを結び付け、関連性を高める事が出来るであろう一般的な設定を解説しています。

トップページ (site.com):

ホームページはサイト全体の情報が含まれているため、非常に広範囲の内容(それぞれのキーワードをほんの少しずつ)を含んでいます。その為、コンテンツプロフィールが非常に広範囲となり、特定しづらくなります。したがって、コンテンツプロフィールの結果が関連性の高いマッチングを確保するには広範囲すぎるということになります。

最適な設定:



ユーザープロフィールを100、コンテンツプロフィールを30 (もしくは10と3)

トップカテゴリ (スポーツ / 旅行 / エンターテインメント)

これは良いコンテンツプロフィールであるように見えます。広義で考えられる広告主をお持ちの場合にコンテンツプロフィールは使用できますが、各カテゴリがどのくらいサブカテゴリを持っているか少し考えてみましょう。考えられるスポーツはいくつかありますが、オーストラリアンフットボールに興味を持った人は**チーズ転がす競技**に興味を持つ必要はありません。したがって、多くの場合に「スポーツ」は関連性の高いマッチングを見つけるためにコンテンツプロフィールは広範囲すぎます。

最適な設定:



ユーザープロフィールを70、コンテンツプロフィールを40 (もしくは10と4)

サブカテゴリ (モータースポーツ / バックパッキング / コメディ)

ほとんどの場合、コンテンツプロフィールは興味関心の特定のカテゴリについてかなり明確になっています。例えばユーザーがモータースポーツにアクセスしていることで、それに興味を持っていることがわかります。他にもモーターバイクなのか、F1なのか、NASCARなのか、なども考慮が必要ですが、一般的に言えば大体似たようなテーマです(つまり、トラックの周りを動くものをみる)。

似たような例だと広義の概念である「サッカー」と対照的に、特定のチーム(つまり、マンチェスターユナイテッドやリヴァプール)です。はそれぞれ異なるチームですが、このカテゴリにマッチします。ここで正しいコンテンツが選択されるようにするにはスポーツチームに関連するマッチングがとても重要になります。

最適な設定:



ユーザープロフィールを30、コンテンツプロフィールを70 (もしくは3と7)

サブ-サブカテゴリ【フォーミュラ1 (スポーツ > モータースポーツ)】もしくは【ビーチコーミング (トラベル > ロマンティックエスケープ)】

このレベルになるとコンテンツは非常に明確なテーマとユーザーの関心事を持っています。この時点で広告在庫をチェックすると、特定のオーディエンスに供給する為の適切な在庫量が不足している事に気づくかもしれません。ユーザープロフィールは以前に見たページに関連するような、コンテンツプロフィールをバックアップするために使用されます。

最適な設定:



ユーザープロフィールを50、コンテンツプロフィールを100 (もしくは5と10)

サブ-サブ-サブカテゴリ【ライブタイミング (スポーツ > モータースポーツ> フォーミュラ1)】もしくは【オセアニア (トラベル > ロマンティックエスケープ> ビーチコーミング)】

このレベルでのコンテンツは、非常に明確かつクリアにユーザーの関心事やテーマについて表しています。一般的には、広告スペースにはこの特定のユーザーをターゲットにした適切な量の広告在庫が不足しています。そこで、ユーザープロフィールは以前に見たページに関連するような、コンテンツプロフィールをバックアップするために使用されます。ここで設定する双方のバランスは配信する広告の在庫量にも関連しています。ユーザープロフィールを多くして「フォールバック」として安全策を取る事で、高いレベルのトピック消費履歴の利用パターンを活用でき、広告在庫量を再び拡張させることができます。

最適な設定:



ユーザープロフィールを80、コンテンツプロフィールを50 (もしくは8と5)  
もし、特定のユーザーをターゲットした広告が多くある場合は、コンテンツプロフィールをもっと多めにしてください。

まとめ:

イントロダクション部分で述べたように、最適なマッチング設定というのではありません。運用には多くの要素があります。コンテンツプロフィールはコンテキストが明確なので中位から下位のコンテンツには優れていますが、あまりシャープなものではありません。一方で、ユーザープロフィールはコンテンツが非常に上位でも非常に下位でも優れていますが、階層の間でも有効です。

## 収益分配のコンセプト

Cxense Advertising の収益分配機能に関連した専門用語とコンセプト

ブローカーは、サイト運営者への収益配分とブローカーへの収益配分を設定することができます。

収益分配機能の基本

次の図はCxenseAdvertisingにおける収益分配の例です。

## 収益分配の比較

### 広告収入のトータル

\$100 (\$99 請求可能, \$1 予算超過)

ブローカーへの分配率 @ 20%

管理コストへの分配率 @ 10%

サイト運営者の収益 @ 40%

ブローカーの収益 @ 60%

### 全体 (予算超過分含む)

|           |                            |
|-----------|----------------------------|
| 広告収入      | \$100                      |
| 管理者への分配   | \$20 = \$100 x 20%         |
| 管理費用      | \$8 = (\$100 - \$20) x 10% |
| 収益        | \$72 = \$100 - \$20 - \$8  |
| サイト運営者の収益 | \$28.80 = \$72 x 40%       |
| ブローカーの収益  | \$43.20 = \$72 - \$28.80   |



### 請求可能 (予算超過分含まず)

|           |                                   |
|-----------|-----------------------------------|
| 広告収入      | \$99                              |
| 管理者への分配   | \$19.80 = \$99 x 20%              |
| 管理費用      | \$7.92 = (\$99 - \$19.80) x 10%   |
| 収益        | \$71.28 = \$99 - \$19.80 - \$7.92 |
| サイト運営者の収益 | \$28.51 = \$71.28 x 40%           |
| ブローカーの収益  | \$42.77 = \$71.28 - \$28.51       |



下記の用語は、収益分配を理解する上で重要なものです。

| 用語          | 詳細   | 計算式                              | 単位 |
|-------------|--|----------------------------------|----|
| 広告収入        | 広告主が広告配信を行うことによって支払う費用<br>(インプレッションやクリックで発生するもの等)      | -                                | 通貨 |
| 請求可能な広告収入   | 予算超過分を含まない広告収入費  | -                                | 通貨 |
| トータルの広告収入   | 予算超過分を含む広告収入費  | -                                | 通貨 |
| 管理者への分配率    | 広告ネットワーク/ブローカーの管理コスト。広告収入の割合を設定。この割合は広告ネットワークの中で共通の設定。 | -                                | %  |
| 管理費用        | システム管理に対する費用   | 「広告収入」×「管理者への分配率」                | 通貨 |
| 管理コストの割合    | 広告収入の割合 - ビジネスオーナーによって設定される管理費用の割合。                    | -                                | %  |
| 管理コスト       | 広告商品の管理に対する費用  | (「広告収入」 - 「管理費用」) × 広告商品管理コストの割合 | 通貨 |
| 収益          | 収益   | 「広告収入」 - 「管理費用」 - 広告商品の管理コスト     | 通貨 |
| サイト運営者への分配率 | サイト運営者に配分される収益の割合。広告スペース毎にブローカーが設定                     | -                                | %  |
| サイト運営者の収益   | サイト運営者へ分配される収益   | 「収益」×「サイト運営者への分配率」               | 通貨 |

|          |                     |                  |    |
|----------|---------------------|------------------|----|
| ブローカーの収益 | サイト運営者の収益が計算された後の残額 | 「収益」-「サイト運営者の収益」 | 通貨 |
|----------|---------------------|------------------|----|

#### 予算超過

予算超過は広告主が設定した予算を消化しきった時に発生します。予算が切れる前に配信している広告を予算が切れた後にクリックすると予算超過となります。Cxense

Advertising では、広告主の予算をすべて使い果たせるように配信しようとする。積極的に広告主の予算をすべて消費しようとする、予算超過が発生しやすい傾向になります。現在Cxense

Advertisingをお使いの広告主からの広告収入の0.01%が予算超過としてカウントされています。この予算超過分は広告主に対して請求しません。

予算超過に対して、レポート内で下記の2項目を提供しています。

- トータル(レポートの項目名に(予算超過分含む)を含む): この値は予算超過を含みます。
- 請求可能(レポートの項目名に 上記の文字列を含まない項目): この値は予算超過を含みません。

ブローカーは、サイト運営者に対してレポートのどの列を見せるかを定めることができます。例えば、ブローカーはサイト収益(予算超過分含む)かサイト収益のどちらのレポート項目をみせるか選択することができます。どちらの項目を表示することも許可していますが、推奨はいたしません。ロール毎に表示する収益分配に関する列を設定することは、ブローカーの責任となります。この機能を使用するための方法は、[レポートの表示列設定](#)をご参照下さい。

#### レポートで使われる項目名

レポートで表示される項目名は、[ローカライズリソースの管理](#)で制御しています。この初期値は、システム全体で定義されていますが、これを変更することも可能です。また、それぞれのブローカー毎に [レポートの表示列設定](#) の機能を利用することによって、どのロールにどの列を表示するかを設定することができます。

#### その他の情報

収益分配の設定方法は、[収益の分配管理](#)と [標準の収益分配率の設定](#)もご参照下さい。また、[レポートの表示列設定](#) もご参照下さい。

## 特定の広告主のブロック

サイト運営者は、広告スペース内で表示される特定の広告をブロックすることができます。

⊙ 広告のブロック条件
⚙️

1 個のサイトが追加されました。
✕

サイト \*

サイトの追加

2 個のサイトをブロック

| サイト               | アクション |
|-------------------|-------|
| cxensebrack.co.jp | ✕     |
| example.com       | ✕     |

サイト運営者は、広告のブロック機能を利用して、その広告スペースに指定した広告を配信することを防ぎます。広告のブロック機能は、サイト運営者タブをクリックした後、それぞれのサイト運営者フォルダや広告スペースで設定可能です。ブロックしたい広告主のドメインURLを上記の「サイト」に追加して下さい。そうすれば、この広告スペースでは、そのドメインが到達URLに含まれる広告主の広告は配信されません。ここで設定するドメインが、到達URLに含まれている(部分一致)場合ブロックします。

例えば、ある広告の到達URLが'http://www.shonkyadvertiser.com/buythings/'の場合に、'shonkyadvertiser.com'をブロックすることで、この広告はブロックされます。comやjpなどでブロックすることもできます。ただし、影響範囲が大きくなりますので、ご利用する際には注意して下さい。

広告のブロック機能は、直接広告スペースで行う方法とサイト運営者フォルダに対して設定する方法の2つがあります。

特定の広告スペースの場合には前者を利用します。サイト運営者フォルダ内の全ての広告スペースに設定する場合には、後者で設定をすることでより少ない工数で簡単に設定が可能です。

サイト運営者フォルダーと広告スペースに別々のドメインを指定した場合には、広告スペースは設定したドメインとサイト運営者フォルダーのブロック設定両方が設定されます。

以下は広告主のブロックについてのサンプルです。

- A) クリエイティブの到達url = yahoo.com
- B) クリエイティブの到達url = google.com
- C) この広告スペースは yahoo.comをブロックしました。
- D) この広告スペースは 何もブロックしていません。

この場合D)の広告スペースはA)とB)のクリエイティブを表示する事が出来ます。  
しかし、C)の広告スペースは "yahoo.com"をブロックしているのでB)のクリエイティブしか表示されません。

なお、サイト運営者のサイトURL自体は広告主のブロックに関与しません。  
サイト運営者のURLはgoogle.com、pengos.se、yahoo.com等のドメインである可能性もあります。  
ブロックの設定はあくまで広告スペースに関係します。  
その為、上記シナリオの例で言えばC)とD)の広告スペースはyahoo.comドメイン上に設置した場合には問題なく動作します。  
ただし、C)の広告スペースでは、到達URLを"yahoo.com"ドメインに設定しているクリエイティブはブロックされます。

## ビジネスオーナー

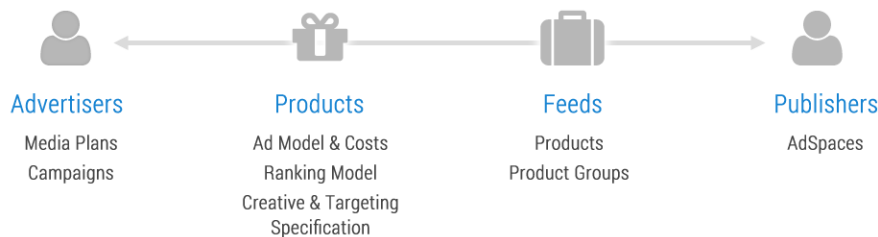
広告商品設定と配信規則を組み合わせることにより、広告在庫を管理することが出来ます。

### メニューの確認方法

メインナビゲーションから、「ビジネスオーナー」を選択して下さい。

- [メニューの確認方法](#)
- [広告商品](#)
- [配信規則](#)

## Inventory Management



## 広告商品

広告商品は、広告主により設定された以下の条件により決定されます。

- 広告主の広告が表示される場所
- 使用される課金モデル(広告タイプ)
- ターゲティング条件
- クリエイティブ設定

[「広告商品」の詳細を見る](#)

## 配信規則

配信規則により、シンプルに広告スペースへの割り当てを行うことが出来ます。  
配信規則は広告スペースと広告商品をマッピングして広告在庫を定義するため、広告スペースを直接編集する必要はありません。こ

[「配信規則」の詳細を見る](#)

## 配信規則

配信規則は、サイト運営者に広告商品をグルーピングして提供する機能です。広告スペースには、配信規則に設定されている広告商品を利用し作成されているキャンペーンの広告が配信されます。

### 手順

ビジネスオーナータブを選択します。その後、左側のメニューから「配信規則」を選択します。

- 手順
- 概要
  - 配信規則の設定
  - 配信規則の更新
  - 広告商品グループ
    - 広告配信への影響

### 概要

配信規則は、広告スペースと広告が入稿されている広告商品の紐付けを行っています。もし、複数の広告スペースに配信する広告商品を追加したい場合には、ビジネスオーナーは、それぞれの広告スペースにひも付けされている配信規則にその広告商品を追加します。この機能により、各広告スペース毎に設定を追加する必要がありません。

配信規則には、1つ以上の広告商品がグループ化されています。配信規則の概要ページでは、ひも付けされている広告商品を商品タイプなどと共にリスト表示できます。また、サイト運営者が、この配信規則を参照できるかどうかの設定が表示されます。

この広告商品を利用している広告スペース

| 広告スペース       | サイト運営者フォルダー | ワークスペース   | ユーザープロフィールの重み | コンテンツプロフィールの重み |
|--------------|-------------|-----------|---------------|----------------|
| CPMTEST01    | msh         | jp_broker | 0             | 0              |
| テストフィールドスペース | TestWEB     | jp_broker | 0             | 0              |

### 配信規則の設定

CXENSE ADVERTISING ダッシュボード 広告主 サイト運営者 **ビジネスオーナー** レポート ファイナンス 管理 jp\_admin | サインアウト

ビジネスオーナー / 配信規則 / Feed (CPCテスト)

### Feed (CPCテスト) アクション

概要  
設定  
広告商品

参照可能なロール \*

- サイト運営者用アカウントマネージャー
- セルフサービスのサイト運営者

レスポンスデータの拡張

- なし
- オークションデータ (入札額とCTRとランクです)
- 管理手数料の差引後のオークションコスト
- 管理手数料とサイト運営者手数料の差引後のオークションコスト

追加の広告サーバーのデータは、フィードを購入した全ての広告スペースにレスポンスした全データを追加できます。フィードの詳細については、以下を参照ください。 <https://wiki.cxense.com/display/cust/Feeds>

| フィールド名      | 概要  |
|-------------|---|
| 参照可能なロール    | 広告スペースにこの配信規則を設定できるサイト運営者のロール   |
| レスポンスデータの拡張 | この配信規則を利用して、広告が配信された時、広告サーバーのレスポンスにメタデータを追加付与して返します。これは、デバック用の設定となりますので、大抵の場合、この設定は必要ありません。 |

### 配信規則の更新

広告商品を追加することで、その広告商品をドラッグ&ドロップして、広告商品グループ間で優先度を設定したり削除することができます。この設定は、即時反映されます。

#### 新しいIPベースの地域ターゲティング用の広告商品を追加したい場合

既存の配信規則に新規作成した広告商品を追加するだけです。既存の配信規則を利用している全ての広告スペースに配信が始まります。

#### 特定の広告商品の優先度を上げる場合

新しい広告商品グループを作成し、優先度が最も高い広告商品グループに特定の広告商品をドラッグ&ドロップします。

| レスポンスデータの拡張   | 概要                        |
|---|---------------------------|
| A blind auction   | オークションでの入札価格              |
| Auction Data (Bid, CTR and Rank)  | オークションでの入札価格・CTR・ランク      |
| Auction costs after deduction of administration fees                          | 管理料が控除されたオークション入札価格       |
| Auction costs after deduction of administration and publisher commission fees | 管理料と契約手数料が控除されたオークション入札価格 |

### 広告商品グループ

配信規則には、広告商品グループが設定されます。広告商品グループには、1つ以上の広告商品が設定されます。各広告商品グループごとに優先度が設定されます。

## 配信規則テスト

アクション

概要

広告商品

広告商品の追加

広告商品グループの追加

設定

広告商品

広告商品グループ：優先度 1

| 名前                            | ステータス | タイプ | クリエイティブ | ターゲティング条件 | クリエイティブのサイズ | 管理 |
|-------------------------------|-------|-----|---------|-----------|-------------|----|
| この広告商品グループに設定されている広告商品はありません。 |       |     |         |           |             |    |

広告商品グループ：優先度 2

| 名前                            | ステータス | タイプ | クリエイティブ | ターゲティング条件 | クリエイティブのサイズ | 管理 |
|-------------------------------|-------|-----|---------|-----------|-------------|----|
| この広告商品グループに設定されている広告商品はありません。 |       |     |         |           |             |    |

広告商品グループ：優先度 3

| 名前                            | ステータス | タイプ | クリエイティブ | ターゲティング条件 | クリエイティブのサイズ | 管理 |
|-------------------------------|-------|-----|---------|-----------|-------------|----|
| この広告商品グループに設定されている広告商品はありません。 |       |     |         |           |             |    |

広告商品に設定されている「広告の優先度」に応じて、同じ広告商品グループに設定できるかどうかの制限があります。

参考: 広告選択方式(ランキングモデル)

| 広告商品グループ | 広告の優先度                          |
|----------|---------------------------------|
| ランダム     | ナチュラル<br>ランダム<br>ランダム+CTR+条件適合度 |
| 入札順      | 入札額                             |
| CPM順     | ランダム+配信レート<br>ランダム+配信レート+条件適合度  |
| 変動成果型順   | 入札額+CTR<br>入札額+CTR+地域           |

広告商品を追加すると、互換性のある課金モデルや広告の優先度の設定に応じて自動でグループ化されます。

## \*\*\*テストフィード

アクション

概要

広告商品

広告商品の追加

広告商品グループの追加

設定

広告商品

広告商品グループ：優先度 1 (ランダム)

| 名前        | ステータス | タイプ         | クリエイティブ | ターゲティング条件 | クリエイティブのサイズ | 管理 |
|-----------|-------|-------------|---------|-----------|-------------|----|
| CPMTest01 | 配信中   | インプレッション課金型 |         | A         | 300x250     |    |

広告商品グループ：優先度 2 (入札順)

| 名前           | ステータス | タイプ     | クリエイティブ | ターゲティング条件 | クリエイティブのサイズ      | 管理 |
|--------------|-------|---------|---------|-----------|------------------|----|
| MultiTestMsr | 配信中   | クリック課金型 |         | -         | 244x165, 600x120 |    |
| 300x250テキスト  | 配信中   | クリック課金型 |         | A         | 300x250          |    |

広告商品グループ：優先度 3 (入札順)

| 名前           | ステータス | タイプ     | クリエイティブ | ターゲティング条件 | クリエイティブのサイズ                 | 管理 |
|--------------|-------|---------|---------|-----------|-----------------------------|----|
| 300x250 イメージ | 配信中   | クリック課金型 |         | A □ ◎     | 100x50, 250x250, 300x100... |    |

各広告商品は、広告商品グループに設定されている優先度に応じて、ドラッグ&ドロップにより並び替えすることができます。

| 広告商品                  |       |         |         |           |             |    |
|-----------------------|-------|---------|---------|-----------|-------------|----|
| 広告商品グループ: 優先度 1 (入札順) |       |         |         |           |             |    |
| 名前                    | ステータス | タイプ     | クリエイティブ | ターゲティング条件 | クリエイティブのサイズ | 管理 |
| 300x250テキスト           | 配信中   | クリック課金型 |         | A         | 300x250     |    |

| 広告商品グループ: 優先度 2 (入札順) |       |         |         |           |                             |    |
|-----------------------|-------|---------|---------|-----------|-----------------------------|----|
| 名前                    | ステータス | タイプ     | クリエイティブ | ターゲティング条件 | クリエイティブのサイズ                 | 管理 |
| 300x250 イメージ          | 配信中   | クリック課金型 |         | A □ ◎ ⊕   | 100x50, 250x250, 300x100... |    |

注意:新規で広告商品を追加した際には、自動的に「広告の優先度」に応じて、互換性のある最も高い優先度の広告商品グループに追加されます。ドラッグ&ドロップし、適切な場所に追加した広告商品を設定します。

## 広告配信への影響

広告商品グループは、優先度が設定されています。優先度順に広告をリクエストします。

## 広告商品

### Cxense

Advertising の広告商品で取り扱う広告のビジネスモデルを定義します。広告主は、広告商品を利用してキャンペーンを利用することができます。サイト運営者は、広告スペースに広告商品をアサインすることができます。これによって、該当の広告商品から広告の配信ができるようになります。

The screenshot shows the Cxense Advertising management interface. The 'CPC商品' (CPC Product) settings are displayed, including fields for name, status, type, and targeting conditions. The 'ターゲティング条件' (Targeting Conditions) section is expanded, showing options for keyword templates and text templates. The '配信規則' (Distribution Rules) section at the bottom provides a table of rules for the selected product.

| 名前             | ステータス | 広告商品タイプ                        | クリエイティブ | ターゲティング条件 | サイズ                         |
|----------------|-------|--------------------------------|---------|-----------|-----------------------------|
| Feed (CPCテキスト) | 配信中   | インプレッション課金制(CPM), クリック課金制(CPC) |         | A □ ◎ ⊕   | 100x50, 250x250, 300x100... |

次の表は、上図で表示している広告商品特有の設定の簡単な説明を記載しています。(ここでは、マッチングテンプレートとクリエイティブテンプレートに関しては、述べておりませんのでご注意ください。)

### クリック課金型(CPC)の設定

| フィールド名     | 説明  |
|------------|---|
| 名前         | 広告商品の名前を入力します。  |
| 公開手数料      | キャンペーンを公開する際に発生させる費用を入力します。キャンペーンを停止させた後に、公開させると再度この費用がかかります。 |
| 管理料        | 公開しているキャンペーンの管理のためにかかる費用を入力します。収益分配をサポートしております。               |
| 管理料の課金サイクル | 上記の管理料がどのタイミングで継続的に発生するかを設定します。                               |
| 広告サイズ      | 広告のサイズを選択します。   |

|         |  |
|---------|--|
| 課金モデル   | どのような課金方式にするかを選択します。   |
| 最低入札額   | この広告商品を利用したキャンペーンの中での最低入札額となります。広告主はこの設定額以上でなければ入札できません。   |
| 広告選択方式  | どの広告を配信するか決めるための方式を設定します。  |
| 稼働開始日   | この広告商品での広告配信の開始日を設定します。販売開始日をこの時間よりも前に設定することで事前に広告主は入稿作業や公開処理を行うことができます。   |
| 稼働終了日   | この広告商品での広告配信の終了日を設定します。  |
| URL の検証 | 到達URLの検証を行います。もし、ここで、' <a href="http://example.com">http://example.com</a> 'を設定する場合には、全ての広告の到達URLは、' <a href="http://example/com">http://example/com</a> 'から始まる必要があります。例としては、 <a href="http://example.com/my-destination-url.html">http://example.com/my-destination-url.html</a> です。もし、設定したドメインが到達URLにない場合には、そのクリエイティブは保存できません。 |
| アクセスの制限 | 各ロール毎にこの広告商品を利用することができるかどうかの設定を行うことができます。  |

#### インプレッション課金型(CPM)の設定

| フィールド名        | 説明   |
|---------------|--|
| 名前            | 広告商品の名前を入力します。   |
| 契約手数料         | キャンペーンの契約時に発生させる費用を入力します。  |
| 1,000インプの掲載単価 | 1000回の広告配信を行うのにかかる費用です。  |
| 広告サイズ         | 広告のサイズを選択します。  |
| 広告選択方式        | どの広告を配信するか決めるための方式を設定します。  |
| 稼働開始日         | この広告商品での広告配信の開始日を設定します。販売開始日をこの時間よりも前に設定することで事前に広告主は入稿作業や公開処理を行うことができます。   |
| 稼働終了日         | この広告商品での広告配信の終了日を設定します。  |
| URL の検証       | 到達URLの検証を行います。もし、ここで、' <a href="http://example.com">http://example.com</a> 'を設定する場合には、全ての広告の到達URLは、' <a href="http://example/com">http://example/com</a> 'から始まる必要があります。例としては、 <a href="http://example.com/my-destination-url.html">http://example.com/my-destination-url.html</a> です。もし、設定したドメインが到達URLにない場合には、そのクリエイティブは保存できません。 |
| アクセスの制限       | 各ロール毎にこの広告商品を利用することができるかどうかの設定を行うことができます。  |

#### 掲載期間保証型の設定

| フィールド名 | 説明  |
|--------|---|
| 名前     | 広告商品の名前を入力します。  |
| 契約手数料  | キャンペーン中で契約する毎に発生する手数料です。                              |
| 掲載単価   | 期間毎の掲載単価です。   |
| 期間     | 毎日、毎週、毎月から選択します。                                      |
| スロット   | 広告のスロットの数です。8スロットを選択した場合は、指定した期間の1/8のインプレッションを受け取ります。 |

|         |  |
|---------|--|
| 広告サイズ   | 広告のサイズを選択します。  |
| 広告選択方式  | どの広告を配信するか決めるための方式を設定します。  |
| 契約タイプ   | 「期間」もしくは、「マッチング条件と期間の組み合わせ」から選択します。  |
| タイムゾーン  | 全ての広告の契約と配信は、このタイムゾーンをもとで管理されます。   |
| 稼働開始日   | この広告商品での広告配信の開始日を設定します。販売開始日をこの時間よりも前に設定することで事前に広告主は入稿作業や公開処理を行うことができます。   |
| 稼働終了日   | この広告商品での広告配信の終了日を設定します。  |
| URL の検証 | 到達URLの検証を行います。もし、ここで、' <a href="http://example.com">http://example.com</a> 'を設定する場合には、全ての広告の到達URLは、' <a href="http://example.com">http://example.com</a> 'から始まる必要があります。例としては、' <a href="http://example.com/my-destination-url.html">http://example.com/my-destination-url.html</a> 'です。もし、設定したドメインが到達URLにない場合には、そのクリエイティブは保存できません。 |
| アクセスの制限 | 各ロール毎にこの広告商品を利用することができるかどうかの設定を行うことができます。  |

#### 広告主向け設定

| フィールド名 | 説明   |
|--------|--|
| 広告主に公開 | 広告商品が広告主に対して購入可能にするかどうかを設定します。 - チェックしない場合、広告主は、キャンペーン作成画面でこの広告商品が表示されません。                           |
| 販売開始日  | 広告商品の購入可能の開始日付、時刻を設定します。この設定を利用して、販売開始前に未来の日付の広告商品を広告主に過剰供給することができます。                                |
| 販売終了日  | 広告商品の購入可能の終了日付、時刻を設定します。この設定に未来の日付を定義することにより、一例として、"クリスマス限定広告"の販売を行うことができます。                         |
| 説明     | 広告主が広告商品を購入するときに、説明文が表示されます。 - 広告商品の主な違いとなる機能を説明してください。例えば、広告の表示場所、期待するインプレッション数、オーディエンスのデモグラフィックなど。 |

広告商品の管理について、さらに詳しい情報は、[マッチングテンプレート](#) や [クリエイティブテンプレート](#) を参照ください。

#### よくあるお問い合わせ

| 広告商品   |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>各広告商品タイプでの利用可能な設定</li> <li>広告配信の重複排除</li> <li>有効範囲とは</li> </ul> |

#### 課金モデル

課金モデルで、クリックなどのイベント毎に広告主に請求する課金の計算方式を設定します。これは、クリック課金型(CPC)で利用されます。

インプレッション課金型(CPM)や掲載期間保証型は、掲載単価で課金しますので、課金モデルの設定はありません。



課金モデルは、公開手数料や契約手数料や管理料とは関係ありません。公開手数料や契約手数料、管理料は、どの広告商品のタイプでも設定して課金することができます。

## サポートする課金モデル

### 無料型

インプレッションやクリックに対して課金しません。

### 固定成果型

変動成果型と同様に、順位を保つためのコストがCTRやクオリティーによって算出されます。

しかし重要な違いはCTRが競合する下位の広告よりもCTRが高い場合です。この場合、標準のモデル(変動成果型)では競合よりも少ないコストとなりますが、このモデルでは少なくとも1円以上高いコストとなります。

例:

シナリオ1 同じキーワードで下記の入札額を設定

広告A: 200円, 予測CTR 3%

広告B: 150円, 予測CTR 1%

最低入札金額: 100円

オークションの結果:

結果は常に同じで、広告主Aが1位、Bが2位となります。

課金

広告Bは最低入札金額100円が課金されます。

広告Aのコストは  $150円 \times 1\% / 3\% = 50円$  ⇒ しかしこれは広告Bのコストよりも低いので、Bコストの100円に+1円として101円とします。

シナリオ2 同じキーワードで下記の入札額を設定

広告A: 500円, 予測CTR 1%

広告B: 100円, 予測CTR 2%

最低入札金額: 50円

オークションの結果:

結果は常に同じで、広告主Aが1位、Bが2位となります。

課金

広告Bは最低入札金額50円が課金されます。

広告Aのコストは  $100円 \times 2\% / 1\% + 1円 = 201円$

### 変動成果型

CTRやクオリティーをベースに算出されます。

課金額は、"最低入札額"から"入札額"の範囲で変動します。入札額や次点の広告のCTRとの差などが影響します。

例:

シナリオ 1

広告主A: 200円

広告主B: 150円

課金例(次点のCTRと差などで変動)

広告主A: 180円 (150円~200円で変動)

広告主B: 150円 (150円)



広告主Aは、CTRやクオリティーによって、最大で入札額の200円が課金される可能性があります。

### 入札額固定型

設定された入札額が課金額となります。

例:

|           |
|-----------|
| シナリオ 1    |
| 広告主A:200円 |
|           |
| 広告主B:150円 |
|           |
| 課金        |
|           |
| 広告主A:200円 |
|           |
| 広告主B:150円 |

## クリエイティブテンプレート

クリエイティブテンプレートは、広告商品毎に設定します。これにより、広告主が利用できるクリエイティブの定義をカスタマイズできます。

クリエイティブテンプレートは6種類のテンプレートがあります。

- テキストテンプレート
- イメージテンプレート
- コンボクリエイティブテンプレート
- Flashテンプレート
- サードパーティテンプレート
- ビデオテンプレート

それぞれのテンプレートは、設定すべき項目が異なります。広告商品毎に異なる広告フォーマットで入稿できるように、複数のクリエイティブテンプレートを広告商品に追加することができます。すべての広告商品は、必ず1つ以上のクリエイティブテンプレートが必要です。

### 広告サイズ

広告商品は、ウェブページやデジタルインタフェースの広告の表示を単純にするため単一の広告サイズで作成されます。広告のユニットや個々のサイズについて詳しい情報は、[広告サイズ](#)をご参照ください。


### コンボテンプレート

コンボクリエイティブテンプレートは、イメージとテキストフィールドの組み合わせを利用したカスタムクリエイティブの作成機能を提供します。

HTML言語を利用して、すべてのクリエイティブの表示が同じ広告フィード/広告商品に対してカスタマイズができます。

### 設定

| タイプ               | 制約フィールド  |
|-------------------|--|
| テキスト              | ラベル, 最小 / 最大文字列                                  |
| イメージ              | イメージのサイズ、最大ファイルサイズ、有効なファイルフォーマット (JPG, PNG, GIF) |
| Flash             | Flash サイズ、最大ファイルサイズ、Flashのバージョン、フレームレート          |
| インプレッショントラッキングURL | なし   |

 すべてのフィールドは、必要に応じて必須フィールドにすることができます。

### コンボクリエイティブテンプレート

#### コンボのテンプレート - コンボクリエイティブ テンプレート

テンプレート名 \*

有効範囲 \*  キャンペーン  
 広告

クリエイティブサイズ (幅 x 高さ) \*

インプレッショントラッキング URL  非表示  必須項目  オプション項目

[テキスト定義の追加](#) | [イメージ定義の追加](#) | [Flash定義の追加](#)

| タイプ   | ラベル                                   | 条件  | 必須   |
|-------|---------------------------------------|---|--|
| テキスト  | <input type="text" value="コンボテキスト"/>  | 最小 <input type="text" value="1"/><br>最大 <input type="text" value="200"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| イメージ  | <input type="text" value="コンボイメージ"/>  | クリエイティブサイズ (幅 x 高さ) * <input type="text" value="300"/> <input type="text" value="250"/><br>最大ファイルサイズ * <input type="text" value="500"/><br>フォーマット * <input checked="" type="checkbox"/> JPEG<br><input checked="" type="checkbox"/> GIF/Animated GIF<br><input checked="" type="checkbox"/> PNG | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |
| Flash | <input type="text" value="コンボフラッシュ"/> | クリエイティブサイズ (幅 x 高さ) * <input type="text" value="180"/> <input type="text" value="50"/><br>最大ファイルサイズ * <input type="text" value="500"/><br>Flashのバージョン * <input type="text" value="バージョン 5 以上"/><br>フレームレート * <input type="text" value="120fps 以下"/>   | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>            |

ビジネスオーナーは、テキスト、イメージ、あるいはflashフィールドをいくつでも追加することができます。

#### 設定済みコンボクリエイティブテンプレートの一例

##### コンボのテンプレート - コンボクリエイティブ テンプレート

有効範囲 広告

設定値 表示されるクリエイティブのサイズは、500 x 500 となります。

| タイプ   | ラベル      | 条件   |         |
|-------|----------|--|---------|
| テキスト  | コンボテキスト  | 長さ: 1 - 200 文字 (注意: 全角は2文字とカウント)                                   | オプション項目 |
| イメージ  | コンボイメージ  | "300 x 250px, 最大 500kb"<br>JPEG, GIF/Animated GIF, PNG             | オプション項目 |
| Flash | コンボフラッシュ | "180 x 50px, 最大 500kb"<br>Flash のバージョン: 5 以上<br>最大フレームレート: 120 fps | オプション項目 |

#### インプリメンテーション

コンボクリエイティブを利用した広告は、XMLを送信します。よって、広告スペースは、XMLを解釈して、必要に応じた適切なHTML/CSSのマークアップを行う必要があります。

下記の2つの例は、同じクリエイティブを利用して表示しています。



タイトル  
説明分のサンプル



Flashテンプレート

Flash テンプレートは、特定の広告商品に対してFlash広告の有効な設定を指定します。

ビジネスオーナーは、必須フィールド、文字列の長さ、イメージバックアップオプションの設定が行えます。

標準テンプレートの設定

## Flashのテンプレート - Flash クリエイティブ テンプレート

テンプレート名 \*

有効範囲 \*  キャンペーン  
 広告

クリエイティブサイズ (幅 x 高さ) \*

ファイルサイズ \*

Flashのバージョン \*

フレームレート \*

フォーマット \*  JPEG  
 GIF/Animated GIF  
 PNG

説明  非表示  必須項目  オプション項目

最小

最大

到達URL \* 最小

最大

インプレッショントラッキング URL  非表示  必須項目  オプション項目

それぞれのテンプレートは、広告商品とテンプレートの管理を容易にするために標準の設定を持っています。追加の設定をそれぞれの広告商品に対する特定の広告配信要件を定義することもできます。

Flashクリエイティブを広告商品に設定する際の画面が左のものになります。

下の表でそれぞれ設定項目について解説します。

フィールドの非表示、必須項目、オプションについては下記で説明します。

- 非表示: このフィールドは提供されません。
- 必須項目: フィールドが提供されます。このフィールドを埋めないとクリエイティブの保存が出来ません。
- オプション: フィールドは提供されますが、埋めても埋めなくてもクリエイティブの保存が可能です。

|                    |   |
|--------------------|---|
| テンプレート名            | 複数のFLASHテンプレートが存在する場合、クリエイティブ追加時にタブに設定したテンプレート名が明示されます。 |
| 有効範囲               | キャンペーン下、広告グループ下でクリエイティブの有効範囲を設定出来ます。                    |
| クリエイティブサイズ (W x H) | 広告スペースの大きさに合わせるため、FLASHファイルのサイズを設定します。                  |

|                   |   |
|-------------------|---|
| ファイルサイズ(KB)       | アップロード可能な最大のサイズ(単位:キロバイト)です。<br>最大サイズが大きくなるとページのロード時間に影響します。<br>IABで定められたガイドラインの参照はこちら。                         |
| flashのバージョン       | 許可するFlashファイルのバージョンを指定します。( 5+, 6+, 7+, 8+, 9+, 10+のいずれか)   |
| フレームレート           | アップロードされるFlashファイルはこの値より低い値を要求されます。<br>高フレームレートは、CPUを要求するため、サイト運営者はフレームレートの制限を要求する場合があります。(オプション >15, あるいは >30) |
| フォーマット            | エンドユーザーのブラウザおよびデジタルデバイスがFlashをサポートしていないときに利用されます。<br>3つのイメージタイプ (jpg, gif, そして png)を含むオプションを決定できます。             |
| 説明                | これは、イメージのaltテキストに利用されます。Altテキストの範囲の指定と必須フィールドにするかどうかを指定します  |
| 到達URL             | Flashクリエイティブに埋め込むリンクの到達点です。   |
| インプレッショントラッキングURL | 詳細については <a href="#">第三者配信クリエイティブ</a> を参考にして下さい。   |

## HTML 5 Template



HTML 5 Templates are used to define properties for HTML 5 Creatives.

- Editing template details
  - Updating existing templates
    - Types of changes that generally succeed
    - Types of changes that usually fail

### Editing template details

## Html5 Creative Template

**Template Name \***

**Scope \***  Campaign  
 Advertisement

**Restrict access**

**Dimensions (W x H) \***

**Destination URL \*** **Min**   
**Max**

**Impression-Tracking URL**  **Hidden**  **Mandatory**  **Optional**

When adding a new template for a [HTML 5 Creative](#) a form similar to the one above will be displayed. Each field available is described in the table below.

For fields that show options for Hidden, Mandatory, Optional the effect of selection is the same and is described below

- Hidden: This will not present the field for collection.
- Mandatory: The field will be presented and must be filled in for the creative to be saved.
- Optional: The field will be presented, but does not have to be entered.

|                    |   |
|--------------------|---|
| Template Name      | When multiple templates are added against the one product this name will be displayed in the tab shown to the person adding a Third-Party Creative feature.   |
| Scope              | Check whether to allow collection at a Campaign and/or Advertisement level.   |
| Dimensions (W x H) | The width and height that all content will be displayed within.<br>It will be used by the AdServer to determine suitability for presentation against an <a href="#">AdSpace</a> .<br>Careful consideration should be taken here to ensure that the fields and amount of text able to be collected will fit in these dimensions. |
| Destination URL    | The URL that the user clicking on the creative will be eventually taken to.<br>This may have additional query-string parameters allowing deep linking into your target site.  |

## Impression-Tracking URL

For more details please see the [impression-tracking URL](#) page.

Do note, however, that it shouldn't be necessary for there to be a separate impression-tracking URL for an ad that comes from the same third-party service, i.e. if there's an ad from DoubleClick being used, a separate impression-tracking URL from DoubleClick should not be necessary.

## Updating existing templates

At any time you are able to update existing templates. When saving we check existing HTML 5 Creative features that are saved against this template. If the changes cause any existing features to become invalid the action is prevented.

### Types of changes that generally succeed

- Making a mandatory field optional
- Changing the template name

### Types of changes that usually fail

In some cases the following changes will save correctly depending on what is already in the system.

- Decreasing the length maximum or increasing the minimum
- Making a mandatory field hidden. There will be features in the system that have the detail populated so we can not ignore this data.

## イメージテンプレート

イメージテンプレートは、特定の広告商品に対してイメージ広告の有効な設定を指定します。

ビジネスオーナーは、必須フィールド、ファイルサイズ、長さ範囲の設定が行えます。

## 標準テンプレートの設定

## 🖼️ イメージのテンプレート - 300x250 イメージ

テンプレート名 \*

有効範囲 \*  キャンペーン  
 広告

クリエイティブサイズ (幅 x 高さ) \*

ファイルサイズ \*

フォーマット \*  JPEG  
 GIF/Animated GIF  
 PNG

説明  非表示  必須項目  オプション項目

最小

最大

到達URL \* 最小

最大

インプレッショントラッキング URL  非表示  必須項目  オプション項目

それぞれのテンプレートは、広告商品とテンプレートの管理を容易にするために標準の設定を持っています。追加の設定をそれぞれの広告商品に対する特定の広告配信要件を定義することもできます。

イメージクリエイティブを広告商品に設定する際の画面が左のものになります。

下の表でそれぞれ設定項目について解説します。

フィールドの非表示、必須項目、オプションについては下記で説明します。

- 非表示: このフィールドは提供されません。
- 必須項目: フィールドが提供されます。このフィールドを埋めないとクリエイティブの保存が出来ません。
- オプション: フィールドは提供されますが、埋めても埋めなくてもクリエイティブの保存が可能です。

|                    |  |
|--------------------|--|
| テンプレート名            | 複数のイメージテンプレートが存在する場合、クリエイティブ追加時にタブに設定したテンプレート名が明示されます。   |
| 有効範囲               | キャンペーン下、広告グループ下でクリエイティブの有効範囲を設定出来ます。                     |
| クリエイティブサイズ (W x H) | 広告スペースの大きさに合わせるため、イメージファイルのサイズを設定します。                    |
| ファイルサイズ(KB)        | アップロード可能な最大のサイズ(単位:キロバイト)です。最大サイズが大きくなるとページのロード時間に影響します。 |
| フォーマット             | 有効なフォーマットタイプを設定します。(jpg, gif, png)                       |

|                   |  |
|-------------------|--|
| 説明                | これは、イメージのaltテキストに利用されます。Altテキストの範囲の指定と必須フィールドにするかどうかを指定します |
| 到達URL             | イメージクリエイティブに埋め込むリンクの到達点です。                                 |
| インプレッショントラッキングURL | 詳細については <a href="#">第三者配信クリエイティブ</a> を参考にして下さい。            |

## テキストテンプレート

テキストテンプレートは、特定の広告商品に対してテキスト広告の有効な設定を指定します。

ビジネスオーナーは、必須フィールド、表示されるフィールド、それぞれの長さ範囲の設定が行えます。

### 標準テンプレートの設定

#### ☰ テキストのテンプレート - テキストクリエイティブテンプレート

テンプレート名 \*

有効範囲 \*  キャンペーン  
 広告

クリエイティブサイズ (幅 x 高さ) \*

タイトル  非表示  必須項目  オプション項目

最小

最大

テキスト本文  非表示  必須項目  オプション項目

最小

最大

下記の行数に固定:

下記の行数の範囲で任意:

最小

最大

表示URL  非表示  必須項目  オプション項目

最小

最大

到達URL \* 最小

最大

インプレッショントラッキング URL  非表示  必須項目  オプション項目

それぞれのテンプレートは、広告商品とテンプレートの管理を容易にするために標準の設定を持っています。追加の設定をそれぞれの広告商品に対する特定の広告配信要件を定義することもできます。



テキストクリエイティブテンプレートを設定する時は、**広告サイズ**に適合するテキストの仕様を良くテストし、確認した上で設定してください。

## タイトル

広告のタイトルフィールドです。標準では、タイトルは強調文字で表示されます。

## テキスト本文

行数(固定)

行数(任意)

## 表示URL

表示URL(エンドユーザーに表示されるURL)は、到達URL との一貫性のためにエディトリアルコントロールでのレビューの役立てることができます。

## 到達URL

エンドユーザーが広告をクリックしたときにアクセスする広告の到達URLです。

## その他のテンプレート設定オプション

### インプレッショントラッキングURL

サードパーティーシステムでもインプレッションを追跡するために、サードパーティーのインプレッショントラッキングURLをクリエイティブに追加することを許可します。

### サードパーティテンプレート



サードパーティテンプレートは、設定したキャンペーン・広告と同様に定義されます。現在サポートされている一覧は、[第三者配信クリエイティブ](#)をご参照下さい。

- 標準テンプレートの設定

## 標準テンプレートの設定

## ➡ 第三者配信 のテンプレート

テンプレート名 \*

有効範囲 \*  キャンペーン  
 広告グループ

アクセスの制限

クリエイティブサイズ (幅 x 高さ) \*

インプレッショントラッキング URL  非表示  必須項目  オプション項目

サポートしているサードパーティの広告プロバイダー

- AdBroker
- AdForm
- AD Generation - クリックトラッキング無し
- Adition
- Adjust - クリックトラッキング無し
- AdMotion
- AdTech
- AdVantage - クリックトラッキング無し
- Advertising.com - クリックトラッキング無し
- AppliPromotion - クリックトラッキング無し
- Atlas
- Bonet Banner Creator

新規作成する際は、第三者配信クリエイティブでサポートされたプロバイダーを選択することが出来ます。

- 非表示: このフィールドは提供されません。
- 必須項目: フィールドが提供されます。このフィールドを埋めないとクリエイティブの保存が出来ません。
- オプション: フィールドは提供されますが、埋めても埋めなくてもクリエイティブの保存が可能です。

|                    |  |
|--------------------|--|
| テンプレート名            | 複数のテンプレートが存在する場合、クリエイティブの追加時にタブ名として設定したテンプレート名が明示されます。 |
| 有効範囲               | キャンペーン下、広告グループ下でクリエイティブの有効範囲を設定出来ます。                   |
| フォーマット             | アップロード可能なビデオファイルのフォーマットを設定します。                         |
| クリエイティブサイズ (W x H) | 広告スペースの大きさに合わせるため、ビデオファイルのサイズを設定します。                   |
| 最大ファイルサイズ(MB)      | ビデオファイルの最大サイズをメガバイト単位で設定します。                           |
| 最長 (秒)             | 最大再生時間を秒単位で設定します。                                      |
| インプレッショントラッキングURL  | 詳細については <a href="#">第三者配信クリエイティブ</a> を参考にして下さい。        |

## ビデオテンプレート



ビデオクリエイティブはビデオ広告の埋め込みを可能にします。ビデオクリエイティブテンプレートでは、アップロードするビデオファイルに対しての詳細を設定します。動画プレイヤーは最も適したビデオ広告を選択し、表示するでしょう。

- テンプレートの詳細
- 設定後の画面
- 複数のテンプレートの追加

## テンプレートの詳細

### 🗒️ ビデオのテンプレート - ビデオクリエイティブ

テンプレート名 \*

有効範囲 \*  キャンペーン  
 広告

クリエイティブサイズ (幅 x 高さ) \*

最大ファイルサイズ (Mb) \*

最長 (秒) \*

フォーマット \*  MP4  
 OGG  
 WebM  
 MKV  
 FLV

到達URL \* 最小   
最大

インプレッショントラッキング URL  非表示  必須項目  オプション項目

ビデオクリエイティブを広告商品に設定する際の画面が左のものになります。

下の表でそれぞれ設定項目について解説します。

フィールドの非表示、必須項目、オプションについては下記で説明します。

- 非表示: このフィールドは提供されません。
- 必須項目: フィールドが提供されます。このフィールドを埋めないとクリエイティブの保存が出来ません。
- オプション: フィールドは提供されますが、埋めても埋めなくてもクリエイティブの保存が可能です。

|                    |   |
|--------------------|---|
| テンプレート名            | 複数のビデオテンプレートが存在する場合、クリエイティブの追加時にタブ名として設定したテンプレート名が明示されます。 |
| 有効範囲               | キャンペーン下、広告グループ下でクリエイティブの有効範囲を設定出来ます。                      |
| フォーマット             | アップロード可能なビデオファイルのフォーマットを設定します。                            |
| クリエイティブサイズ (W x H) | 広告スペースの大きさに合わせるため、ビデオファイルのサイズを設定します。                      |

|                   |   |
|-------------------|---|
| 最大ファイルサイズ(MB)     | ビデオファイルの最大サイズをメガバイト単位で設定します。                    |
| 最長 (秒)            | 最大再生時間を秒単位で設定します。                               |
| インプレッショントラッキングURL | 詳細については <a href="#">第三者配信クリエイティブ</a> を参考にして下さい。 |

設定後の画面

## 📺 ビデオのテンプレート - ビデオクリエイティブ

**有効範囲** 広告

**設定値** 入稿可能なファイルの制約：

- "250 x 250px, 最大 30 秒, 最大 10240KB"
- MP4, OGG, WebM, MKV, FLV

複数のテンプレートの追加

## 📺 ビデオのテンプレート - ビデオクリエイティブ

**有効範囲** 広告

**設定値** 入稿可能なファイルの制約：

- "250 x 250px, 最大 30 秒, 最大 10240KB"
- MP4, OGG, WebM, MKV, FLV

**到達URLは必須項目で1から200文字です。(注意：全角は2文字とカウント)**

## 📺 ビデオのテンプレート - ビデオクリエイティブ-スマホ

**有効範囲** 広告, キャンペーン

**設定値** 入稿可能なファイルの制約：

- "100 x 50px, 最大 10 秒, 最大 1024KB"
- MP4, OGG, WebM, MKV, FLV

**到達URLは必須項目で1から200文字です。(注意：全角は2文字とカウント)**

**インプレッション・トラッキング URLはオプション項目です。**

左の画像は広告商品に二つビデオクリエイティブが設定された際の画面になります。

それぞれのテンプレートで異なる構成を確認する事が出来ます。

- テンプレート名称が用途で異なります。
- 二つ目のテンプレートはインプレッショントラッキングURLがオプション項目になっています。
- 二つ目のテンプレートは有効範囲が広告グループとキャンペーンになっています。

## サードパーティJavaScriptタグ

Cxense Advertisingは、サードパーティ広告や別の広告サーバーからのリクエストをサポートしています。

JavaScriptを許可頂くだけで、簡単に機能を提供することを目的としています。

### タグの検証

基本的な構文のバリデーションの他に、プロダクション環境にて動作させて場合にエラーを検出するかを検証しています。

### レンダリング

クリエイティブは、タグを挿入したサイト又はクライアント設定によりレンダリング出来ない場合があります。

(例:フラッシュを許可しないサイト内でフラッシュ広告を表示する場合)

### 配信トラッキング

Cxense Advertisingに配信情報が返却された際に、インプレッションが登録されます。

但し、広告ブロックが有効になっている場合は正確にインプレッションの登録が出来ない場合があります。

### クリックトラッキング

Cxense Advertising内でのクリック数のカウントは、現在保証されていません。

### 外部ネットワーク

外部ネットワークを広告在庫とアクセスすることができます。

### 編集上の問題

クリエイティブに対して適切であるかの検証を行っていないため、成人向けコンテンツや過激なイメージなどが表示される可能性があります。

### 悪意ある広告

出版社様のサイトを経由した悪意ある広告についての問題が確認されています。

- [Malvertising](#)
- [NY Times discovered](#)
- [AdMonster's article.](#)

### XSS

XSSやクロスサイトスクリプティングは、(任意のJavaScriptをレンダリングするとき、あなたの出版社が予め対応していない場合は、外部のコードがホスティングサイトの権限で実行することを可能とし、クッキーを盗むために使用することができる脆弱性(ログイン日時等)があります。)別のドメインからのiframeで、それは簡単実行されます。

### データ漏洩

多くの機関は、広告サーバーとネットワークが構築され、出版社がキュレーションのプレミアムデータセットの代替を提供するために、独自のユーザーデータベースを構築する。たとえば、Googleのクッキーのガイドは、彼らのタグがクッキーのマッチングを実装する方法について説明します。

## 要約

Cxenseは、[透明性ガイドライン](#)及び[プライバシーポリシー](#)に則りサードパーティJavaScriptタグを提供します。

お問い合わせは、[support@piano.io](mailto:support@piano.io) までお願い致します。

## マッチングテンプレート

マッチングテンプレートは、それぞれの広告商品で広告主に対して有効なオーディエンスタージェティングのオプションを指定できるようにします。これを利用することで、ビジネスオーナーは、ユニークで、カスタマイズされたオーディエンスタージェティングを構築することができます。

それぞれのテンプレートは、広告主のターゲティング力を改善するための設定オプションを持っています。設定オプションを表示するためには、個々のマッチングテンプレートをご参照ください。

- **カテゴリーテンプレート** — カテゴリーテンプレートを広告主が利用可能になるように広告商品の編集で設定する事が可能です。この機能はCxense Insightと統合されています。
- **キーワードテンプレート** — キーワードテンプレートを利用すると、広告主がキーワードを利用してオーディエンスのターゲティングを行えるようになります。
  - **最低入札額** — 最低入札額は、広告商品の特定のキーワードに対して設定したり、広告商品全体のすべてのキーワードに対して適用させることもできます。
- **サイトターゲティングテンプレート** — 広告商品にサイトターゲティングテンプレートを追加すると、広告主が広告を配信するサイトの指定やブロックするサイトの指定が行えるようになります。
- **デバイステンプレート** — 広告商品にデバイスターゲティングテンプレートを追加すると、広告主が配信したいデバイスやOSの指定が行えるようになります。
- **リターゲティングテンプレート** — リターゲティングは、オーディエンスをターゲットすることができる1つの手段です。このページでは、ウェブサイトで特定の行動をとった訪問者に対して広告を表示するリターゲティングキャンペーンをどのように設定するかについて説明します。
- **位置情報テンプレート** — 広告商品の位置情報テンプレートを有効にすることで、広告主に対して緯度・経度情報を基にした地域指定を可能にします。
- **地域テンプレート** — 地域テンプレートを利用すると、広告主が地理情報を利用したオーディエンスのターゲティングが行えるようになります。ビジネスオーナーは、事前に地域情報をシステムに登録する必要があります。広告主は、その登録された情報を元にターゲティングを行うことが可能です。
- **広告スペーステンプレート** — 広告スペースターゲティングは、広告主に広告スペースを指定できるように許可します。広告主は、リストから広告スペース名を指定できます。
- **時間帯テンプレート** — 時間帯テンプレートを広告商品に追加すると、広告主が一日の中の特定の時間、週の中の特定の日や時間帯を選択して、広告を配信することができます。

## アクセス制限

広告商品に対してアクセス権限を設定することが出来ます。

### A キーワードのテンプレート - キーワードテンプレート



有効範囲 広告グループ

各キーワード毎の最低… 設定なし (設定の追加)

参照できる権限 すべて

(設定方法)

1. 「アクセス制限」にチェックを付けます。
2. 「参照できる権限」から付与したい役割を選択して下さい。

## A キーワードのテンプレート - キーワードテンプレート

テンプレート名 \*

有効範囲 \*  キャンペーン  
 広告グループ

アクセスの制限

参照できる権限  広告主用アカウントマネージャー  
 広告主用ヘルプデスク  
 代理店用ユーザー  
 ビジネスオーナー  
 広告主用参照ユーザー  
 セルフサービスの広告主  
 システム管理者

3.「保存」ボタンをクリックして下さい。

A キーワードのテンプレート - キーワードテンプレート

テンプレートの保存

有効範囲 広告グループ

各キーワード毎の最低… 設定なし (設定の追加)

参照できる権限 広告主用アカウントマネージャー, 広告主用ヘルプデスク

保存が完了すると、「参照できる権限」に選択した役割が表示されます。

以上です。

## 広告スペーステンプレート

広告スペースターゲティングは、広告主に広告スペースを指定できるように許可します。広告主は、リストから広告スペース名を指定できます。

### 広告商品での設定

下記の手順の通り、広告商品のマッチング条件の設定で、広告商品ターゲティングを追加します。

1. 「ビジネスオナ」タブにて、左メニューより「広告商品」を選択します。その後、広告スペースターゲティングを利用したい広告商品を選択します。
2. サイドバーより、「広告スペース」をクリックします。
3. 「テンプレート名」と「有効範囲」を入力し、「保存」をクリックします。

◎ 広告スペースのテンプレート

テンプレート名 \*   
有効範囲 \*  キャンペーン  
 広告

◎ 広告スペースのテンプレート - 広告スペース

テンプレートの保存

有効範囲 広告, キャンペーン

- 広告商品での設定

## カテゴリーテンプレート

カテゴリテンプレートを広告主が利用可能になるように広告商品の編集で設定する事が可能です。この機能はCxense Insightと統合されています。

## 広告商品の設定

カテゴリテンプレートの設定は、広告商品の定義に新しくドキュメントテンプレートを追加することにより行います。以下の手順にしたがって設定してください。

1. 広告主やパブリッシャーがカテゴリを指定できるように設定したい広告商品を選択します。
2. サイドバーから新しいテンプレートの追加のメニューを選択します。
3. フォームが表示されますので、名称とテンプレートのスコープを入力して保存します。

カテゴリテンプレート

カテゴリターゲティング機能は、準備ができていない場合があります。

キャンセル

カテゴリテンプレート - カテゴリテンプレート

カテゴリ テンプレート名 \* カテゴリ テンプレート

有効範囲 \*  全キャンペーン

広告主

保存

キャンセル

01. No configuration

02. With configuration

上記の画像は、広告商品にカテゴリテンプレートを追加するときに発生する状態をそれぞれ示しています：

- 01.こちらが表示された場合、カテゴリテンプレートを有効化する事が出来ません。Insightの[設定情報](#)ページをご参照の上、正常に設定が行われているか確認してください。
- 02.こちらは、広告商品に[カテゴリターゲティング](#)を追加した時に表示される画面になります。広告主に提供するにはこの項目で有効範囲を定めて保存してください。

実行後、広告主が入稿する際に利用出来るようになります。

- 広告商品の設定
- 広告スペースラベルとしてカテゴリを設定する

## 広告スペースラベルとしてカテゴリを設定する

### Cxense

Advertisingにおいてカテゴリを適用するユースケースの一つとして、広告スペースにラベル付けする方法としての使用することが挙げられます。広告スペースにラベル付けることにより、広告主は特定のラベルの付いた広告スペースをターゲットすることで特定のターゲットオーディエンスにリーチすることができます。

これを実装するための推奨設定方法は以下のとおりです：

1. 上記「[広告商品の設定](#)」に記載の手順にしたがって、カテゴリテンプレートを広告商品に追加します。
2. 広告スペースのラベル付けのための専用のタクソミーをCxense Insightに作成します。
3. 「[Insightの設定情報](#)」を参照し、タクソミーを有効化して保存します。



これにより、サイト運営者はタクソミーのエントリで広告スペースをラベル付けることが可能となり、広告主はそれを用いて特定カテゴリの広告スペースをターゲットした広告が打てるようになります。

広告スペースやキャンペーンにカテゴリを追加する方法は「[カテゴリターゲティング](#)」を参照してください。

### 時間帯テンプレート

時間帯テンプレートを広告商品に追加すると、広告主が一日の中の特定の時間、週の中の特定の日や時間帯を選択して、広告を配信することができます。

下記は標準のテンプレート設定画面です。このテンプレートでは、広告主が24時間の中から最大5つの時間帯を選択できるように1から5の設定可能な条件数が設定されています。

#### 🕒 時間帯のテンプレート

テンプレート名 \* 時間帯 テンプレート

有効範囲 \*  キャンペーン  
 広告グループ

アクセスの制限

条件

必須

削除

時間指定

設定可能な条件数

1

✕

5

保存

キャンセル

#### 地域テンプレート

地域テンプレートを利用すると、広告主が地理情報を利用したオーディエンスのターゲティングが行えるようになります。ビジネスオーナーは、事前に地域情報をシステムに登録する必要があります。広告主は、その登録された情報を元にターゲティングを行うことが可能です。

このテンプレートには地理情報の個別設定がありません。しかしながら、ビジネスオーナーは、ターゲティングの範囲をキャンペーン全体か個々の広告レベルにするかの定義を行うことができます。



参考

地域情報の登録は、Location REST APIを利用します。

#### 位置情報テンプレート

広告商品の位置情報テンプレートを有効にすることで、広告主に対して緯度・経度情報を基にした地域指定を可能にします。

位置情報テンプレートでは、特別な設定は必要ありません。他のテンプレートと同様に有効範囲と参照できる権限の指定を行ってください。

### 📍 位置情報のテンプレート - Geospatial

**有効範囲** キャンペーン, 広告グループ

**参照できる権限** すべて

#### キーワードテンプレート

キーワードテンプレートを利用すると、広告主がキーワードを利用してオーディエンスのターゲティングが行えるようになります。

ビジネスオーナーは、広告商品単位に最低入札額の設定が行えます。この設定を行うことにより、広告商品のすべてのキーワードに対する最低入札額が設定できます。

##### 最低入札額

最低入札額は、広告商品の特定のキーワードに対して設定したり、広告商品全体のすべてのキーワードに対して適用させることもできます。

##### 最低入札額

最低入札額は、広告商品の特定のキーワードに対して設定したり、広告商品全体のすべてのキーワードに対して適用させることもできます。

## 広告商品単位で設定する最低入札額

広告商品のページで、最低入札額フィールドがあります。ここで、下記のようにすべてのキーワードに対する最低入札額を設定できます。

### 広告商品作成

広告商品設定

名前 \* CPC広告

公開手数料 1000 JPY

管理料 JPY

課金モデル \* 固定成架型  
課金額は、次点の入札額に1円を加算した金額になります。

小数点以下の最大桁数 \* 通貨の規定値より設定を優先する  
キーワード入札上で、少数第何位まで指定出来るかを設定します。USドル\$1.234567のような小数点を設定することで、現在の通貨の規定値よりも大きくなる場合があります。反対に、整数での入札のみを許可することで、現在の通貨の規定値よりも小さくなる場合があります。

最低入札額 100 JPY

広告の優先度 \* 入札額  
入札額により降順に並び替えを行い最良する広告を決めます。

管理共有 \* 0%

稼働開始日 \* 15/03/01

稼働終了日

別URLの制限

アクセスの制限

保存 キャンセル

広告主向け設定

広告主に公開 \*

販売開始日 \* 15/03/01 11 : 18

販売終了日 15/03/01 0 : 00

広告商品の概要 \* CPC広告  
広告主がキャンペーンを作成する際の広告商品の選択画面で、この概要が表示されます。

重複広告の除去 \*  
 広告主フォルダ毎に1広告  
 キャンペーン毎に1広告  
 競合のラベル  
 テキストクリエイティブの表示URL毎に1広告  
 テキストクリエイティブの表示URLのドメイン毎に1広告

上記の例では、この特定の広告商品を利用して作成されたキャンペーンに適用されるすべてのキーワードの最低入札額を100円に設定しています。

## 広告商品内で特定のキーワード毎に設定する最低入札額

広告商品のキーワードマッチングプレートにおいて、下図のように下限価格フィールドのカスタム設定のリンクをクリックすることで、特定のキーワードに対する最低入札額の設定が行えます。

### A キーワードのプレート - キーワードプレート

有効範囲 広告グループ

**各キーワード毎の最低...** [設定の変更](#)

参照できる権限 すべて

ここから、キーワードの入力画面が表示されます。ここで、下図のように特定のキーワードごとに最低入札額を設定できます。

## 最低入札額

各キーワード毎に最低入札額を設定できます。

1個の有効なキーワードが入力されました。

キーワード \* 保険

検索方式 部分一致 (標準)

言語 \* 日本語

入札額 \* 100 JPY

1つのキーワードか1行のキーワードフレーズを入力して下さい。

キーワード追加

検索条件

| キーワード                       | 検索方式     | 言語       | 対象データ | 比較 | 値 | 最低入札額 |
|-----------------------------|----------|----------|-------|----|---|-------|
| キーワード                       | どの検索方式でも | どの言語でも   |       |    |   |       |
| ▼ キーワード                     | 検索方式     | 言語       |       |    |   |       |
| <input type="checkbox"/> 車  | 部分一致     | 日本語 (ja) |       |    |   | ¥100  |
| <input type="checkbox"/> 道路 | 部分一致     | 日本語 (ja) |       |    |   | ¥200  |

検索方式についてのヒント  
それぞれのキーワードは下記の異なる検索方式を利用することができます。

- 部分一致: 保険 は 保険 や 車両保険 とマッチします。
- 完全一致: [保険] は 保険 とマッチしません。しかし、車両保険 とはマッチしません。
- フレーズ一致: running shoes は、running や shoes とマッチしません。

上記の例では、キーワード"車"と"道路"がそれぞれ、100円と200円の最低入札額を設定しています。このキーワードテンプレートを利用した広告商品でのキャンペーンでこの設定がそれぞれ適用されます。

## リターゲティングテンプレート



リターゲティングは、オーディエンスをターゲットすることができる1つの手段です。このページでは、ウェブサイトで特定の行動をとった訪問者に対して広告を表示するリターゲティングキャンペーンをどのように設定するかについて説明します。

下記シナリオ例は、リターゲティングキャンペーンに対して役立ちます。

1. カスタマーサイトのページに訪問したすべての訪問者
2. 特定のページへ訪問したユーザーのみ
3. 会員登録したユーザー
4. 買い物かごに何かを入れたユーザー
5. 過去に購入歴のあるユーザー（他のセール品を提案するためにリターゲティング）。

個々のユーザーは、それぞれが行った行動や営業サイクルのどこにいるかなどに関する情報がタグ付けされます。シナリオ1と2は、リターゲティングを行いたいすべてのページかあるいは特定のページに特定のタグを配置することで達成できます。また、シナリオ3-5は、カスタマーサイトで生じる特定のアクションに応じてタグを設定することで達成できます。

- 広告商品の作成
  - 広告商品で定義したリターゲティング用タクソミ
  - ユーザーが定義したリターゲティング用タクソミ
- 登録作業
  - 単純な例
  - 高度な例
  - 完全なスクリプトの例

## 広告商品の作成

特定の広告商品の設定において、新しいリターゲティングテンプレートを追加することにより完了します。単に下記のステップを行います。

1. 広告主にリターゲティング条件を指定できるようにする広告商品を作成します。
2. サイドバーメニューを利用して、新しいリターゲティングテンプレートを追加します。
3. メインのページにフォームが表示されます。初期の設定は、下記で説明しているように、ユーザーが定義してタクソミを登録することです。設定のオプションは、下記で表示しています。特定の詳細については、関連するセクションをご参照ください。
  - a. 広告商品で定義するリターゲティング用タクソミ
  - b. ユーザーが定義するリターゲティング用タクソミ

### 広告商品で定義したリターゲティング用タクソミ

広告商品で定義するタクソミは、ブローカーが設定をアップロードすることで広告主に対してタクソミ情報に基づく選択が行えるようになります。タクソミ情報は、サイト運営者のネットワーク内でリターゲティング機能をどのように設定するかによって設定情報が変わります。これを行うためには、下記のステップを行う必要があります。

1. 下記に表示されているように編集フォーム内で広告商品で定義したタクソミの利用を選択します。この選択により、タクソミをアップロードするための"ファイルを選択"ボタンが有効になります。

◎ リターゲティング のテンプレート

テンプレート名 \*

有効範囲 \*  キャンペーン  
 広告グループ

アクセスの制限

ユーザー属性の定義  各広告主が定義  
 プロローカーが定義

\*

2. ファイルの選択ボタンを押し、タクソノミファイルをアップロードします。保存ボタンを押した後に下記のような画面になります。なお、有効なタクソノミファイルのサンプルは、添付ファイルをご参照ください。

◎ リターゲティング のテンプレート - リターゲティング

有効範囲 広告グループ, キャンペーン

参照できる権限 すべて

ユーザー属性の定義 プロローカーが定義

[定義した属性の表示](#)

3. "タクソノミを表示"リンクが表示され、クリックできるようになります。クリックすることで保存されているタクソノミ情報を確認することができます。下記画面は、タクソノミ情報を確認しているところです。

◎ リターゲティング のテンプレート - リターゲティング

有効範囲 広告グループ, キャンペーン

参照できる権限 すべて

ユーザー属性の定義 プロローカーが定義

[定義した属性を隠す](#)

u\_area1 東京都  
神奈川県  
埼玉県  
千葉県  
茨城県  
群馬県

u\_area2 千代田区  
中央区  
港区  
新宿区  
文京区  
渋谷区  
豊島区  
台東区  
墨田区  
江東区  
荒川区  
足立区  
葛飾区  
江戸川区  
品川区  
目黒区  
大田区  
世田谷区  
中野区  
杉並区  
練馬区  
北区  
板橋区

u\_price 安い  
普通  
高い

u\_type 新築  
賃貸

4. リターゲティング情報をユーザーにタグ付けするための必要なアクションを設定します。下記、[登録作業](#)をご参照ください。

ユーザーが定義したリターゲティング用タクソミ

これは、広告主が自分のサイト内のリターゲティングに対して独自のアクションを設定したい場合に利用します。このケースでは、広告主が独自のタクソミを単に設定します。どのように設定するかについての詳しい情報に関しては、[リターゲティング](#)を参照してください。

1. 下記に表示されているように編集フォーム内でユーザーが定義したタクソミーを利用を選択します。

◎ リターゲティングのテンプレート

テンプレート名 \*

有効範囲 \*  キャンペーン  
 広告グループ

アクセスの制限

ユーザー属性の定義  各広告主が定義  
 ブローカーが定義

ファイルを選択

2. テンプレートを保存します。下図のような画面が表示されます。

◎ リターゲティングのテンプレート - リターゲティング



有効範囲 広告グループ, キャンペーン

参照できる権限 すべて

ユーザー属性の定義 各広告主が定義

## 登録作業

リターゲティング機能を利用するために、cX::analyticsシステムにユーザー登録を行って頂く必要があります。

下記のタグでは、リターゲティングのパラメーターを設定します。そして、そのタグは、イベントを送信するソースの前に配置します。(完全なスクリプトの例をご参照ください。) setRetargetingParameters行は、タグを上書きしないようにするために、各ページで一度のみ記述するようにします。

### 単純な例

下で示すスクリプト例は、タクソミキーに対して単一の値を設定します。ユーザーが定義したタクソミの場合は、広告主にファイルをダウンロードするオプションが与えられます。ファイルは、要求するページコンテンツを設定するのに役立つ個々に宣言したスクリプトの設定が含まれます。

ドキュメンテーションのオーディエンスレポートに関する情報をご参照ください。このファイルの例に対する[リターゲティング](#)の説明が記述されています。

```
<script type="text/javascript">
  var cX = cX || {}; cX.callQueue = cX.callQueue || [];
  cX.callQueue.push(['setRetargetingParameters', {'retargetingKeyA':'FFMar2012Subcr'}]);
</script>
```

下記のスクリプトでは、1つのスクリプトブロック文で単一のキーに対して複数の値を設定しています。ユーザープロフィールに対して設定したい操作が1つ以上の場合にこのようにします。

```
<script type="text/javascript">
  var cX = cX || {}; cX.callQueue = cX.callQueue || [];
  cX.callQueue.push(['setRetargetingParameters',
    {'retargetingKeyA':['FFMar2012Subcr','purchasedProduct2012','anotherActionValue ']}]);
</script>
```

#### 高度な例

下記の例は、条件分岐を行いリターゲティングをユーザーの状況に応じて設定したい場合の例です。

```
<script type="text/javascript">
  var cX = cX || {}; cX.callQueue = cX.callQueue || [];

  // Re-targeting parameters: Tag user to use for later re-targeting:
  var customParametersretargetingParameters = {};
  if (location.href.indexOf('subscriptionComplete') > -1) {
    retargetingParameters.u_ffmar2012 = 'FFMar2012Subscr';
  }
  if (location.href.indexOf('purchaseCompleted') > -1) {
    retargetingParameters.u_ffmar2012 = 'FFMar2012Purch';
  }

  cX.callQueue.push(['setRetargetingParameters', customParametersretargetingParameters]);
</script>
```

#### 完全なスクリプトの例

これは、ページに挿入する場合の完全なサンプル例で、cX::analyticsのタグも含まれます。cX::analyticsのタグには、関連するアカウント、サイトのidも記述されています。重要なことは、リターゲティングの値は、cX::analyticsのイベントの前に設定して、送信(push)することです。

```
<!-- Re-targeting tag for FFMar2012 campaign -->
<script type="text/javascript">
  var cX = cX || {}; cX.callQueue = cX.callQueue || [];
  cX.callQueue.push(['setRetargetingParameters', {'ffmar2012':'FFMar2012Subcr'}]);
</script>

<!-- cXense Analytics -->
<div id="cX-root" style="display:none"></div>
<script type="text/javascript">
  var cX = cX || {}; cX.callQueue = cX.callQueue || [];
  cX.callQueue.push(['setSiteId', '<insert your site id here>']);
  cX.callQueue.push(['sendPageViewEvent']);
</script>

<script type="text/javascript">
  (function() { try { var scriptEl = document.createElement('script'); scriptEl.type = 'text/javascript';
scriptEl.async = 'async'; scriptEl.src = ('https:' == document.location.protocol) ? 'https://scdn.cxense.com/cx.js'
: 'http://cdn.cxense.com/cx.js'; var targetEl = document.getElementsByTagName('script')[0];
targetEl.parentNode.insertBefore(scriptEl, targetEl); } catch (e) {}; } ());
</script>
```

## サイトターゲティングテンプレート

広告商品にサイトターゲティングテンプレートを追加すると、広告主が広告を配信するサイトの指定やブロックするサイトの指定が行えるようになります。

### 📌 サイトのテンプレート

テンプレート名 \*

有効範囲 \*  キャンペーン  
 広告グループ

アクセスの制限

[キャンセル](#)

より詳しい情報は、オーディエンスターゲティングの[サイトターゲティング](#)をご参照ください。

## デバイステンプレート

広告商品にデバイスターゲティングテンプレートを追加すると、広告主が配信したいデバイスやOSの指定が行えるようになります。

### 📌 デバイスのテンプレート

テンプレート名 \*

有効範囲 \*  キャンペーン  
 広告グループ

アクセスの制限

[キャンセル](#)

より詳しい情報は、オーディエンスターゲティングの[デバイスターゲティング](#)をご参照ください。

## 広告商品の管理

広告商品の管理に関する項目に関する項目に関して説明します。

### 重複広告の除去

請求アカウントが同一の広告主フォルダ、キャンペーン、表示URLや競合ラベルでの広告配信を抑制できます。

### 広告配信の優先度で"入札額+CTR"を利用した最適化

CTRは、広告クリエイティブから成果を最適化するために使われます。CTRスコアは、10分間の平均を再計算して利用し、動的に各広告の妥当性をチェックしながら配信を行うことができます。

### ロール毎の広告商品へのアクセス制限

この機能では、ビジネスオーナーが広告ネットワークに新商品を作成する際に試験を行えるようにすることです。これを行うために、ブローカーは、広告商品を特定のロールのみに利用可能にするように制限できます。有効なロールを保持しないユーザーは、キャンペーンや広告スペースの作成時に、その広告商品を参照することができません。

### 広告商品の共有

「広告商品の共有」は、シーセンスをご利用頂いている他のビジネスオーナーとの広告商品の共有を行える機能です。広告の在庫をビジネスオーナー間で共有し、他のビジネスオーナーの広告スペースで広告配信を行います。

### 重複広告の除去

## 重複広告の除去

Advertising 請求アカウントが同一の広告主フォルダ、キャンペーン、表示URLや競合ラベルでの広告配信を抑制できます。重複した場合に配信される広告は、下記の項目によって定義されたもっとも優先度の高い広告が配信されます。

- 広告商品で設定された「[広告の優先度](#)」
- [配信規則](#)
- 広告スペースの配信規則の設定

## 請求アカウントが同一の広告主フォルダによる重複排除(広告主フォルダ毎に1広告)

個別の請求アカウントで作成された広告主フォルダ内のすべてのキャンペーンの中から1つの広告のみを1つの広告スペースから配信します。

### ▼ Show Example

1広告主が下記のような広告主フォルダや請求アカウント、キャンペーン広告グループを持っている場合

- 広告主フォルダ 1 / 個別の請求アカウント A
  - キャンペーン 1
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
  - キャンペーン 2
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
- 広告主フォルダ 2 / 個別の請求アカウント A
  - キャンペーン 1
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
  - キャンペーン 2
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
- 広告主フォルダ 3 / 個別の請求アカウント B
  - キャンペーン 1
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
  - キャンペーン 2
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2

結果: 請求アカウントが同じため、広告主フォルダ1もしくは広告主フォルダ2内から広告が1つ配信されます。また、別に広告主フォルダ3内の広告が1つ配信されます。

## キャンペーンによる重複排除

1つの広告スペースに2つ以上の広告を配信する際に利用されます。同じ広告スペースおよび広告サイト(広告サイトに対するインプレッションリクエストAPIが呼ばれる場合)において、同じキャンペーン内の広告を2つ以上配信しません。クリック課金型、インプレッション課金型、掲載期間保証型の広告に対して有効にできます。

### ▼ Show Example

1広告主が下記のような広告主フォルダや請求アカウント、キャンペーン広告グループを持っている場合

- 広告主フォルダ 1 / 個別の請求アカウント A
  - キャンペーン 1
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
  - キャンペーン 2
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
- 広告主フォルダ 2 / 個別の請求アカウント A
  - キャンペーン 1
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
  - キャンペーン 2
    - 広告グループ 1

- 広告グループ 2
- 広告主フォルダ 3 / 個別の請求アカウントB
  - キャンペーン 1
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
  - キャンペーン 2
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2

結果: 各キャンペーンから1つの広告のみが配信されます。

## 競合ラベルによる重複排除

同一ワークスペース内の競合ラベル

設定された同一の競合ラベルから1広告のみを配信します。この重複排除は、同一のワークスペース内で適用されます。

### ▼ Show Example

1広告主が下記のような広告主フォルダや請求アカウント、キャンペーン広告グループを持っている場合

- 広告主フォルダ 1 / 個別の請求アカウント A
  - キャンペーン 1 (競合ラベル: スポーツ)
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
  - キャンペーン 2 (競合ラベル: スポーツ)
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
- 広告主フォルダ 2 / 個別の請求アカウント A
  - キャンペーン 1 (競合ラベル: フード)
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
  - キャンペーン 2 (競合ラベル: スポーツ)
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
- 広告主フォルダ 3 / 個別の請求アカウントB
  - キャンペーン 1 (競合ラベル: フード)
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
  - キャンペーン 2 (競合ラベル: エンターテインメント)
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2

結果: 各競合ラベル(スポーツ、フード、エンターテインメントが付与されたキャンペーン)から1つの広告が配信されます。

システム内の競合ラベル

同一ワークスペース内の競合ラベルと同一の機能となりますが、適用される範囲がシステム全体となります。

システム内の競合ラベルは、ビジネスオーナー権限を持つユーザーが設定できます。

- システム内の競合ラベルを利用する際には、[代理ログイン](#)の機能を利用して各ワークスペースを移動して設定します。異なるワークスペース内のユーザーに直接ログインした場合には、システム内の競合ラベルを参照することができません。

### ▼ Show Example

1広告主が下記のような広告主フォルダや請求アカウント、キャンペーン広告グループを持っている場合

- キャンペーン 1 (競合ラベル: サッカー、システム内の競合ラベル: スポーツ)
  - 広告グループ
- キャンペーン 2 (競合ラベル: サッカー)
  - 広告グループ

上記とは異なる広告主(ワークスペースも上記と異なる)が、下記のような広告主フォルダや請求アカウント、キャンペーン広告グループを持っている場合

- キャンペーン 3 (システム内の競合ラベル: スポーツ)
  - 広告グループ
- キャンペーン 4 (競合ラベル: スポーツ)
  - 広告グループ

結果: 各競合ラベルから1つの広告が配信されます。キャンペーン2は、キャンペーン1と重複排除対象となります。キャンペーン1は、キャンペーン3とキャンペーン4とも重複排除処理が行われます。

### 到達URLによる重複排除 (URL/パラメータまで含む)

クリエイティブに設定した到達URLに適用されます。

これは広告グループレベルでURLを突合します。

つまり、重複する到達URLを持つクリエイティブが含まれている広告グループは

他に重複しない到達URLを持つクリエイティブがあっても、重複対象と見なされ広告グループごと排除されます。

#### ▼ Show Examples

AAA.jpg (到達URL: <http://www.example.com/aaa.html>)が配信対象の場合

広告グループB

- AAA'.jpg(到達URL:<http://www.example.com/aaa.html>)
- BBB.jpg(到達URL:<http://www.example.com/bbb.html>)
- CCC.jpg(到達URL:<http://www.example.com/ccc.html>)

広告グループC

- DDD.jpg(到達URL:<http://www.example.com/ddd.html>)
- EEE.jpg(到達URL:<http://www.example.com/eee.html>)

「広告グループB」は配信対象と同じ到達URLのクリエイティブ(AAA'.jpg)があるため重複排除対象となります。BBB.jpgとCCC.jpgは配信されません。

「広告グループC」は重複排除対象の([aaa.html](http://www.example.com/aaa.html))のクリエイティブが無いので、DDD.jpgとEEE.jpgは配信対象になります。

### 表示URLによる重複排除 (全URLもしくはドメインのみ)

適用対象は、テキストクリエイティブのみです。

表示URLに対する重複排除: 表示URLで、同じドメインとパスの広告は1つのみ配信されます。

表示URLのドメインに対する重複排除: 表示URLで、同じドメインの広告は1つのみ配信されます。

#### ▼ Show Examples

表示URLに対する重複排除の例

2つの広告にそれぞれ下記の表示URLが設定されている場合:

- [example.com/landing?q=term1](http://example.com/landing?q=term1)
- [example.com/landing?q=term2](http://example.com/landing?q=term2)

1つの広告のみ配信されます。ドメインとパス([example.com/landing](http://example.com/landing))が同一なためです。

表示URLのドメインに対する重複排除の例

2つの広告にそれぞれ下記の表示URLが設定されている場合:

- [example.com/DestinationURL.html](http://example.com/DestinationURL.html)
- [example.com/DifferentDestinationURL.html](http://example.com/DifferentDestinationURL.html)

1つの広告のみ配信されます。ドメイン([example.com](http://example.com))が同一なためです。

追加情報:

2つの広告にそれぞれ下記の表示URLが設定されている場合:

- search.cxense.com
- ad.cxense.com

2つの広告が表示されます。サブドメインは、別のドメインとして扱われるためです。



表示URLと到達URLを間違えないでください。

表示URLは、クリエイティブ内に表示されるURLの文字列情報です。(例. [www.fruitbox.com/SpecialOffer](http://www.fruitbox.com/SpecialOffer)).

到達URLは、実際にクリックした際にリダイレクトされるURLとなります。(例. <http://www.fruitbox.com/specialoffer/2014-1-1/thespecialoffer.html>)

## 重複排除なし

重複排除処理は一切されません。

### ▼ Show Example

1広告主が下記のような広告主フォルダや請求アカウント、キャンペーン広告グループを持っている場合

- 広告主フォルダ 1 / 個別の請求アカウント A
  - キャンペーン 1
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
  - キャンペーン 2
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
- 広告主フォルダ 2 / 個別の請求アカウント A
  - キャンペーン 1
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
  - キャンペーン 2
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
- 広告主フォルダ 3 / 個別の請求アカウント B
  - キャンペーン 1
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2
  - キャンペーン 2
    - 広告グループ 1
    - 広告グループ 2

結果: すべての広告が配信されます。

## 広告配信の優先度で"入札額+CTR"を利用した最適化

CTRは、広告クリエイティブから成果を最適化するために使われます。CTRスコアは、10分間の平均を再計算して利用し、動的に各広告の妥当性をチェックしながら配信を行うことができます。

広告スペース内の広告枠に属するそれぞれのクリエイティブに関するクリックデータは、どのクリエイティブを配信するか決定するために利用されます。一番クリックされる可能性が高いクリエイティブを表示させたい場合、広告配信の優先度で、「入札+CTR」を選択します。この場合、自動的にCTRをベースとしたア

ルゴリズムが利用され、最適の広告が配信されます。また、CTRのスコアを計算するアルゴリズムには、オークションとランキングの例に記載されているベータランダム化CTRのアルゴリズムも利用されています。

### ロール毎の広告商品へのアクセス制限

この機能では、ビジネスオーナーが広告ネットワークに新商品を作成する際に試験を行えるようにすることです。これを行うために、ブローカーは、広告商品を特定のロールのみに利用可能にするように制限できます。有効なロールを保持しないユーザーは、キャンペーンや広告スペースの作成時に、その広告商品を参照することができません。

広告商品で参照可能ロールを設定するには、広告商品の編集画面から”アクセスの制限”のチェックボックスにチェックを入れ、参照を許可するロールにチェックを入れ、保存ボタンを押します。

#### アクセスの制限

この広告商品を参照できる権限

- 広告主用アカウントマネージャー
- 広告主用ヘルプデスク
- 代理店用ユーザー
- ビジネスオーナー
- 広告主用参照ユーザー
- セルフサービスの広告主
- システム管理者

保存

キャンセル

## 広告商品の共有

### 概要

「広告商品の共有」は、シーセンスをご利用頂いている他のビジネスオーナーとの広告商品の共有を行える機能です。広告の在庫をビジネスオーナー間で共有し、他のビジネスオーナーの広告スペースで広告配信を行えます。

広告商品の共有は、各ビジネスオーナー間で設定します。各ビジネスオーナーで話し合いの上設定を行ってください。

広告商品を共有することで、他のビジネスオーナーの広告スペースに広告を配信することができます。共有された広告商品に対してキャンペーンを作成することはできません。

### 広告商品の共有設定

広告商品の共有は、2ステップで作成されます。初めのステップは、Cxense Advertising システム外でビジネスオーナー間での話し合いとなります。

1. どの広告商品を共有するかを決めます。
2. ビジネスオーナー2 (広告商品を共有されるビジネスオーナー) は、共有IDを取得し(方法は下記で説明)、ビジネスオーナー1にそれをメールなどで連絡します。
3. ビジネスオーナー1 (広告商品を共有するビジネスオーナー)は、ログインし、管理タブから広告商品の共有を選択します。
4. ビジネスオーナー2 は、共有のリクエストを承諾します。
5. ビジネスオーナー2 は、配信規則に共有された広告商品を追加します。

以上で設定は終了です。

- 概要
- 広告商品の共有設定
  - 共有IDの確認方法
  - 広告商品を他のビジネスオーナーへ共有する方法
  - 共有の承認方法
  - 共有設定のキャンセル方法
  - 共有設定の確認方法
- 収益の共有
  - 共有された広告商品に対しての収益の共有
    - Impacts to account balances

## 共有IDの確認方法

管理ページにある「広告商品の共有」に記載されております。下記の赤枠の箇所に記載があります。

管理ダッシュボード / 広告商品の共有

## 広告商品の共有

共有ID: 00000000000000000000

共有した広告商品

広告商品の共有

| 名前                  | 広告商品のステータス | クリエイティブ | ターゲティング条件 | サイズ                    | 共有ステータス | 連携先            | アクション |
|---------------------|------------|---------|-----------|------------------------|---------|----------------|-------|
| 3D Kaneko           | 配信中        |         | -         | 700x25000, 26000x26000 | 承認済     | jpgdemo_broker | キャンセル |
| 1_01_CPMキャンペーン内の広告数 | 配信中        |         | A         | 300x100                | 承認済     | jpgdemo_broker | キャンセル |

共有されている広告商品

| 名前          | 広告商品のステータス | クリエイティブ | ターゲティング条件 | サイズ | 共有ステータス | 連携先 | アクション |
|-------------|------------|---------|-----------|-----|---------|-----|-------|
| 見つかりませんでした。 |            |         |           |     |         |     |       |

## 広告商品を他のビジネスオーナーへ共有する方法

1. 管理タブより、「広告商品の共有」をクリックします。
2. 「広告商品の共有」ボタンをクリックします。次に、共有したい広告商品の「共有」ボタンをクリックします。

### 広告商品の選択

広告商品

名前 218 x 98 Test  
 タイプ クリック課金型  
 サイズ 218x98  
 クリエイティブ   
 ターゲティング条件 A

共有ID \*  照合


例: 0000000123a1b2c3

保存 キャンセル

3. 広告商品を確認します。

### 広告商品の選択

広告商品

名前 218 x 98 Test  
タイプ クリック課金型  
サイズ 218x98  
クリエイティブ   
ターゲティング条件 A

共有ID \*  照合  
例: 0000000123a1b2c3

4. 連携先の共有IDを入力します。もし、緑色のメッセージが表示されたなら、共有IDが正しいことを確認できた状態です。

### 広告商品の選択

広告商品

名前 218 x 98 Test  
タイプ クリック課金型  
サイズ 218x98  
クリエイティブ   
ターゲティング条件 A

共有ID \*  照合  
例: 0000000123a1b2c3

外部ネットワークのXXXXXXXXXXXXerの共有IDです。

5. 保存ボタンをクリックします。共有ステータスが保留になります。

広告商品の共有設定が完了しました。

## 広告商品の共有

共有ID: 00000000043f374

共有した広告商品

広告商品の共有

| 名前                  | 広告商品のステータス | クリエイティブ | ターゲティング条件 | サイズ                    | 共有ステータス | 連携先            | アクション |
|---------------------|------------|---------|-----------|------------------------|---------|----------------|-------|
| 3D Kaneko           | 承認中        |         | -         | 700x25000, 26000x26000 | 承認済     | jpgdemo_broker | キャンセル |
| 1_01_CPMキャンペーン内の広告数 | 承認中        |         | A         | 300x100                | 承認済     | jpgdemo_broker | キャンセル |
| 218 x 98 Test       | 承認中        |         | A         | 218x98                 | 保留中     | jpgdemo_broker | キャンセル |

共有されている広告商品

| 名前          | 広告商品のステータス | クリエイティブ | ターゲティング条件 | サイズ | 共有ステータス | 連携先 | アクション |
|-------------|------------|---------|-----------|-----|---------|-----|-------|
| 見つかりませんでした。 |            |         |           |     |         |     |       |

### 共有の承認方法

他のビジネスオーナーから広告商品の共有のリクエストが来た場合、下記の方法にて確認を行い承認します。承認しない限り、共有された広告商品を配信規則で利用することはできません。

1. 管理タブより、「広告商品の共有」をクリックします。
2. 共有されている広告商品の共有ステータスを確認します。その項目のアクションが「許可|拒否」となっています。

管理ダッシュボード / 広告商品の共有

## 広告商品の共有

共有ID: 0000000004b0e14

共有した広告商品

広告商品の共有

| 名前          | 広告商品のステータス | クリエイティブ | ターゲティング条件 | サイズ | 共有ステータス | 連携先 | アクション |
|-------------|------------|---------|-----------|-----|---------|-----|-------|
| 見つかりませんでした。 |            |         |           |     |         |     |       |

共有されている広告商品

| 名前                  | 広告商品のステータス | クリエイティブ | ターゲティング条件 | サイズ                    | 共有ステータス | 連携先       | アクション   |
|---------------------|------------|---------|-----------|------------------------|---------|-----------|---------|
| 3D Kaneko           | 承認中        |         | -         | 700x25000, 26000x26000 | 承認済     | jp_broker | キャンセル   |
| 1_01_CPMキャンペーン内の広告数 | 承認中        |         | A         | 300x100                | 承認済     | jp_broker | キャンセル   |
| 218 x 98 Test       | 承認中        |         | A         | 218x98                 | 保留中     | jp_broker | 許可   拒否 |

3. 許可をクリックすることで、下記のようにステータスが承認済みとなります。

管理ダッシュボード / 広告商品の共有

広告商品の共有設定を更新しました。

## 広告商品の共有

共有ID: 0000000004b0e14

共有した広告商品

広告商品の共有

| 名前          | 広告商品のステータス | クリエイティブ | ターゲティング条件 | サイズ | 共有ステータス | 連携先 | アクション |
|-------------|------------|---------|-----------|-----|---------|-----|-------|
| 見つかりませんでした。 |            |         |           |     |         |     |       |

共有されている広告商品

| 名前                  | 広告商品のステータス | クリエイティブ | ターゲティング条件 | サイズ                    | 共有ステータス | 連携先       | アクション |
|---------------------|------------|---------|-----------|------------------------|---------|-----------|-------|
| 3D Kaneko           | 承認済        |         | -         | 700x25000, 26000x26000 | 承認済     | jp_broker | キャンセル |
| 1_01_CPMキャンペーン内の広告数 | 承認済        |         | A         | 300x100                | 承認済     | jp_broker | キャンセル |
| 218 x 98 Test       | 承認済        |         | A         | 218x98                 | 承認済     | jp_broker | キャンセル |

4. 連携元の共有ステータスも「承認済」に変更されます。

## 広告商品の共有

共有ID: 00000000043f374

共有した広告商品

[広告商品の共有](#)

| 名前                  | 広告商品のステータス | クリエイティブ | ターゲティング条件 | サイズ                    | 共有ステータス | 連携先           | アクション |
|---------------------|------------|---------|-----------|------------------------|---------|---------------|-------|
| 3D Kaneko           | 配信中        |         | -         | 700x25000, 26000x26000 | 承認済     | jpdemo_broker | キャンセル |
| 1_01_CPMキャンペーン内の広告数 | 配信中        |         | A         | 300x100                | 承認済     | jpdemo_broker | キャンセル |
| 218 x 98 Test       | 配信中        |         | A         | 218x98                 | 承認済     | jpdemo_broker | キャンセル |

共有されている広告商品

| 名前          | 広告商品のステータス | クリエイティブ | ターゲティング条件 | サイズ | 共有ステータス | 連携先 | アクション |
|-------------|------------|---------|-----------|-----|---------|-----|-------|
| 見つかりませんでした。 |            |         |           |     |         |     |       |

### 共有設定のキャンセル方法

広告商品の共有をキャンセルする必要がある場合には、いずれかのビジネスオーナーが下記の手順でキャンセルすることができます。

1. 管理タブより、「広告商品の共有」をクリックします。
2. キャンセルしたい広告商品の共有の項目を探します。
3. アクション項目に表示されている項目を「キャンセル」します。

共有設定は、キャンセルされます。連携先の広告スペースでは、この広告商品の広告配信が行われなくなります。また、配信規則を設定していたとしても、この配信規則で利用されている共有されていた広告商品には、広告配信されることはありません。もし、再開したい場合には、再度、同様のプロセスで共有の設定を行う必要があります。

## 共有設定の確認方法

管理タブの広告商品の共有メニューから確認を行うことができます。「共有した広告商品」の表の「共有ステータス」が承認済になっていれば、利用可能な状態になっています。

また、共有されている広告商品に関しては、「共有されている広告商品」の表の「共有ステータス」をご確認ください。

ビジネスオーナーのタブから「広告商品」を選択することにより、共有されている広告商品を確認することができます。各広告商品の前には、種類によって、3種類のアイコンが表示されます。

- 自分の環境で作成した広告商品
- 親のワークスペースで作成された広告商品
- 他のビジネスオーナーから共有された広告商品

### 収益の共有

Revenue Share for shared products can be used to track costs and revenue. See [Revenue Share Concepts](#).

However, please note:

- The Broker Admin Fee is calculated for the Broker who runs the Advertisers network.
- The Product Admin Fee is calculated for the owner of the shared product in the Advertiser network.
- The Publisher Earn is calculated for the Publisher who uses the shared product.
- The Broker Earn is calculated for the Broker who runs the Publisher network.

### 共有された広告商品に対する収益の共有

The following example outlines the behaviour when serving ads across networks. The terms outlined in our [Revenue Share Concepts](#) page are relevant to this example.

- Broker 1 set-up
  - Broker currency = AUD
  - Exchange Rate Feed = US Federal Reserve Bank
  - Broker Admin Fee = 10%

- Publisher Revenue Share = 60%
- CPMProduct
  - 1000 USD CPM
  - No Setup Fee
  - Product Admin Fee = 20%
- Advertiser Account
  - Currency = NOK
- Campaign that has purchased 10 impressions against the CPMProduct and is ready to serve ads
- Broker 2 set-up
  - Broker currency = EUR
  - [Exchange Rate Feed = European Central Bank](#)
  - Feed - that has been associated with the shared CPMProduct from Broker 1
  - AdSpace
  - Publisher Account
    - Currency = SEK

To simplify the example we will assume that all 10 impressions for the Broker 1 campaign are served on the AdSpace owned by Broker 2. There is no overage for the impressions served.

This would give us the following (all values calculated in the product currency of USD):

| Name   | Calculation  | Numerical Calculation | Result (USD) |
|--|--|-----------------------|--------------|
| Advertiser Value                                 | Price per impression x Total Impressions           | 1 x 10                | 10.00        |
| Admin Fee  | Advertiser Value x System Admin Fee                | 10 x 10%              | 1.00         |
| Product Admin Fee                                | (Advertiser Value - Admin Fee) x Product Admin Fee | (10 - 1) x 20%        | 1.80         |
| Net Amount<br>(used for subsequent calculations) | Advertiser Value - Admin Fee - Product Admin Fee   | 10 - 1 - 1.80         | 7.20         |
| Publisher Earn                                   | Net Amount x Publisher Revenue Share               | 7.20 x 60%            | 4.32         |
| Broker Earn                                      | Net Amount - Publisher Earn                        | 7.20 - 4.32           | 2.88         |

If Broker 1 then viewed the [Product Publishing Performance](#) for the CPMProduct with a currency preference of USD they would see the numbers for USD as shown in the table below. Alternatively they could alter their preference to AUD. In this case currency conversion would take place using the exchange rate feed for their set up ([US Federal Reserve Bank](#)) for the calculations. The table shows the values that would be seen if the exchange rate for 1 USD to AUD was 1.08.

That describes the numbers from the side of Broker 1. What happens for Broker 2 and how much can he expect to see against his AdSpace for serving the impressions for Broker 1?

The system will at the time of allocating impression events log the events and calculate cost based on a conversion to the target Broker currency (in this example EUR). The Exchange Rate Feed of the target Broker is used for the conversion value ([European Central Bank](#)). The table below shows the results if the exchange rate for 1 USD to EUR was 0.71669.

|                         | Currency            | Advertiser Value | Admin Fee | Product Admin Fee | Publisher Earn | Broker Earn |
|-------------------------|---------------------|------------------|-----------|-------------------|----------------|-------------|
| Broker 1                | USD                 | 10.00            | 1.00      | 1.80              | 4.32           | 2.88        |
| Broker 1<br>(alternate) | AUD (USD x 1.08)    | 10.80            | 1.08      | 1.94              | 4.67           | 3.11        |
| Broker 2                | EUR (USD x 0.71669) | 7.17             | 0.72      | 1.29              | 3.10           | 2.06        |

Impacts to account balances

Once the contract is complete a transaction will be written for the advertising account associated with the campaign holding the contract. In the example above a 10.00 USD (advertiser value) transaction will be written to the account transaction history. At the time of the transaction being written currency conversion is again performed to convert the transaction amount into the account currency (NOK). For this example and an exchange rate of 1 USD to NOK of 5.9444 the balance of the account would show as 59.44 NOK.

At present there is no functionality to update the values held against the publishing account. We will be building this functionality out in the time to come.

## 広告商品に設定するテンプレートの有効範囲

広告主へ提供する機能範囲 (テンプレートの有効範囲を利用)

Cxense Advertising は、利用する人々のスキルに合わせて広告商品を設定することができます。デジタル広告が初めての広告主にとっては、Cxense Advertisingが提供するすべての機能は、混乱するかもしれません。このような場合、ブローカーやプロダクトマネージャは、広告商品を単純化することで使いやすくすべきです。反対に、広告代理店のような高度な広告主は、キャンペーンやオーディエンスターゲティングをもっと制御したがります。この場合、広告商品はより高度なものになります。

プロダクトオーナーが広告商品を設定する簡単な方法は、有効範囲の設定を利用することです。(広告商品で設定できるマッチングテンプレートと クリエイティブテンプレートをご参照ください。) これにより、どのレベル(キャンペーンや広告)で、このテンプレートを利用するかを設定できます。

シンプルなCPC広告商品の設定:

- キャンペーンのみが有効範囲のテキストクリエイティブ
- キャンペーンのみが有効範囲のキーワードテンプレート

上の設定例は、すべてのクリエイティブとキーワードをキャンペーンに追加するようになります。したがって、広告主は、単一の広告をナビゲートする必要がなくなります。複数のクリエイティブは、効果の比較を行うために高度なオプションとして追加できます。

利用例:

- キャンペーン: シューズ
- キャンペーンキーワード: 'シューズ',
- キャンペーンクリエイティブ #1: "シューズ販売中,今だけ特価"
- キャンペーンクリエイティブ #2: "シューズ購入なら送料無料"

上記の例は、単純な広告キャンペーンの説明です。すべての設定は、広告設定を考慮する必要はなく、キャンペーンビューレベルで完了できます。

## 高度なCPC広告商品の設定

- キャンペーンと広告が有効範囲のテキストクリエイティブ
- キャンペーンと広告が有効範囲のキーワードテンプレート

上記の設定は、キャンペーンで設定したクリエイティブやターゲティング条件が広告レベルにも引き継がれて設定されます。また、個別に各広告でもターゲティング条件やクリエイティブを追加することが可能です。

利用例

- キャンペーン: シューズ
- キャンペーンキーワード: シューズ, スニーカー, ブーツ
- キャンペーンクリエイティブ: "各種ベストシューズ取り揃えています。"
- 広告 #1: スポーツファン
  - 広告#1クリエイティブ#1: "最高のスポーツシューズ"
  - 広告#1クリエイティブ#2: "最軽量なトレーニングシューズ"
  - キーワード: ランニングシューズ, トレーニングシューズ, テニスシューズ, ...
- 広告 #2: ハイキングファン
  - 広告#1クリエイティブ#1: "頑丈なワーキングブーツ"
  - 広告#1クリエイティブ#2: "軽量な登山用ブーツ"
  - キーワード: アウトドアブーツ, トレッキングシューズ, 登山靴, ワーキングシューズ, ...

上記は、より高度なキャンペーンの一例です。キャンペーンレベルで配下の広告で共通に利用される1つのクリエイティブを入稿しています。そして2つの広告を利用して、それぞれ異なるオーディエンスをターゲティングできるようなキーワードを設定しています。それぞれの広告は、異なるクリエイティブメッセージを設

定することで、オーディエンスの反応をあげることができます。さらにターゲティング条件もそれぞれごとに設定しています。それぞれ入札金額と検索方式を複数持たせることで行うことができます。例えば、キャンペーンレベルで”部分一致"シューズ"で100円、広告レベルで完全一致"ランニングシューズ"で400円等です。

## 広告商品タイプ

下記4つの主な広告商品をサポートしています。:

- CPC 広告商品
- CPA 広告商品
- CPM 広告商品
- 掲載期間保証型広告商品

上の4つの主要なタイプは、デジタル広告で扱われるほとんど全てのタイプをサポートしています。さらに、Cxense Advertising は、広告商品をカスタマイズすることができます。

### クリック課金型(CPC)広告商品

クリック課金型(CPC)広告商品モデルにおいてシステムは、広告のオークションを管理します。オークションの管理は、キーワードやカテゴリ情報のようなマッチング条件と入札額に表示する広告を選択します。良く知られたCPC広告商品としては、CPCキーワードモデルがあります。Cxense Advertising を利用すると、マッチング条件にキーワードだけではなく様々な条件を利用することができるようになります。

CPC広告商品は、広告主がキャンペーンや広告のクリックのパフォーマンスに対してお金を支払うのでパフォーマンス広告と呼ばれます。CPC広告商品は、条件に対して入札額を設定するためにキーワードやリターゲティングのようなマッチングテンプレートが必要です。

ビジネスオーナーは、必要に応じて マッチングテンプレート内で最低入札額をカスタマイズすることができます。

#### 一般的なCPCの設定

CPC広告商品は、広告に対する金額は広告料そのものなので、通常公開手数料や管理料は設定しません。しかしながら Cxense Advertising では、必要に応じて公開手数料と管理料を設定することができます。

### 成功報酬型(CPA)広告商品

成功報酬型(CPA)広告商品は、クリック課金型広告商品モデルに非常に似ています。異なる点は、金額がユーザーの特定の行動に対して課金される点です。現在、CPAは、アクションのレポート機能と統計データの参照は、コンバージョントラッキングに限定されています。

### インプレッション課金型(CPM)広告商品

インプレッション課金型(CPM)広告商品は、広告主が設定された期間分のインプレッションを購入できるようにします。フォーキャストは、広告商品に関連づけられた広告スペースに対する有効なインプレッション数(通常、1,000の単位です。)を概算したものを利用します。

#### 一般的なCPMの設定

CPM広告商品は、広告主に1,000インプレッション単位で課金を行います。そして、契約手数料を設定することもできます。CPM広告商品に対する契約は、キャンペーンの実行前に全体金額を支払う必要があります。

### 掲載期間保証型広告商品

掲載期間保証型広告商品は、広告主が掲載期間とポジションを購入できるようにします。ポジションは、複数の広告主で共有することもできます。共有する数は、ブローカーが決定します。

#### 一般的な掲載期間保証型広告の設定

掲載期間保証型広告商品は、広告主に掲載期間に対する単価を設定して課金します。そして、契約手数料を設定することもできます。掲載期間保証型広告商品に対する契約は、キャンペーンの実行前に全体金額を支払う必要があります。

## 広告の優先度

広告の優先度では、広告スペース内にどの広告を表示するかのアルゴリズムを設定します。

アルゴリズムには、下記のようないくつかの指標が利用されます。

- CTR: CTRは常に変化するものですが、より緩やかにCTRが計算されるようなアルゴリズムを採用しております。
- 配信比率:  
契約インプレッション数を達成するための比率を調整しております。これはCPMにて利用されます。例として、1週間で7万インプを設定したキャンペーン

ンに対しては、1日1万インプ消化するように比率が調整されます。

- コンテンツプロフィールの適合率: 広告が表示されるページから抽出されたキーワードなどと、入稿時に設定したターゲティングキーワードがどれくらいマッチしているかで判別します。例えば、あるゴルフのページは、ゴルフというキーワードに対しては95%と判別され、スポーツというキーワードでは80%と判別されます。
- ユーザープロフィールとの適合率: ユーザープロフィールに含まれているキーワードの照合を行います。例えば、よくビジネスカテゴリをよく読むユーザーに対して、「category=business」の適合率が高いと判別されます。

#### 広告の優先度

各広告の優先度がどの指標に基づいて定義されているかについて下記の表にまとめております。

| 広告の優先度             | 概要  | 重複排除 | 入札額 | CTR | 配信比率 | コンテンツプロフィールの適合度 | ユーザープロフィールの適合度 | ご利用用途   |
|--------------------|---|------|-----|-----|------|-----------------|----------------|---|
| ナチュラル              | 入稿順となります。   | N    | N   | N   | N    | N               | N              | テストなどを行う目的での利用が主となります。  |
| ランダム               | ランダムに均一での配信となります。                                       | Y    | N   | N   | N    | N               | N              | 期間保証型の広告商品で利用されることが多く、すべての広告主の広告を均一に配信します。<br><br>※広告の優先度が評価されます。 |
| ランダム + CTR + 条件適合度 | CTRやコンテンツプロフィールの適合度とユーザープロフィールの適合度も考慮しながら、ランダムに配信を行います。 | Y    | N   | Y   | N    | Y               | Y              | よくCPMや期間保証の広告商品に対して利用します。   |

|                           |  |          |          |          |          |          |          |   |
|---------------------------|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|---|
| <p>ランダム+優先度(キャンペーン単位)</p> | <p>キャンペーンの優先度に応じてランダムに配信します。例えば、キャンペーンAの優先度が2(広告サーバ上では、0.6)、キャンペーンBの優先度が-6(広告サーバ上では、0.2)に設定されている場合、キャンペーンAが75%、キャンペーンBが25%の割合で配信します。この広告の優先度では、広告主フォルダ内の重みは考慮しません。</p> | <p>Y</p> | <p>N</p> | <p>N</p> | <p>N</p> | <p>N</p> | <p>N</p> | <p>キャンペーンの優先度のみを使用したい場合に使用します。</p>                |
| <p>入札額</p>                | <p>入札額の高い広告が配信されます。<br/>※入札額が同じ広告が競合する場合にはランダムに配信されます。</p>   | <p>Y</p> | <p>Y</p> | <p>N</p> | <p>N</p> | <p>N</p> | <p>N</p> | <p>CPCの広告商品にて利用されます。単純に入札額の高い広告を配信した場合に利用します。</p> |



|                      |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ランダム + 配信レート + 条件適合度 | 「ランダム + 配信レート」を拡張したモデルです。コンテンツプロファイルの適合度とユーザープロファイルの適合度の結果を踏まえた配信が行われます。  | Y | N | N | Y | Y | Y | ターゲティングを利用して<br>いるCPMの<br>広告商品で<br>利用します。   |
| 入札額+CTR              | 入札額とCTRをアルゴリズムで計算して、配信する広告を決めます。詳細に関しては、オークションとランキングの例をご参照ください。   | Y | Y | Y | N | Y | Y | CPCの広告<br>商品にて利<br>用されます。   |
| 入札額+CTR+地域           | 入札額と+CTRの他に、ユーザーのアクセス元の地域も考慮して広告の配信を行います。   | Y | Y | Y | N | Y | Y | CPCの広告<br>商品にて利<br>用されます。   |
| 入札額+CTR<br>(配信比率型)   | ランダム化された広告グループの選択方法として課金額を使います。<br>例として広告1が5円の利回りを持ち、<br>広告2が10円の利回りを持っていたと<br>します。<br>この場合は、<br>広告2はの<br>広告1に対して、<br>おおよそ2/3<br>以上の配<br>信比率の<br>重みを持<br>ちます。 | Y | Y | Y | N | Y | Y | 従来の「入<br>札額+CTR」<br>では新しい<br>キャンペーン<br>を追加した<br>時に、徐々<br>にそのCTR<br>に適用する<br>ように広告<br>配信を行<br>います。<br>すぐに広告<br>配信を行っ<br>てパフォー<br>マンスを<br>発揮させ<br>たいとき<br>にご利用<br>ください。 |
| ランダム+優先度(配信比率型)      |   | Y | N | N | N | Y | Y |   |

広告サーバーはまず最初に、この広告商品が使われているキャンペーンを広告主フォルダごとに集約してオークションランキングの重みを初期化します。それから、集約されたキャンペーンごとの優先度を平均化して、それに基づいてランダムに並び替えを行います。この処理が完了すると、配信候補の広告グループはランダムに選択されます。

即ち、広告サーバーは広告主フォルダ内の有効なキャンペーンの平均優先順位を計算し、広告主フォルダの優先度に準じてランダムに広告グループを選択します。次のようなイメージです。

広告配信を行う際に、縦関係で順位をつけたい場合、CPC製品で利用してください。アウトプットはある程度変動します。

| 広告グループ  | 広告主フォルダ | 優先度 |
|---------|---------|-----|
| 広告グループ1 | フォルダ1   | 0.5 |
| 広告グループ2 |         | 0.3 |
| 広告グループ3 | フォルダ2   | 0.1 |

広告グループ1と2は同じフォルダ内のグループとなり、優先度の平均値が0.4になります。  
 フォルダ3はキャンペーンが一つだけで、その優先度は0.1なので、平均値も0.1です。  
 この2つの広告グループは広告グループ3に比べて優先的に(大体8割程度)配信が行われます。(優先度0.4vs0.1なので優先度が高い方が配信されます。)

|                    |  |   |   |   |   |   |   |  |
|--------------------|--|---|---|---|---|---|---|--|
|                    | <p>フォルダ1内では、ランダムで広告グループ1と広告グループ2のどちらかから配信される広告が選択されます。</p>   |   |   |   |   |   |   |  |
| 入札額+CTR+優先度(配信比率型) | <p>「ランダム+優先度(配信比率型)」と同様ですが、入札額に準じてランダム広告が配信されます。広告サーバは最初にこの広告商品が使われているキャンペーンを広告主フォルダごとに集約してオークションランキングの重みを初期化します。</p> <p>それから、集約されたキャンペーンごとの優先度を平均化して、それに基づいてランダムに並び替えを行います。この処理が完了し、優先度順にソートされた中から更に課金額によって配信広告が決定されます。次のようなイメージです。</p> | Y | Y | Y | N | Y | Y | <p>広告配信を行う際に、縦関係で順位をつけたい場合、CPC製品で利用してください。アウトプットはある程度変動します。</p> <p>配信される広告はパフォーマンスと収益に基づきます。</p> |

| 広告グループ  | 広告主フォルダ | 優先度 | 課金額 |
|---------|---------|-----|-----|
| 広告グループ1 | 1       | 0.5 | 10円 |
| 広告グループ2 | 2       | 0.3 | 5円  |
| 広告グループ3 | 2       | 0.1 | 20円 |

広告グループ1と2は同じフォルダ内のグループとなり、優先度の平均値が0.4になります。

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| <p>フォルダ3はキャンペーンが一つだけで、その優先度は0.1なので、平均値も0.1です。</p> <p>この2つの広告グループは広告グループ3に比べて優先的に(大体8割程度)配信が行われます。(優先度0.4vs0.1なので優先度が高い方が配信されます。)</p> <p>さらにフォルダ1内での配信比率が決定されます。広告1はの広告2に対して、おおよそ2/3以上の配信比率の重みを持ちます。(課金額が10円vs5円)</p> |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

## オークションとランキングの例

### Cxense Advertising オークションのワークフロー

単一の広告リクエストに対して返却される広告を決定するために複数のステージがあります。下記は、その概要です。

- リクエスト補完:**  
 広告のリクエストは、ユーザーの地域、デバイス、そしてCxense Analyticsからのデータに基づき追加のマッチング単語が補完されます。
- 候補の選択:**  
 マッチング条件(キーワード、地域、時間帯等)に基づき、リクエストに対して表示する広告の候補を決定します。これは、候補は0から数百になります。
- ランキング:**  
 候補になった広告は、それぞれ、広告商品で定義された**広告配信方式**に基づきスコア付けされます。その後、広告は、優先度でソートされ、スコアでソートされます。
- 重複除去:**  
 広告商品の定義に基づき、同じキャンペーンにおいて複数の広告を同一の広告スペースに表示させないなどのフィルタ処理が行われます。
- 課金:**  
 広告商品で定義した**課金モデル**に基づきランクされた広告の最終的なクリック単価(CPMの場合は、0です。)を決定します。このステップは、表示される広告の順序付けとは別に行われます。表示順番ではなく、あくまでも課金に関する処理が行われます。
- ポストオークションフィルタ:**  
 下記の条件に適合する広告は、

1. 資金不足 ( 配信制御による可能性)
2. 広告スペースが定義した最低価格を下回っている [1]  
表示する広告の候補から除外されます。

- 広告配信:  
広告サーバーによって、リクエストされた広告数が返却されます。

#### 成果モデルの例

オークションを運営するためには、利用する広告商品は、**広告配信方式**と**課金モデル**を選択する必要があります。

ご要望に応じて、各種モデルの選択は、非常に幅広くあります。

CPC広告商品を作成するときには、一般的に変動成果ランキングモデルと成果型課金モデルの組み合わせを選択します。

このような組み合わせで広告商品を作成した場合、広告リクエストに対する広告スペースの診断検索の結果は、以下のようになります。

| Product Id           | Ad Id                | Auction CTR      | Auction Bid      | Auction Expression                | Auction Cost / Pinned         | Priority | Auction Rank Weight | Notes  |
|----------------------|----------------------|------------------|------------------|-----------------------------------|-------------------------------|----------|---------------------|--|
| 000000000<br>000479d | 000000000<br>00047b2 | 0.0149781<br>121 | 200.00000<br>YEN | k:kw("apple"<br>mt=broad<br>l=en) | 995.0000<br>YEN /<br>995.0000 | 0.5      | 0.2995622<br>416    | YieldRankModel Using match score of 1.0 for expression k:kw("apple" mt=broad l=en) |
| 000000000<br>000479d | 000000000<br>00047b7 | 0.1490163<br>643 | 100.0000<br>YEN  | k:kw("apple"<br>mt=broad<br>l=en) | 13.0000<br>YEN /<br>13.0000   | 0.5      | 0.1490163<br>643    | YieldRankModel Using match score of 1.0 for expression k:kw("apple" mt=broad l=en) |
| 000000000<br>000479d | 000000000<br>00047ad | 0.0193660<br>378 | 100.0000<br>YEN  | k:kw("apple"<br>mt=exact<br>l=en) | 10.0000<br>YEN /<br>10.0000   | 0.5      | 0.0193660<br>378    | YieldRankModel Using match score of 1.0 for expression k:kw("apple" mt=exact l=en) |
| 000000000<br>000479d | 000000000<br>00047bc | 0.0000530<br>069 | 200.0000<br>YEN  | k:kw("apple"<br>mt=broad<br>l=en) | 10.0000<br>YEN /<br>10.0000   | 0.5      | 0.0001060<br>139    | YieldRankModel Using match score of 1.0 for expression k:kw("apple" mt=broad l=en) |

上記の情報から、下記のことになります。

- 候補の選択ステップで4つの広告が返却されています。(この例では、キーワード"apple"ですべて適合していますが、プロフィールデータから補完される他のクエリーがある場合、他の広告もマッチしていたかもしれません。)

- 変動成果ランキングモデルは、'Auction Rank Weight' カラムにスコアを生成します。(詳細は下記参照)  
そして、広告は、a) 広告の優先度(Priority)、でソートし、さらにb) ランクスコアでソートされます。
- 変更課金モデルは、"Auction Cost / Pinned"カラムにオークションコストを生成します。(単一の通貨を利用したブローカーは、常に同じ値となりますが、複数の通貨を利用したブローカーは、'pinned' が一般的な通貨となります)  
この数字が、クリック当たりに課金する金額となります。

ランクの計算:

変動成果ランキングモデルは、次の計算式を使ってスコアを算出します。

```
score = bid * ctr * expression_weight * ad_quality
```

where:

bid -> 選択されたキーワードに対して入札した金額

ctr -> この広告の予測CTR

expression\_weight -> 選択されたキーワードの重み。 This will be 1.0 for a "k="  
タイプの値の場合、1.0になります。コンテンツプロファイルやユーザープロファイルから生成する単語の場合、1.0以下の値になります。

ad\_quality -> 常に1.0に設定。

単純に上記の計算を適用します。(ここで、ad\_quality = 1, そして、expression\_weight = 1です。)

コストの計算:

変動課金モデルは、次のアルゴリズムを利用して、それぞれの広告のコストを決定します。

- 一番ランクの低い広告は、オークションの予約金額としてアサインされます。(例えば、広告商品 で定義した最低金額。この例では、4番目の広告のコスト10円がアサインされます。)
- その後、ランク順に上下ペアA&Bを生成します。(この例では、ペアは、3 & 4, と 2 & 3, と 1 & 2です。):
  - それぞれのペアに対してクリックコストを計算します。Bを表示する期待値より高いAを表示する期待値を作ります。  

$$\text{cost}_a = \text{bid}_b * (\text{ctr}_b / \text{ctr}_a)$$
 直感的に、もしAとBが同じCTRの場合、AのコストがBの入札額に設定されます。  
 もし、AがBより二倍の(あるいは半分)CTRの場合Aのコストは、Bの入札額の半分(あるいは倍)になります。
  - そして、1円(特定の通貨の最小単位)をcost\_aに追加します。そして、コストがオークションの最低入札額に達しているか確認します。

なので、この例では、:

広告 #4のコストは、オークションの予約金額である10円となります。

広告 #3に関しての計算式は、

```
cost_a = bid_b * (ctr_b / ctr_a)
= 200 YEN * 0.000053 / 0.019366
= 0.55 YEN
```

最後に1円を追加し、コストは依然としてオークションの予約金額以下であるので、最終コストは、10円に設定されます。

広告 #2 に関しての計算式は、:

```
cost_a = bid_b * (ctr_b / ctr_a)
= 100 YEN * 0.019366 / 0.149
= 12 YEN
```

最後に1円を追加すると、コストは13円になります。

最後に広告 #1に関しては、

$$\begin{aligned} \text{cost\_a} &= \text{bid\_b} * (\text{ctr\_b} / \text{ctr\_a}) \\ &= 100 \text{ YEN} * 0.149 / 0.01497 \\ &= 994 \text{ YEN} \end{aligned}$$

最後に1円を追加すると、クリックコストは、995円となります。

## 広告のクリックスルー率の予測

上記の例では、各広告のCTRがオークションにおいて既知であると仮定しています。これは、過去にクリックしたユーザーの歴史的な割合ではなく、現在のユーザーがクリックする可能性の予測に置き換えて利用できるという点に注目します。

歴史的なCTRは、予測の目安に役立つことができます。しかしながら、オークションで使われるCTRの代わりに利用することはできません。(例、ある広告が10インプレッションかあるいは、インプレッションが無く一度もクリックされていない場合、CTRは0%です。この場合の予測は不適切なものになります。)

現在私どもが利用している広告CTRの予測のアルゴリズムは、下記の組み合わせで行っています。

- 広告の過去のクリックとインプレッション数
- 現在の適合キーワードにおける広告の過去のクリックとインプレッション数
- 現在の広告スペースにおける広告の過去のクリックとインプレッション数
- プローカーの過去のクリックとインプレッション数

このリストには、私たちのCTRの予測技術がより高度なものになるように展開される可能性が高いと言えます。

CTRの計算方法に対するこのアプローチは、現実的にうまく動作しますが、若干の注意が必要です。

例としては、広告'A'のCTRが1%(プロカーの平均CTRの0.8%よりも良い数字であった場合)で広告'A'がキーワード'K'で適合している場合を考えます。

次に作成する広告'B'の入稿キーワードが'K'(それ以外のキーワードは設定しない)とします。広告スペースからのリクエストがキーワード'K'である場合、広告'A'が必ず表示されるようになり、広告'B'は広告'A'の予算が消化するまで決して表示することはありません。

これを改善するために、探究(CTRの計算の正確性を向上するためにインプレッションを発生させる)と業績(新しい広告を表示せずに現在の収益を最大化する)のトレードオフを行う必要があります。

## ベータランダム化CTR

このトレードオフを可能にする一つの方法としては、標準のCTRの計算アルゴリズムの代わりにベータランダム化アルゴリズムを利用することでプロカーの全トラフィックの少量部分(通常は、20%)を流用することで。

標準のCTRの計算アルゴリズムでは、可能な限り正確にCTRの予測を試みます。ベータCTRアルゴリズムでは、予測の不確実性を考慮し、可能性が高い値(技術的な事後確率)の範囲からCTRを予測します。

例えば、次のようなインプレッション数の4つの広告があるとします。

| 広告 | インプレッション  | クリック | CTR      | ベータ予測             |    |
|----|-----------|------|----------|-------------------|----|
| A  | 1,000,000 | 1001 | 0.001001 | 0.00095 - 0.00105 |    |
| B  | 1,000     | 1    | 0.001000 | 0.00200 - 0.00010 |    |
| C  | 1,000,000 | 4999 | 0.004999 | 0.00475 - 0.00525 |    |
| D  | 1,000     | 5    | 0.005000 | 0.01000 - 0.00050 |    |
| E  | 0         | 0    | ?        | 0.05000 - 0.00005 | 標準 |

'標準'のCTRアルゴリズムでは、常に'CTR'列を利用してCTRを予測します。

ベータCTRを利用すると、予測範囲(注意:数字は単にサンプルで、実際の範囲ではありません。予測の値は実際のCTRに向かって偏っていきます。[http://en.wikipedia.org/wiki/Beta\\_distribution](http://en.wikipedia.org/wiki/Beta_distribution))のように予測されたCTRを生成します。

ベータディストリビューションでは、AとBがオークションになったら、両方の勝率はおよそ50%です。

標準のアルゴリズムでは、広告Aは、予測されたCTRがB以上の場合、常に表示されます。同様に、ベータディストリビューションのもとでは、CとDが仮に同じオークションの場合、50%の確率でインプレッションを発生します。一方、標準のアルゴリズムでは、Dがすべてのインプレッションになります。

しかしながら、AとCが同じオークションの場合、標準のアルゴリズムとベータディストリブーションの両方において、Cが常に選ばれることになります。なぜならば、1,000,000インプレッションにおける実績として高いCTRを出したCがもっとも確信があると言えるからです。

最後にBとDが同じオークションで競い合った場合、標準のアルゴリズムは常にDを選択し、一方ランダムアルゴリズムでは、通常(90%くらいの確率で)Dを選択します。

A対CとB対Dの違いは、どの程度CTRの算出に自信があるかになります。

- A対Cにおいて、大量のデータがあります。なので、AよりもCを選択することに自信をもてます。
- B対Dにおいては、限られた量のデータしかないので、DがBよりも上回ることを暗に示しますが、Bをたまたま選択することで本当にそうなのかを確認します。  
より多くのデータが蓄積されても、CTRの値を保持していると仮定される場合、Bは次第に表示されるようになります。

ユーザーの80%は、標準を利用し、20%は、ベータを利用することで、探究と業績のより良いトレードオフが行われます。

[1]: ほとんどのケースにおいて、このフィルタリングを避けるために、広告スペース(広告商品ではなく)の最小価格を0にすることを推奨します。

### 地域ブースト変動成果ランキングモデル

Sorts in descending order by location boosted yield. The 'boost' score is ~25% boost for a closer geographic locational match.

#### Scenario 1

Advertiser A bids \$1 for the location 'NY'

Advertiser B bids \$0.8 for the location 'New York City'

#### Outcome

An Ad request for 'New York City' will return Advertiser B before Advertiser A.

#### Further Information

The location boosting of 25% offsets the bid price of Advertiser B of \$0.80 by \$0.20 thereby making the 'relevancy-determinant bid' akin to  $\$0.80 + \$0.20 = \$1.00$ .

### ナチュラルランキングモデル

このランキングモデルは、最適な配信を行うためのアルゴリズムを介しません。掲載期間保証型広告商品に対して利用されます。

### ランダムランキングモデル

このランキングモデルを利用すると広告をランダムに配信することができます。



広告はまず優先度順にソートされ、同じプライオリティの広告の中からランダムに配信されます。したがって他と比べてプライオリティが低いキャンペーン/広告は配信されません。



複数の連続したリクエストにおいて、同じ広告が表示される可能性もあることをご注意ください。

### シンプルCPMランキングモデル

ランダムランキングモデルに近いモデルです。シンプルCPMランキングモデルは、キャンペーンに対する配信レートも考慮した動きになります。



このランキングモデルは、CPM広告商品に対してのみ設定が行えます。

### 変動成果ランキングモデル

変動成果ランキングモデルが、変動成果型課金モデルの広告商品に設定されると、広告の表示は成果の降順、つまり成果が高い順にソートされます。

変動成果ランク(広告の優先度とポジション)は、複数のデータから計算されます。計算に利用されるデータは、広告クオリティ、CTR、入札額、インプレッション/クリック価格などです。

## レポート

### Cxense Advertising レポートの概要

レポートフレームワークは、在庫管理を最適化するツールをユーザーにご提供します。

## レポートページの構成

すべてのレポートは、下図の緑部分のように共通コンポーネントを利用しています。

The screenshot shows a reporting interface with a blue header and a green main content area. The header includes 'ブランディング' (Branding), 'メインのナビゲーション' (Main Navigation), and 'ユーザーのタスク' (User Tasks). The main content area is divided into several sections: '現在の場所' (Current Location) with a breadcrumb trail, '広告主向' (Advertiser-oriented) report name and 'アイテム' (Item) reference object name, 'オブジェクトタイプの選択' (Object Type Selection), and a table of metrics. The table has columns for 'ユニークユーザー数' (Unique Users), 'インプレッション' (Impressions), 'クリック' (Clicks), 'クリック (不正クリック含む)' (Clicks including invalid), '直接コンバージョン' (Direct Conversion), '間接コンバージョン' (Indirect Conversion), 'CTR' (Click Through Rate), '平均単価' (Average Price), '平均費用(CPC)' (Average Cost Per Click), and '平均費用(CPA)' (Average Cost Per Acquisition). The table shows data for dates 13/01/02 through 13/01/08. A footer section is also visible.

### 現在参照しているレポートの場所

パン屑は、レポートの実行場所の情報を表示します。親のオブジェクトリンクをクリックすることにより、同じレポートを上レベルで再作成できます。これにより、システムのオブジェクトの階層を簡単に行き来できるようになります。(例、広告主向け>広告主アカウント>キャンペーン>広告>クリエイティブ)  
そして、日付範囲やレポート種別、グループ化情報を再び定義しなおすことなく、どの場所へも戻ることができます。(例、クリエイティブ表示から広告主フォルタへ)

The screenshot shows the navigation bar with the 'CX::ad' logo and several buttons: 'ダッシュボード' (Dashboard), '広告主向け' (Advertiser-oriented), 'サイト運営者向け' (Site Operator-oriented), '広告商品' (Advertising Product), and 'レポート' (Report). Below the buttons is a breadcrumb trail: 'レポートダッシュボード' (Report Dashboard) > 'すべてのアイテム' (All Items) > 'フォルダ名' (Folder Name) > 'キャンペーン名' (Campaign Name) > '広告名' (Ad Name).

### すべてのレポートリスト

レポートページの右上のドロップダウンリストを使用することで、全てのレポートページに簡単にアクセスすることも可能です。ただし、アクセス権があるレポートのみ表示されることに注意して下さい。

レポート名 & 現在のオブジェクト名

ページのタイトルには、現在のレポートの種類とどのオブジェクト(キャンペーン名や広告名など)のレポートかを表示しています。表示形式は、"レポート名-オブジェクト名"となります。他のオブジェクトのレポートを見る場合には、パンくずリストやキャンペーンや広告、クリエイティブの各リストからオブジェクト名をクリックします。

## 広告主向けパフォーマンス - すべてのアイテム

レポートの日付範囲 - クイックな選択 & カスタム

レポートでの集計期間は、レポート画面右上の期間が表示されている箇所をクリックして、任意の期間を選択することができます。

日付範囲の選択を簡素化するために、あらかじめいくつかの項目を用意しております。

選択可能な期間は下記のとおりです。これとは別に任意の期間も選択することが可能です。

| Quick selection Item | Description      |
|----------------------|------------------|
| 今日                   | 本日の現時点までのデータ     |
| 昨日                   | 昨日のデータ           |
| 過去7日                 | 6日前から本日のデータ      |
| 過去30日                | 29日前から本日のデータ     |
| 今月                   | 今月の1日から本日のデータ    |
| 先月                   | 先月の1日から先月末までのデータ |



注意

上記表にない期間を指定したい場合には、任意の期間をボックスに入力します。

日付範囲 \* 13/01/03  \* 13/01/09 

今日 | 昨日 | 過去7日 | 過去30日 | 今月 | 先月

任意の期間は下記で指定することができます。また、カレンダーアイコンをクリックすることでキーボード入力なしで日付を選択できます。

### オブジェクトタイプの選択

下記のタブを切り替えることにより、レポート表示するオブジェクトタイプを変更することができます。

これを切り替えることにより、日付や広告主フォルダー、キャンペーン、広告、クリエイティブなどのレポートを参照することができます。

| 月         | 週      | 日               | 広告主向けアカウント | キャンペーン | 広告 | クリエイティブ |
|-----------|--------|-----------------|------------|--------|----|---------|
| ユニークユーザー数 | 11     | インプレッション        | 250        |        |    |         |
| クリック      | 23     | クリック (不正クリック含む) | 42         |        |    |         |
| 直接コンバージョン | 0      | 間接コンバージョン       | 0          |        |    |         |
| CTR       | 9.2%   | 平均位置            | 1          |        |    |         |
| 平均費用(CPC) | ¥88    | 平均費用(CPM)       | ¥8,129     |        |    |         |
| 費用        | ¥2,032 |                 |            |        |    |         |



### レポート合計

表示しているオブジェクトの各項目の合計値は、レポート内の下記の箇所で見ることができます。

| 月         | 週      | 日               | 広告主向けアカウント | キャンペーン | 広告 | クリエイティブ |
|-----------|--------|-----------------|------------|--------|----|---------|
| ユニークユーザー数 | 11     | インプレッション        | 250        |        |    |         |
| クリック      | 23     | クリック (不正クリック含む) | 42         |        |    |         |
| 直接コンバージョン | 0      | 間接コンバージョン       | 0          |        |    |         |
| CTR       | 9.2%   | 平均位置            | 1          |        |    |         |
| 平均費用(CPC) | ¥88    | 平均費用(CPM)       | ¥8,129     |        |    |         |
| 費用        | ¥2,032 |                 |            |        |    |         |



合計値が、各項目を足しあわせた値と異なる場合があります。これは、小数点第3位までしか表示していないためです。

### グラフ

レポートでは、グラフを使用して直感的に確認できるようになっております。グラフに表示される項目は、レポートにリスト表示されている項目の上位10件となります。リスト表示される項目は、ソートなどを使用することにより変化します。グラフもその結果にあわせて変わります。

ただし、タブで月、週、日を選択時には、項目は1つしかないため、1つの線のみが表示されます。



オブジェクトの表示テーブル

タブで選択した種別のオブジェクトが、下記のように表形式で表示されます。

### 10 キャンペーン

| 名前 ^                                | ユニークユーザー数 <sup>◇ ?</sup> | インプレッション <sup>◇</sup> | クリック <sup>◇ ?</sup> | クリック (不正クリック含む) <sup>◇</sup> | 直接コン |
|-------------------------------------|--------------------------|-----------------------|---------------------|------------------------------|------|
| <a href="#">CPC<br/>キャン<br/>ペーン</a> | 1                        | 21                    | 1                   | 1                            |      |
| <a href="#">イ<br/>ンプ課<br/>金</a>     | 1                        | 46                    | 3                   | 4                            |      |
| <a href="#">キ<br/>ャンペ<br/>ーン名</a>   | 0                        | 0                     | 0                   | 0                            |      |
| <a href="#">ク<br/>リスマ<br/>ス特集</a>   | 11                       | 125                   | 0                   | 1                            |      |

広告主フォルダー、キャンペーン、広告、クリエイティブのタブを選択時に、表にアクション列が表示されます。その中の矢印アイコンをクリックすることで、そのオブジェクトの設定画面に簡単に遷移することができます。ただし、これは、月、週、日のタブでは表示されません。

## インタラクションガイド

広告主向けパフォーマンス は、オブジェクトを選択するタブにより、特定のオブジェクトレポートを簡単に見ることができます。また、表の中のオブジェクト名をクリックすることで、そのオブジェクトだけに絞ったレポートを確認することができます。その後、異なるタブでさらに絞り込むことも可能です。

広告主アカウント/フォルダでの絞り込み

キャンペーンでの絞り込み

広告での絞り込み

クリエイティブでの絞り込み

レポータブをクリックすることで、各オブジェクトへの絞り込みが可能

パン屑を利用することで階層を自由に移動できます。

広告主向けパフォーマンスとサイト運営者向けパフォーマンスについては、それぞれのページをご参照下さい。

## よくあるお問い合わせ

### レポート

- CTR・ポジティブCTR・グロスCTRの算出方法
- キャンペーン毎のレポートをAPIで取得したい
- コンバージョントラッキングの設定
- レポートの表示列の設定手順
- 与信額に達しそうなアカウント一覧

## 広告主の実績レポート

広告主のレポートとして下記を提供しております。

- 広告主の実績

### 広告主の実績

広告主の実績は、様々なビューのレポートを提供しています。

- 月単位の広告主の実績
- 週単位の広告主の実績
- 日単位の広告主の実績
- キャンペーン単位の広告主の実績
- 広告単位の広告主の実績
- クリエイティブ単位の広告主の実績

追加で、ユーザーは、上記のレポートに加えて、下記のドリルダウンを行うことができます。

キャンペーン単位で、広告主の実績を参照している場合、ユーザーは次のオプションが利用できます。

- 月単位のキャンペーンの実績
- 週単位のキャンペーンの実績
- 日単位のキャンペーンの実績
- 時間単位のキャンペーンの実績
- 広告単位のキャンペーンの実績

- クリエイティブ単位のキャンペーンの実績

その後、さらにドリルダウンを行えます。

広告単位のキャンペーンの実績を参照している時、ユーザーは次のオプションが利用できます。

- 月単位の広告の実績
- 週単位の広告の実績
- 日単位の広告の実績
- 時間単位の広告の実績
- クリエイティブ単位の広告の実績

その後、さらにドリルダウンを行えます。



レポートダッシュボードの各タブで表示できる件数は最大6000件です。6000件を超える場合には上位で絞り込む(例えば広告単位であればキャンペーンからドリルダウンする)か、[Statistics REST API](#) をご利用ください。

クリエイティブ単位の広告の実績を参照している時、ユーザーは次のオプションが利用できます。

- 月単位のクリエイティブの実績
- 週単位のクリエイティブの実績
- 日単位のクリエイティブの実績

#### 表示項目

全ての広告主向けレポートは、表示項目に次のデータを表示します。

- インプレッション
- クリック
- 平均 CTR
- 平均位置
- 平均費用(CPC)
- 費用



CPMキャンペーンのレポートで表示されるインプレッションの数値が、当該キャンペーンの「配信期間」タブで表示されるインプレッションの実績数値と若干の差分が発生する場合があります(レポートの数値のほうが小さい)。この誤差は現状のシステムアーキテクチャ上避けることができませんのでご容赦ください。インプレッションの数値としてはキャンペーンの「配信期間」タブの数値を「正」とみなしてください。

## サイト運営者の実績レポート

サイト運営者向けレポートでは、下記の2つを提供しております。

- [サイト運営者の実績](#)
- [広告商品パフォーマンス](#)

### サイト運営者の実績

サイト運営者の実績は、様々なビューでレポートを参照できます。

- 月単位のサイト運営者の実績
- 週単位のサイト運営者の実績
- 日単位のサイト運営者の実績
- 広告スペース単位のサイト運営者の実績

追加で、ユーザーは、上記のレポートに加えて、下記のドリルダウンを行うことができます。

広告スペース単位のサイト運営者向けフォルダパフォーマンスを参照している時、ユーザーは、レポートに表示された広告スペースのいずれかをクリックすることで次のオプションを利用できます。

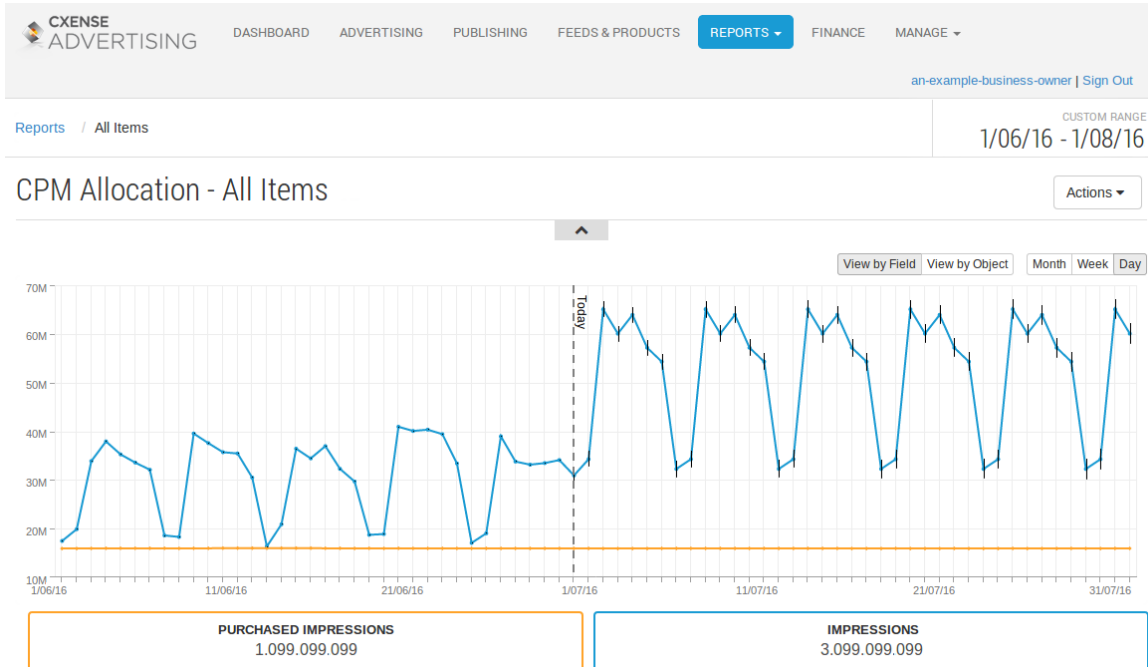
- 月単位の広告スペースの実績
- 週単位の広告スペースの実績
- 日単位の広告スペースの実績
- 時間単位の広告スペースの実績

## 表示項目

すべてのサイト運営者向けレポートは、表示項目に次のデータを表示しています。

- リクエスト
- インプレッション
- ポジティブリクエスト
- クリック
- CTR
- 平均広告数
- 適合率

## CPM購入実績と予測



### Overview

このレポートは、インプレッション課金型 (CPM) の広告商品に対する予約済みのインプレッションの情報を提供します。

下記の情報を参照することができます。

1. 予約済みのインプレッション数
2. 下記のインプレッション数
  - 過去データ
  - 予測データ

予測データは、過去のインプレッション数のトラフィックパターンを元にアルゴリズムを利用して、自動的に生成されます。インプレッション予測は、広告スペースの適合度が100%だった場合のインプレッション数を提供します。



注意: CPM購入実績と予測のレポートは、クリック課金型 (CPC) や期間掲載保証型の広告商品では表示されません。

## レポートの日付範囲の設定

画面右上の日付選択コンポーネントで設定を行うことができます。下記のような日付を選択することもできます。

- 明日,

- 次の 7 日間,
- 次の 30 日間,
- 今月
- 来月

また、任意の日付を指定することができます。過去の日付を指定した場合には、過去データが取得できます。

過去と未来の両方の日付を指定した場合、「本日」とラベリングされた点線がレポート内に表示されます。

点線の右側と左側のデータは、それぞれ下記データが表示されます。

- 点線より左側の過去データは、すべて実績に基づくデータ
- 点線より右側の予測データは、すべて予測に基づくデータ

**i** 注意: 予測インプレッションは、過去データのインプレッションが増加すれば予測インプレッションも増加します。予測インプレッションは、100%の適合度で配信されていることが前提に算出されます。

## 広告商品の実績

広告商品の実績は、システム内で定義された広告商品の情報を提供します。

この広告商品の実績は、ビジネスオーナーのみ参照することができます。そして、定義された広告商品とすべてのネットワークで稼働している広告スペースに関する統計情報を提供しています。

レポートタブから「広告商品の実績」を選択することでアクセスすることができます。



広告商品や配信規則、広告スペース毎のレポートを月、週、日、時間単位のグループオプションがあります。

これらのグループオプションは、レポート画面の各タグをクリックすることによりドリルダウンでき、ご要望に応じたレポートを表示するために利用されます。

- 広告商品を選択し、どの配信規則が最もCTRが高いかを確認できます
- 配信規則を選択し、どの広告スペースが最もリクエストがあったかを確認できます
- 月を選択し、どの配信規則が最も適合率が高く、その配信規則に対してどの広告スペースが最もCTRがよかったかを確認できます。他にも様々な組み合わせがあります。

これらのデータは、実際に発生したデータとなります。今後、シーズン毎の動向やサイト追加などのイベントがある際のトラフィック見積みなどをする際にも役立てられます。

## ファイナンス

ファイナンスタブは、現在ログインしているユーザーで参照可能なファイナンスアカウントを参照したり管理したりするために利用します。1つ以上の参照可能なファイナンスアカウントがある場合、アカウントリストが表示されます。参照可能なファイナンスアカウントが1つのみの場合、そのファイナンスアカウントの詳細情報が表示されます。

- ビジュアルガイド
- ファンナンスアカウントの管理
- アカウントタイプ
  - 請求アカウント
  - 売上アカウント

## ビジュアルガイド

The screenshot displays the CXENSE ADVERTISING dashboard. On the left, there are navigation tabs for 'アカウントの詳細' (Account Details), 'トラザクション履歴' (Transaction History), '支払い履歴' (Payment History), and '支払いを実施' (Execute Payment). The main content area is split into two panels. The left panel, titled 'シーセンス', shows account details for a '請求アカウント概要' (Request Account Summary) with a status of '有効' (Active) and a balance of '¥0'. It includes fields for account number, external ID, support email, tax rate, and time zone. The right panel, titled 'ファイナンスダッシュボード', shows a table of accounts with columns for name, account number, status, type, and balance. The table lists accounts for '広告主A', '共有の請求アカウント', 'テスト株式会社', and 'シーセンス'.

## ファンナンスアカウントの管理

ファイナンスアカウントを管理するためには、単にファイナンスアカウント名のリンクをクリックします。するとそのファイナンスアカウント詳細が表示され、下記の操作が行えます。

- アカウント名の編集 - アカウント名の隣にある鉛筆アイコンをクリックしてください。
- アカウントの有効化と無効化
- アカウントの更新 - 名前や利用通貨、住所等アカウント詳細情報の編集
- トランザクション履歴の参照 - このアカウントに関連するトラザクションの参照
- 支払い履歴の参照 (請求アカウントのみ有効) - このアカウントに関連する支払いの参照
- 支払いを実施 (請求アカウントのみ有効) - このアカウントでオンラインのクレジットカードペイメントの実施

## アカウントタイプ

下記2つのファイナンスアカウントタイプがあります。

### 請求アカウント

広告配信を行うためには、広告の料金を課金するために**請求アカウント**が必要です。

### 売上アカウント

広告配信による売上を管理するために**売上アカウント**が必要です。

## 請求アカウント

請求アカウントは、Cxense Advertisingにおける広告配信を行うために広告主により作成されます。有効な請求アカウントのオプションの機能と設定は、ブローカーが設定した外部ペイメントゲートウェイに依存します。

Cxense Advertising は、標準のペイメントゲートウェイを提供しています。標準のペイメントゲートウェイ**NetAXept**又は**Paypal** は、標準でファイナンス統合するための情報を提供しています。ペイメントゲートウェイの設定は支払いが開始される前に実施する必要があります。

### 支払い方法

支払い方法は、下記2つがあります。

- 前払い: Cxense Advertisingで課金発生前に請求アカウントに入金し、その分だけシステムを利用できます。
- 後払い: 入金前は、与信額で設定された金額までシステムの利用ができます。

## 支払い方式

支払い方式は、Visa, Mastercard or American Expressなどに加えて、PayPalをサポートしています。


後払いアカウントを有効にするには、ユーザーは、**支払いの実施**を行う必要があります。ユーザーは、特定のファイナンスアカウントのすべてのトランザクションの詳細なリストによって、いつでも未払いの支払いリクエストを参照できます。

## 支払いの税金

消費税の設定は、アカウントの税率項目で設定できます。その場合、発生した料金の税抜き金額も管理されます。

## 支払いの実施

請求アカウント に対する支払いの実施の方法を下記で説明します。

 ペイメントゲートウェイが設定されている場合の支払いにのみ操作可能です。

## ステップ

ファイナンスタブをクリックして、アカウントのリストを表示させます。そして、既知のアカウントを探す場合は、検索フィールドに条件を入力して絞り込みを行い探し出すこともできます。



The screenshot shows the 'Finance Dashboard' in the Cxense Advertising system. At the top, there are navigation tabs for 'ダッシュボード', '広告主', 'サイト運営者', 'ビジネスオーナー', 'レポート', 'ファイナンス', and '管理'. The 'Finance Dashboard' title is prominently displayed. Below the title, there are search filters for '名前' (Name) and 'アカウント番号' (Account Number). A table lists the accounts with columns for '名前', 'アカウント番号', 'ステータス', 'アカウントタイプ', '残高', and '税率'. One account is listed with the name 'シーセンス', account number '41-2624-1804', status '有効', type '請求', balance '¥0', and tax rate '8%'.

アカウント名の上をクリックして、アカウントの詳細情報を表示させます。



The screenshot shows the detailed view of the 'シーセンス' account. The page title is 'シーセンス' with an 'アクション' dropdown menu. On the left, there are navigation links for 'アカウントの詳細', 'トランザクション履歴', '支払い履歴', and '支払いを実施'. The main content area is titled '請求アカウント概要' and displays key information: 'ステータス' (Status) is '有効' (Valid), and 'アカウント残高' (Account Balance) is '¥0'. Below this, there is a section for 'アカウント詳細' (Account Details) which includes: 'アカウント番号' (41-2624-1804), '外部リファレンス' (4126241804), '連絡先メールアドレス' (support\_jp@cxense.com), '税率' (8%), '与信超過時の設定' (残高関係なく広告が配信されます), '通貨' (JPY), 'タイムゾーン' (Asia/Tokyo - 日本標準時), and '住所' (日本, 150-8512, 東京都, 渋谷区, 桜ヶ丘町26-1).

支払いを実施リンクをクリックすることで、支払金額を選択する画面が表示されます。

Financial transactions are made via our external payment provider, PayPal, where you will be redirected to by clicking on the button below.

外部支払いのプロバイダーが金融取引を完了した後に、私は返選ができないことを理解し同意いたします。

支払額を選択したら、支払いボタンをクリックします。すると、ペイメントゲートウェイ提供会社が提供するクレジットカード情報の入力画面が表示されます。

クレジットカード情報の詳細の入力を完了し、Payボタンをクリックすると、Cxense Advertisingの画面に戻り、アカウント詳細の上のメッセージに支払いのステータスが表示されます。

## 売上アカウント

売上アカウントは、Cxense Advertising における広告配信において得た収益が計上されるファイナンスアカウントになります。

これは、サイト運営者によって作成されます。

**!** 売上アカウントは各パブリッシャーに対して一意です。全てのフォルダと広告スペースに売上が計上されます。

### 売上アカウントの作成

売上アカウントはメインメニューのファイナスタブから売上アカウントの作成を選択します。

**!** 売上アカウントを作成するには最低でも1つのパブリッシャー権限が必要です。

## 予算と統計値を理解する

### Cxense Advertising

は予算に関するデータ(予算と予算残高)と統計値に関するデータ(レポート運用に使用されるインプレッションとクリックイベント)を格納するために別々のデータストアを使用します。

システム内にこれら2つのデータストアを保持するにはビジネス上、技術上、いくつかの理由があります。

- 各イベントのデータを適宜処理し、記録する
- 最適なクエリ速度と抽出を素早く行うために、格納された統計データを構造化する
- 予算を使い果たした後、超過を最小限にするために予算残高の監視をリアルタイムに近づける

### どのデータが格納され、どのように使用されますか？

#### 予算

予算という言葉はCxense Advertising内の財務活動を指します。具体的には以下の通りです。

- 契約残高の更新による予算残高の更新
- CPCクリック後の予算残高の更新
- 掲載期間保証型の購入時及びCPM完了後に契約費用に対する予算残高の更新
- 契約、フォルダ、キャンペーン、広告レベル予算に対する予算残高の監視と更新
- 予算残高と配信制御を基づく広告配信の有効化または無効化

予算データはCxense Advertising の様々な領域で公開されています。

- 予算残高
- UI上の予算ビューワとエディタ
- CPM契約のインプレッションと残りの値
- 勘定残高と残高が少ないアカウント一覧の抽出値

#### 統計値

統計システムは各インプレッションとクリックイベントを記録し、在庫商品に対してこれらのカウントを保存する責任を負っています。例えばクリックが受信されると、統計システムはクリエイティブの親広告、キャンペーン、広告主アカウントなどと同様に、クリックが発生したクリエイティブと広告スペースに対して、このクリックを記録します。

- イベントタイプ - インプレッションまたはクリック
- イベント日時
- イベントに対する費用(CPCのクリック費用またはCPMのインプレッション費用)
- イベントがフィルタリングされた場合(例:不正検出)
- イベントが過大とマークされた場合(詳しくは[予算超過](#)をご覧ください)

統計データはシステム内で以下のシーンで公開されます。

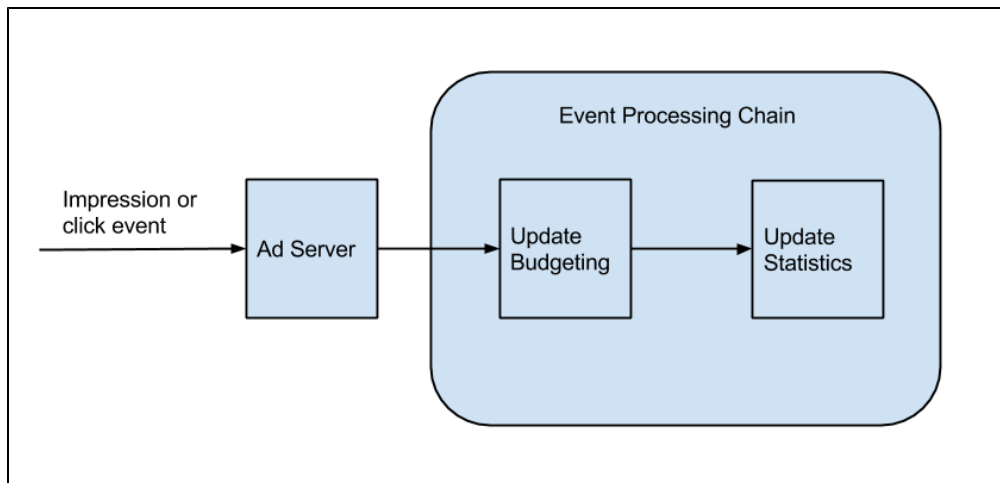
- 画面レポート(全ての広告主、サイト運営者、広告商品レポートは統計データによって記録されます)
- 画面のナビゲーションリスト(例えば、キャンペーンリストは統計情報を含むキャンペーン詳細が表示されます)
- データ抽出(データ抽出はクリック数とインプレッション数の統計情報が使用されます。在庫配信、運用費、広告クリエイティブパフォーマンス抽出の全てがそれらの費用の値に使用します)

### どのような問題が起こりえますか？

アドサーバーはインプレッションまたはクリックイベントを受けた後、そのイベントを一連のイベント処理に渡します。予算や統計値の更新を含む、処理中の各イベントがとる幾つかのアクションがあります。この処理中に問題が発生すると、データに不一致の生じる可能性があります。

#### 予算と統計値の差異

イベント処理中にエラーが発生した場合、予算は更新されますが、イベントが統計値に適用されません。その結果、予算と統計データの間に矛盾が生じます。



この問題が発生した場合、システム全体で予算と統計データが表示されている箇所で見られることがあります。例えば、キャンペーン予算はキャンペーンの広告レポートに表示されている以上に消費されている可能性があります。

予算と統計値間の差異は通常非常に小さいのですが、ネットワークまたはサーバーに重大な断絶が発生した後は大きな影響を与えます。

### 親構造(ツリー構造)内での統計値の差異

イベントが統計システムに送信されると、それは多数の在庫アイテムに対して記録されます。

広告主にはクリエイティブ、広告グループ、キャンペーン、アカウント、フォルダ、ホームコンテナが含まれ、サイト運営者の場合には広告スペース、フォルダ、アカウント、ホームコンテナが含まれます。

イベントの処理中にエラーが発生すると、この構造に矛盾を生じる可能性があります。これは広告主の合計がサイト運営者の合計と正確に一致しない、異なるドキュメントタイプでグルーピングした時に合計値が異なる(例えば、レポートがキャンペーンで見たとときと広告グループで見たとで合計が異なる)可能性があることを意味します。

システムの継続的な改善により、このシナリオが発生することは非常に稀ですが、発生した場合に通常その差異は非常に小さいものとなります。

## 管理

管理タブでは、様々な管理業務を行うためのリンクをご提供しています。ユーザーのロールに応じて、表示される項目が変わります。

### システム管理

- Insightの設定情報** — この機能は、Cxense AdvertisingへCxense Insightからのカテゴリデータ提供を可能にするものです。ユーザー名とAPIキーによって両システムを結びつけ、管理するようにしています。今後さらに多くの機能がCxense Advertisingで利用可能になる際は、同様に結び付けられるようになります。
- システム設定の管理** — システム設定の管理機能は、システム設定を変更することで、特定のロールをシステムで有効化することができます。今後より多くの機能を付与していく予定です。これによりブローカーが管理できる箇所が増え、設定が容易になっていくため、導入が効率的に行えるようになります。
- ローカライズリソースの管理** — ブローカーは、Cxense Advertisingの管理画面のテキスト表記をカスタマイズできます。カスタマイゼーションは、主に下記2つのシナリオで行えます。

- **不正クリック管理** — 不正クリック管理ページでは、ブローカーがクリックイベントが不正だと判断するかどうかの制御をするための様々な設定を行うことができます。ご要望に応じたシステムの設定を行うためにトグルをオンオフすることでフィルタを行うか設定できます。該当のドキュメンテーションを参照し、各フィルターがどのような動作をするかご理解の上設定を行なってください。

## ファイナンス管理

- **データ抽出のスケジューリング設定** — データ抽出のスケジューリング機能で、自動的にデータ抽出を指定した間隔で行うことができます。
- **ファイナンスアカウントの管理** — システム内のファイナンスアカウントの与信額や支払い方法(後払い、前払い)などが管理できます。
- **収益の分配管理** — このページは、システム管理者が、現在のすべての広告スペースの収益の分配の設定方法を説明しています。
- **各種実績データの抽出** — Cxense Advertisingの各種実績データ抽出機能は、分析レポートで利用するためや外部システムのレポート機能や請求機能で利用するためにシステムからデータをエクスポートすることができます。現在4つのデータ抽出機能は、要求に応じた実行ができるようになっております。そして、それぞれは、毎晩自動的に実施することができます。抽出されたデータは、システムのデータの特定の表示を行うことができます。
- **支払いの管理** — このページでは、システム管理者によるシステム内のすべての支払いリクエストの参照方法について説明します。
- **標準の収益分配率の設定** — このページでは、システム管理者がシステム管理コストの設定を行う方法について説明しています。そして、広告スペースに対する標準の収益分配率の定義方法についても説明します。
- **標準税率の設定** — このページでは、システム管理者が請求アカウントの各種トランザクションに対して適用する消費税やVATのシステムのデフォルト定義の方法をご案内しています。

## ユーザー向けロールとセキュリティ

- **権限** — Cxense Advertisingで用意している権限毎の役割についてまとめます。

## ユーザー管理

- **ユーザーの管理** — ユーザーの管理機能は、システム内にいるユーザーの検索機能や必要に応じたユーザーの詳細情報の変更が行えます。
- **ユーザーの追加**
- **共有フォルダの管理** — 共有フォルダの管理機能を利用すると他のユーザーにインベントリを共有することができます。そして、特定のユーザーに対して、フォルダの存在を隠したり、見せたり設定することができます。複数のユーザーを招待する機能を提供し、それぞれ個々に対して特定のフォルダだけを見せれるように設定することもできます。

## ユーザー設定

- **パスワードの変更** — すべてのユーザーは、このページにアクセスすることによって、いつでもパスワードの変更を行うことができます。
- **基本情報の変更** — ユーザーの設定ページでは、いつでも、次のユーザーの詳細情報を管理できます。
- **設定の変更** — システム内の各ユーザーごとに次のオプションを設定できます。

## 広告主向け管理

- **入札キーワードのブロック設定** — 入札キーワードのブロックを行うことによって、そのキーワードは、キーワードターゲティングテンプレートで入札できなくなります。
- **到達URLのブロック設定** — 広告主によって設定される到達URLにブロックされたURLが適用されます。もし、広告がシステムでブロックされた到達URLを使う場合には、この広告は配信されません。ブロックされていない有効な到達URLを設定するまでは除外され続けます。

## 広告主向け管理

### 入札キーワードのブロック設定

入札キーワードのブロックを行うことによって、そのキーワードは、キーワードターゲティングテンプレートで入札できなくなります。

### 到達URLのブロック設定

広告主によって設定される到達URLにブロックされたURLが適用されます。もし、広告がシステムでブロックされた到達URLを使う場合には、この広告は配信されません。ブロックされていない有効な到達URLを設定するまでは除外され続けます。

## 入札キーワードのブロック設定

入札キーワードのブロックを行うことによって、そのキーワードは、キーワードターゲティングテンプレートで入札できなくなります。

この機能は、ブローカーとシステム管理者が設定可能です。キーワード項目にキーワードを入力して「ブロックする入札キーワードを追加」をクリックすることでブロックするキーワードを追加することができます。

| キーワード      | 検索方式 | 言語       | アクション |
|------------|------|----------|-------|
| ブロックキーワード  | 部分一致 | 日本語 (ja) | 削除    |
| ブロックキーワード3 | 部分一致 | 日本語 (ja) | 削除    |
| ブロックキーワード2 | 部分一致 | 日本語 (ja) | 削除    |
| ボディピダス     | 部分一致 | 日本語 (ja) | 削除    |
| 事件         | 部分一致 | 日本語 (ja) | 削除    |
| 封筒         | 部分一致 | 日本語 (ja) | 削除    |

この設定は、システムワイドの設定になります。ブロックしたキーワードは、全ての広告主のキーワードターゲティングに影響を及ぼします。

一度上記のように設定すると広告主は、キャンペーンや広告にそれらのキーワードで入札を行えなくなります。広告主が既にそれらのキーワードを既に設定していた場合には、広告サーバーでそのキーワードが無視され、そのキーワードでマッチすることはありません。ただし、広告からそれらのキーワードを削除するわけではなく無効化します。これは、そのキーワードに対してのレポートデータなどを保持するためです。

## 到達URLのブロック設定

広告主によって設定される到達URLにブロックされたURLが適用されます。もし、広告がシステムでブロックされた到達URLを使う場合には、この広告は配信されません。ブロックされていない有効な到達URLを設定するまでは除外され続けます。

この機能は、不正なサイトやユーザーの気分を害するサイトなどさまざまな理由でブロックしたいサイトをブローカーとシステム管理者がリストに設定できます。

| URL                    | アクション |
|------------------------|-------|
| http://banana.com      | 削除    |
| http://test.banana.com | 削除    |
| test.banana.com        | 削除    |
| www.fraudulent.com     | 削除    |
| www.google.com         | 削除    |
| www.test.jp            | 削除    |
| www.zombo.com          | 削除    |
| www¥.banana¥.com       | 削除    |

リストに追加された新しいURLに対して全ての広告をブロックします。

この機能は、システム設定になりますので、全ての広告主の広告がこの設定の影響を受けます。

## ファイナンス管理

## データ抽出のスケジューリング設定

データ抽出のスケジューリング機能で、自動的にデータ抽出を指定した間隔で行うことができます。

## ファイナンスアカウントの管理

システム内のファイナンスアカウントの与信額や支払い方法(後払い、前払い)などが管理できます。

## 収益の分配管理

このページは、システム管理者が、現在のすべての広告スペースの収益の分配の設定方法を説明しています。

## 各種実績データの抽出

### Cxense Advertising

の各種実績データ抽出機能は、分析レポートで利用するためや外部システムのレポート機能や請求機能で利用するためにシステムからデータをエクスポートすることができます。現在4つのデータ抽出機能は、要求に応じた実行ができるようになっております。そして、それぞれは、毎晩自動的に実施することができます。抽出されたデータは、システムのデータの特定の表示を行うことができます。

## 支払いの管理

このページでは、システム管理者によるシステム内のすべての支払いリクエストの参照方法について説明します。

## 標準の収益分配率の設定

このページでは、システム管理者がシステム管理コストの設定を行う方法について説明しています。そして、広告スペースに対する標準の収益分配率の定義方法についても説明します。

## 標準税率の設定

このページでは、システム管理者が請求アカウントの各種トランザクションに対して適用する消費税やVATのシステムのデフォルト定義の方法をご案内しています。

## 各種実績データの抽出

### 概要

Cxense Advertising の各種実績データ抽出機能は、分析レポートで利用するためや外部システムのレポート機能や請求機能で利用するためにシステムからデータをエクスポートすることができます。現在4つのデータ抽出機能は、要求に応じた実行ができるようになっております。そして、それぞれは、毎晩自動的に実施することができます。抽出されたデータは、システムのデータの特定の表示を行うことができます。

各種実績データ抽出機能は、[Data Extract REST API\(英語\)](#)からも管理できるようになっています。

- 概要
- 利用方法
  - 実績データ抽出の作成
  - 実績データ抽出のダウンロード
  - 抽出データの可視化
  - 各種実績データの活用方法
- 実績データ抽出のタイプ
  - 残高が少ないアカウント一覧
  - 請求/売上アカウント毎のファイナンス
    - 収益とアカウント残高
    - 広告主向け予算超過と売り上げ合計
  - 請求/売上アカウント毎の調整履歴の抽出
  - 広告キャンペーンのパフォーマンスデータ抽出
  - クリエイティブ毎の実績データ抽出
  - 広告スペース毎の実績データ抽出
- 参考情報
  - Email での通知
  - タイムゾーン、通貨そしてロケール
  - ポジティブ(正)とネガティブ(負)の通貨
  - トランザクションコード
  - 税金
  - Id フィールド

## 利用方法

各種実績データの抽出機能は、管理タブの下にあるファイナンス管理セクションにあります。



## 実績データ抽出の作成

実績データの抽出は、実績データ抽出の作成セクション内でデータ抽出のパラメータを入力し、生成ボタンをクリックすることで作成されます。

- タイプ - 生成するデータ抽出のタイプ。すべてに設定するか、あるいは、請求/売上アカウント毎のファイナンスデータ抽出、請求/売上アカウント毎の調整履歴の抽出、クリエイティブ毎の実績データ抽出、広告スペース毎の実績データ抽出を選択できます。
- 開始日 - 実績データの抽出日付の開始を指定します。時間部分は、0:00 AMとなります。
- 終了日 - 実績データの抽出日付の終了を指定します。時間部分は、11:59:59:999 PMとなります。

一度、生成ボタンをクリックすると、選択されたデータ抽出への作成がリクエストされます。そして、各種実績データの抽出リスト内にリクエストした情報が表示されます。タスクサーバーというプロセスがこの生成されたデータ抽出を行います。タスクサーバーは、データ抽出のリクエストをオフラインで処理します。その期間、ユーザーインターフェースでは、処理中となりますので、データ抽出が完了するまでの間、他の作業を行って頂いて構いません。生成の作業中、タスクサーバーは、Cxense Advertising に対してデータ抽出のステータスを処理中として報告し、再度に抽出が終わるとステータスが完了となります。

**i** データ抽出時間  
データ抽出作業に要する時間は、システム内に入っている他のキューの数の多さや量、日付範囲などシステムの負荷に依存します。データを正確に抽出する為に抽出する日時までの全てのイベントが終了している必要があります。イベントが終了するまでの間は”システムリソースの待機中”又は”イベントデータ終了の待機中”と表示されます。

データ抽出が最終的に完了すると、各種実績データの抽出内のステータスが完了に変更します。ステータスが完了になると、データ抽出は、ダウンロードしたり、削除したりできるようになります。抽出に失敗した場合はステータスが失敗又は削除と表示されます。失敗が続く場合はサポートまでお問合せください。

### 実績データ抽出のダウンロード

完了済みステータスの実績データは、ダウンロードができます。抽出データは、日付範囲やタイプに応じて大きなサイズになることを考慮して、圧縮されたzipファイルとしてダウンロードできます。ファイル名は、<start date>-<end date>.<extract type>.zipとなります。

圧縮ファイル内の抽出されたファイルはcsvファイルです。このcsvファイルは、次のプロパティを保持します。:

- タブ分割
- ダブルクォーテーションで囲む。
- UTF-16 LE エンコード。
- Windows / Mac版のマイクロソフトエクセル準拠。そして、Open Office と Libre Office Calcにも準拠

### 抽出データの可視化

抽出データは現在のユーザのホームコンテナとその配下にある全てのコンテナのデータが表示されます。システム管理者とビジネスオーナーのみが抽出データへのアクセス権限を持ち、それらのユーザーのホームコンテナがブローカーコンテナとして使用され、生成される全てのデータが含まれます。

他のユーザーのホームコンテナのデータは制限があり、一時フォルダアクセス機能を使用する事ができます。選択したユーザーの一時フォルダアクセスを使うと通常通りの抽出データを生成する事ができます。この場合、ブローカーコンテナからではなくユーザーのホームコンテナのデータを使用します。

### 各種実績データの活用方法

抽出された実績データの活用方法は、下記のようにいくつかあります。

- エクセル内で直接ソートやフィルタが可能。特定のデータのタイプを見つけることができます。
- 分析レポートのためにエクセルのデータソースとして、ピボットテーブルを利用できます。
- カスタムレポートを生成するために、エクセルやワードを利用してメール統合を実行できます。
- シンプルなcsvインポート機能により、外部システムにデータをインポート。

### 実績データ抽出のタイプ

#### 残高が少ないアカウント一覧

**i** このデータ抽出は、毎晩自動的に実施でき、ダウンロードできるようにすることができます。時間を指定したマニュアル実施には対応していません。

残高が少ないアカウント一覧のデータ抽出では、来週くらいに資金不足になると思われるアカウントの一覧を抽出します。この抽出では、アカウントの現在の残高と与信額を表示するとともに、平均日時消費金額と残高不足になる予想日数を表示します。この情報は、先週のデータに基づいて予想をするもので、アカウントのキャンペーンが停止されたことや新しいキャンペーンがライブになったりすることを考慮していませんのでご注意ください。また、この情報は、予測のみですので、アカウントが資金不足になる時期を保証するものではありません。

このデータは、残高が少なくなったアカウントに残高に注意しないと広告が表示されなくなる項注意を呼びかけるために利用できます。

| フィールド         | 説明         |
|---------------|------------|
| AccountId     | このアカウントのid |
| AccountNumber | アカウント番号    |
| AccountName   | アカウント名     |

|                   |   |
|-------------------|---|
| ExternalReference | アカウントの外部リファレンス                            |
| Currency          | このデータ抽出に利用された通貨タイプ - すべての通貨金額は、これで表示されます。 |
| AccountBalance    | 現在のアカウント残高                                |
| MinAccountBalance | 広告が表示停止する前のこのアカウントに対する与信額                 |
| AvgFeesPerDay     | アカウントが消費する1日あたりの平均金額                      |
| DaysRemaining     | 平均消費金額に基づく、このアカウントが資金不足になる予定残日数           |

#### 請求/売上アカウント毎のファイナンスデータ抽出

請求/売上アカウント毎のファイナンスデータ抽出は、選択された日付範囲でアカウントの全アクティビティを提供します。アカウントの詳細は、期間中にアカウントに記録された合計クリックやインプレッションと期間中に生じたファイナンス上の変更と一緒に提供されます。

このデータは、アカウントレベルの分析レポート機能を提供するためにエクセルを利用することができます。または、請求機能に利用するために外部システムへインポートするために使えます。

| フィールド             | 説明   |
|-------------------|--|
| HomeContainerID   | このアカウントが属するホームコンテナのid  |
| HomeContainerName | このアカウントが属するホームコンテナ名  |
| ParentId          | このアカウントがリンクされているコンテナのid  |
| AccountId         | このアカウントのid   |
| AccountNumber     | アカウント番号  |
| AccountName       | アカウント名   |
| ExternalReference | アカウントの外部リファレンス   |
| AccountType       | アカウントタイプ - 広告主向け"請求", サイト運営者向け"売上"   |
| PaymentMethodType | アカウントの支払い方法 - 前払い、あるいは後払い  |
| Currency          | このデータ抽出に利用された通貨タイプ - すべての通貨金額は、これで表示されます。                                    |
| Revenue           | データ抽出期間のアカウントに対する合計売上額 - すべてのクリックとインプレッションコストを含む                             |
| TrafficCost       | データ抽出期間中のインプレッションとクリックに係るコスト。これは広告主とパブリッシャーのパフォーマンスレポートに示されるトータルコストに等しくなります。 |
| DebitAdjustment   | データ抽出期間中に発生したデビット調整のトランザクションの合計  |
| CreditAdjustment  | データ抽出期間中に発生したクレジット調整のトランザクションの合計   |
| Payments          | データ抽出期間中に発生した支払いトランザクションの合計  |
| Fees              | データ抽出期間中に発生した請求トランザクションの合計   |
| Overage           | データ抽出期間中に発生した超過金額の合計   |
| Tax               | データ抽出期間中の支払いから源泉徴収額の合計   |
| Net               | データ抽出期間中のアカウントに対するすべてのファイナンスアクティビティの純合計                                      |
| TaxRate           | 広告主アカウントの税率  |

|             |                                 |
|-------------|---------------------------------|
| Impressions | データ抽出期間中のこのアカウントに配信されたインプレッション数 |
| Clicks      | データ抽出期間中のこのアカウントに記録されたクリック数     |
| CTR         | データ抽出期間中のこのアカウントのすべての広告のCTR     |

#### 収益とアカウント残高

収益のトータル金額はデータ抽出期間中にアカウントが課金した合計金額です。全ての契約とクリック課金はこの値に含まれます。収益の値は手動で行ったクレジットやデビットカードの値は調整も支払いもしません。(この値は別のカラムに表示されます)

アカウント残高の合計金額はデータ抽出期間に追加の収益を加算し、調整と支払いと同じカラムに変更されます。

広告商品が異なる場合はアカウントに適用されるタイミングが異なります。

- CPCはクリック毎にチャージされ、すぐにアカウントに適用されます。
- CPMは契約期間の終了時にチャージされます。
- 期間保証はインプレッション毎やクリックコストは記録されません。コストは契約金額のみになります。したがって期間保証型はトラフィックコストは影響しません。

#### 広告主向け予算超過と売り上げ合計

予算超過は、広告主フォルダーに対する売上合計に含まれていません。そして超過予算は、また、サイト運営者向けアカウントに影響を及ぼしません。従いまして、広告主向け金額の合計値とサイト運営者向け売上の合計値に差が生じることがあります。この差が予算超過分です。

広告主の売上 + 予算超過 = サイト運営者の売上

より詳しい情報は、[予算超過](#) をご参照ください。

#### 請求/売上アカウント毎の調整履歴の抽出

請求/売上アカウント毎の調整履歴の抽出は、抽出期間内に発生したすべてのアカウントのすべてのトランザクションをリスト化します。このデータは、支払いや金額調整の監視や請求/売上アカウント毎のファイナンスデータで抽出したデータとともに請求システムで利用したりできます。

| フィールド                 | 説明                                   |
|-----------------------|--------------------------------------|
| HomeContainerID       | このアカウントが属するホームコンテナのid                |
| HomeContainerName     | このアカウントが属するホームコンテナ名                  |
| ParentId              | このアカウントがリンクされているコンテナのid              |
| AccountId             | このアカウントのid                           |
| AccountNumber         | アカウント番号                              |
| AccountName           | アカウント名                               |
| ExternalReference     | アカウントの外部リファレンス                       |
| AccountType           | アカウントタイプ - 広告主向け"請求", サイト運営者向け"売上"   |
| TransactionId         | トランザクションの Id                         |
| TransactionDate       | トランザクションの発生日付                        |
| TransactionTime       | トランザクションの発生時間                        |
| TimeZone              | このデータ抽出に利用されたタイムゾーン                  |
| TransactionExternalId | トランザクションの外部 Id                       |
| TransactionType       | トランザクションタイプ - ブローカー視点のクレジット、あるいはデビット |
| TransactionCode       | トランザクションコード - クレジットの調整、支払いなど         |
| TransactionSource     | トランザクションのソース - API、あるいは、ペイメントゲートウェイ  |

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| TransactionGatewayReference | ペイメントトランザクションに対するペイメントゲートウェイから提供されるリファレンス番号 |
| TransactionDescription      | トランザクションの説明                                 |
| PaymentType                 | ペイメントゲートウェイで利用されるペイメントタイプ - Visa, Amex など   |
| Currency                    | このデータ抽出に利用された通貨タイプ - すべての通貨金額は、これで表示されます。   |
| TransactionGross            | トランザクションの総額 - 純収益 + 税額                      |
| TransactionTax              | このトランザクションの源泉徴収額 - 広告主の支払いのみに適用             |
| TransactionNet              | 源泉徴収額差し引かれた後のトランザクションの純収益                   |
| TransactionTaxRate          | このトランザクションに適用された税額                          |

#### 広告キャンペーンのパフォーマンスデータ抽出

広告キャンペーンのパフォーマンスデータは広告主のパフォーマンスレポート同じ情報を毎日のキャンペーンレベルとして表示します。広告主の観点から広告全体のクリック数、インプレッション数、その他の統計情報を表示します。

| フィールド           | 説明            |
|-----------------|---------------|
| Date            | この行のデータに関する日付 |
| AdvertiserId    | 広告主 Id        |
| CampaignId      | キャンペーンID      |
| CampaignName    | キャンペーン名       |
| Uniques         | ユニークユーザー数     |
| Impressions     | インプレッション数     |
| Clicks          | クリック数         |
| EffectiveClicks | 有効なクリック数      |
| Conversions     | コンバージョン数      |
| LateConversions | 間接コンバージョン数    |
| CTR             | CTR           |
| AveragePosition | 平均表示順位        |
| AverageCPC      | 平均CPC         |
| AverageCPM      | 平均CPM         |
| Cost            | コスト           |
| Currency        | 通貨            |

#### クリエイティブ毎の実績データ抽出

クリエイティブ毎の実績データ抽出は、選択された日付のパフォーマンスの詳細を提供します。データには、日当たりのクリック、インプレッション数、広告製品、広告スペース、キャンペーン、そして広告主/サイト運営者フォルダ情報と一緒に、それぞれの広告、クリエイティブに表示された金額等に細分化します。

| フィールド | 説明            |
|-------|---------------|
| Date  | この行のデータに関する日付 |

|                      |                                  |
|----------------------|----------------------------------|
| PublisherId          | サイト運営者 Id                        |
| PublisherName        | サイト運営者名                          |
| PublishingFolderId   | サイト運営者がリンクされているフォルダId            |
| PublishingFolderName | サイト運営者がリンクされているフォルダ名             |
| AdSpaceId            | 広告スペース Id                        |
| AdSpaceName          | 広告スペース名                          |
| CreativeId           | クリエイティブ Id                       |
| CreativeName         | クリエイティブ名                         |
| AdId                 | 広告 Id                            |
| AdName               | 広告名                              |
| CampaignId           | キャンペーン Id                        |
| CampaignName         | キャンペーン名                          |
| AdvertiserId         | 広告主 Id                           |
| AdvertiserName       | 広告主名                             |
| CampaignParentId     | キャンペーンの親 Id                      |
| CampaignParentName   | キャンペーンの親の名前                      |
| ProductType          | 広告商品のタイプ - CPC, CPM あるいは Tenancy |
| PurchasedImpressions | 購入済みインプレッション数 - CPM のみ           |
| ActualImpressions    | 配信済みインプレッション数                    |
| Clicks               | 記録されたクリック数                       |
| Cost                 | インプレッション/クリックに対する金額              |
| CTR                  | 一日あたりのクリックスルーレート                 |

#### 広告スペース毎の実績データ抽出

広告スペース毎の実績データ抽出では、違う角度から売上の流れを見ることができます。データは、広告主アカウント、広告スペース、そしてサイト運営者情報ごとに日ごとに細分化して提供されます。



#### Cost information

このデータ抽出は、現在のところCPC広告商品に対するコストデータのみ表示されます。CPMは、テナンシーに引き続き間もなくサポートされる予定です。

| フィールド                | 説明                    |
|----------------------|-----------------------|
| Date                 | この行のデータに関する日付         |
| PublisherId          | サイト運営者 Id             |
| PublisherName        | サイト運営者名               |
| PublishingFolderId   | サイト運営者がリンクされているフォルダId |
| PublishingFolderName | サイト運営者がリンクされているフォルダ名  |
| AdSpaceId            | 広告スペース Id             |

|                   |   |
|-------------------|---|
| AdSpaceName       | 広告スペース名   |
| AccountId         | 広告主アカウントの id  |
| AccountNumber     | 広告主アカウント番号  |
| AccountName       | 広告主アカウント名   |
| ExternalReference | 広告主アカウントの外部リファレンス   |
| Requests          | ポジティブリクエスト数<br><div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p><b>i</b> ポジティブリクエストのデータは、広告スペースごと、一日ごとにのみ有効です。</p> <p>ポジティブリクエストとすべての他の値がゼロになるものを保持するだけの広告スペースに対するデータ抽出用に追加でもう一行のラインがあります。</p> </div> |
| Impressions       | 配信済みインプレッション数   |
| Clicks            | 記録されたクリック数  |
| Cost              | インプレッション/クリックに対する金額、予算超過分を除く。   |
| Overage           | この日、アカウント、スペースに発生した予算超過   |
| Currency          | このデータ抽出に利用された通貨タイプ - すべての通貨金額は、これで表示されます。   |

## 参考情報

### Email での通知

指定された周期でのデータ抽出の処理が終了後に毎回メールにてスケジュールを作成したユーザーに通知を行います。

### タイムゾーン、通貨そしてロケール

データ抽出は、ユーザーの詳細設定で定義されたロケール、通貨、タイムゾーンを利用して生成されます。

すべての日付や時間に加えて、抽出時に指定する開始と終了日もユーザーの指定したタイムゾーンで変換されて抽出されます。

すべての通貨金額は、ブローカーにより定義された通貨変換レートを利用して、ユーザーの指定した通貨に変換されます。

ユーザーの指定したロケールは、抽出の出力の番号フォーマットや言語に利用されます。

### ポジティブ(正)とネガティブ(負)の通貨

データ抽出で表示されている通貨の値は、アカウント保持者の観点から表示しています。正の通貨金額は、アカウント保持者に対するクレジットであり、負の通貨金額は、アカウント保持者に対するデビットとなります。

### トランザクションコード

数々のデータ抽出は、ファイナンシャルトランザクションに利用されています。下記は、Cxense Advertising でサポートされているトランザクションタイプです。

|             |
|-------------|
| トランザクションコード |
| クレジットの調整    |
| デビットの調整     |
| コミッション      |
| コミッションの支払い  |

請求

支払い

## 税金

### Cxense

Advertising は、広告主によって発生した支払いに対してのみ税金を考慮しています。支払いに対する源泉徴収額は、そのときに設定されている広告主に対する税率が適用されます。いくつかのデータ抽出では、アカウントに対する税率を表示し、この値が現在の税率に反映しています。その他は、トランザクションに対する税率を表し、この税率は、トランザクション発生の際に使われた税率です。

### Id フィールド

多くの抽出は、AccountId, PublisherIdのようなIdフィールドを含みます。これらのIdフィールドは、Cxense Advertising の内部識別子で、特に、REST API を利用するときが必要となるものです。

## データ抽出のスケジューリング設定

### 概要

データ抽出のスケジューリング機能で、自動的にデータ抽出を指定した間隔で行うことができます。

この機能は、Data Extract REST APIでも管理することができます。

- 概要
- 使用方法
  - データ抽出のスケジューリング
  - 周期
- 参考情報
  - Email での通知
  - タイムゾーン、通貨、ロケール

### 使用方法

データ抽出のスケジューリング設定は、管理タブのファイナンス管理セクションの中にあります。

管理ダッシュボード / 実績データの取得スケジュール

### 実績データの取得スケジュール

データ抽出のスケジュールの検索条件

タイプ: [ ] 周期: [ ] 検索

実績データの取得スケジュール

| タイプ           | 周期 | 地域                        | アクション |
|---------------|----|---------------------------|-------|
| 残高が少ないアカウント一覧 | 毎日 | 日本語 (日本), Asia/Tokyo, JPY | [x]   |
| 残高が少ないアカウント一覧 | 毎日 | 日本語 (日本), Asia/Tokyo, JPY | [x]   |

新規スケジュールの作成

### データ抽出のスケジューリング

新規スケジュールの作成ボタンをクリックすることで、新規のスケジュールを作成することができます。

- タイプ - どのタイプのデータを抽出するか選択します。複数の組合せも可能です。詳細は、データ抽出 をご参照下さい。
- 周期 - 抽出の周期を設定します。毎日、毎週、毎月から選択できます。

スケジュールが作成されると、周期が来る度にその前の期間(昨日、先週、先月)のデータを作成します。

### 周期

現在、下記の周期から選択可能です。

- 毎日 - 昨日の0:00:00から23:59:59のデータを抽出します。
- 毎週 - 先週の月曜日の0:00:00から日曜日の23:59:59のデータを抽出します。
- 毎月 - 先月の1日の0:00:00から月末の23:59:59のデータを抽出します。

## 参考情報

### Email での通知

指定された周期でのデータ抽出の処理が終了後に毎回メールにてスケジュールを作成したユーザーに通知を行います。

#### タイムゾーン, 通貨, ロケール

スケジュールを作成したユーザーの設定情報に応じたタイムゾーンや通貨、ロケールなどを使用してデータの抽出を行います。

全てのデータは、そのユーザーのタイムゾーンにあわせた開始日、終了日で行われます。

ブローカーによって定義された為替レートを使って通貨を両替して抽出します。

ユーザーのロケールは、数値のフォーマットや表示列の翻訳などに利用されます。

### ファイナンスアカウントの管理

システム内のファイナンスアカウントの与信額や支払い方法(後払い、前払い)などが管理できます。

- 概要
  - 請求アカウント(広告主向けファイナンスアカウント)
  - 売上アカウント(サイト運営者向けファイナンスアカウント)
  - ファイナンスアカウントのトランザクション履歴の参照
  - ファイナンスアカウントのステータスの有効化と無効化
  - 残高調整の実行
  - ファイナンスアカウントの与信額の設定
  - 税率の編集
  - ファイナンスアカウントリンクへのアクセス/参照

#### 概要

ブローカー/システム管理者は、Cxense

Advertisingのユーザーインターフェース内の管理タブからリンクされているファイナンスアカウントの管理機能によって、Cxense Advertisingシステム内のすべてのファイナンスアカウントの管理が行えます。

| CXENSE ADVERTISING                                |                   |              |       |           |          |    |                                   |    |       | jp_admin   サインアウト |  |
|---|-------------------|--------------|-------|-----------|----------|----|-----------------------------------|----|-------|-------------------|--|
| ダッシュボード 広告主 サイト運営者 ビジネスオーナー レポート ファイナンス <b>管理</b> |                   |              |       |           |          |    |                                   |    |       |                   |  |
| 管理ダッシュボード / ファイナンスアカウントの管理                        |                   |              |       |           |          |    |                                   |    |       |                   |  |
| ファイナンスアカウントの管理                                    |                   |              |       |           |          |    |                                   |    |       |                   |  |
| 検索条件  |                   |              |       |           |          |    |                                   |    |       |                   |  |
| 名前  | アカウント番号           | ステータス        | タイプ   | 通貨        |          |    |                                   |    |       |                   |  |
| 広告主   | アカウント番号           |              |       |           |          |    |                                   |    |       |                   |  |
| アカウント名  | ワークスペース           | アカウント番号      | 有効/無効 | ステータス     | アカウントタイプ | 残高 | 与信超過時の設定                          | 税率 | アクション |                   |  |
| 広告主1  | advertiser home   | 35-7913-4106 | 有効    | 有効        | 請求       | ¥0 | 残高が - ¥1,000,000 以下で予算超過のメッセージを表示 | 0% |       |                   |  |
| 広告主2  | advertiser home   | 12-7520-9369 | 有効    | 有効        | 請求       | ¥0 | 残高が - ¥1,000,000 以下で予算超過のメッセージを表示 | 0% |       |                   |  |
| 広告主A  | jp_broker         | 25-8061-0295 | 削除済   | 無効        | 請求       | ¥0 | 残高が - ¥1,000,000 以下で広告配信を停止       | 0% |       |                   |  |
| 広告主A  | jp_broker         | 02-9098-2659 | 有効    | 有効        | 請求       | ¥0 | 残高が - ¥1,000,000 以下で予算超過のメッセージを表示 | 5% |       |                   |  |
| 広告主A  | admin_user01 home | 25-1224-6727 | 有効    | 有効        | 請求       | ¥0 | 残高が - ¥1,000,000 以下で広告配信を停止       | 0% |       |                   |  |
| 広告主B  | admin_user01 home | 31-9004-4102 | 無効    | 管理者により無効化 | 請求       | ¥0 | 残高が - ¥1,000,000 以下で広告配信を停止       | 0% |       |                   |  |

#### 請求アカウント(広告主向けファイナンスアカウント)

請求アカウントは、2つの種類があります。請求アカウントごとに与信の設定や残高の管理が行われます。標準の請求アカウントを作成していない場合には、広告主フォルダーを作成時に自動的に特定の請求アカウントが作成されます。

1. 特定の請求アカウント(1つの広告主アカウントのみで利用)

## 2. 標準の請求アカウント(複数の広告主アカウントで共通利用)

### 売上アカウント(サイト運営者向けファイナンスアカウント)

売上アカウントは、サイト運営者が得た売上を管理します。それぞれのワークスペースに対して1つの売上アカウントを結びつけます。

ファイナンスアカウントの管理ページでは、システム内のすべて(請求と売上)のアカウントがリスト化され、様々な設定の編集リンクがついています。機能については下図をご参照ください。

| アカウント名        | ワークスペース           | アカウント番号      | 有効/無効   | ステータス     | アカウントタイプ | 残高 | 与信超過時の設定                              | 税率 | アクション |
|---------------|-------------------|--------------|---------|-----------|----------|----|---------------------------------------|----|-------|
| 広告主1          | advertiser home   | 35-7913-4106 | 有効      | 有効        | 請求       | ¥0 | 残高が - ¥1,000,000 以下で予算超過のメッセージを表示     | 0% |       |
| 広告主A          | advertiser home   | 12-7520-9369 | 有効      | 有効        | 請求       | ¥0 | 残高が - ¥1,000,000 以下で予算超過のメッセージを表示     | 0% |       |
| 広告主A          | jp_broker         | 25-8061-0295 | 無効      | 無効        | 請求       | ¥0 | 残高が - ¥1,000,000 以下で広告配信を停止           | 0% |       |
| ドランザクション履歴の参照 | admin_user01 home | 25-1224-6727 | 有効化/無効化 | 有効        | 請求       | ¥0 | 調整の実行高が - ¥1,000,000 以下で予算超過のメッセージを表示 | 0% | 税率の変更 |
| 広告主B          | admin_user01 home | 31-9004-4102 | 無効      | 管理者により無効化 | 請求       | ¥0 | 残高が - ¥1,000,000 以下で広告配信を停止           | 0% |       |

必要に応じてアカウントを設定したい適切なリンクを単にクリックします。結果として表示される画面を下記に記します。

### ファイナンスアカウントのトランザクション履歴の参照

共有の請求アカウント

トランザクション履歴 15/02/24 - 15/03/02

| 日付       | タイプ | 経費 | リファレンス   | 経費  | 純収益 | アクション       |
|----------|-----|----|--|-----|-----|-------------|
| 15/02/27 | 請求  |    | インプレッション課金型キャンペーン(キャンペーン ID: CPMS1)に対して、インプレッションの獲得を請求します。 | -¥0 | ¥0  | で広告配信を停止 0% |

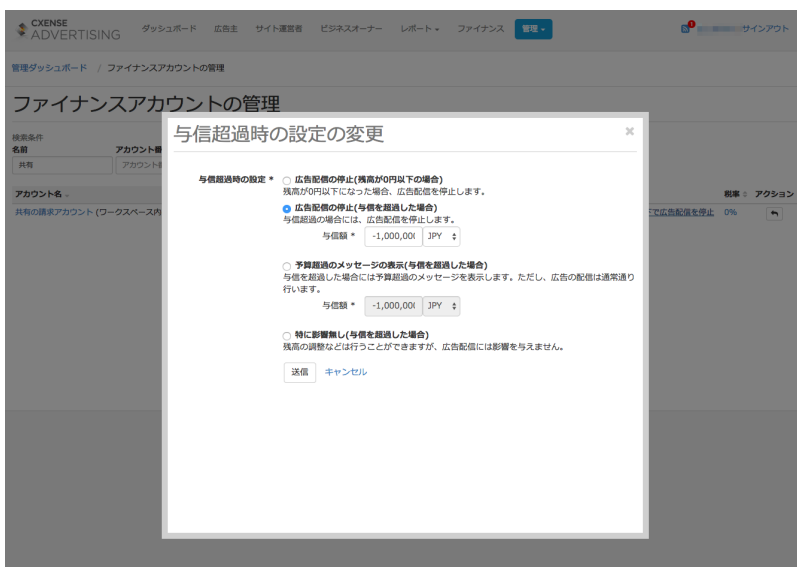
### ファイナンスアカウントのステータスの有効化と無効化



## 残高調整の実行



## ファイナンスアカウントの与信額の設定



## 税率の編集



## ファイナンスアカウントリンクへのアクセス/参照

アクションカラムにあるリンクを使うことによって、簡単にファイナンスアカウント、あるいは、ファイナンスアカウントに課金している広告やキャンペーンを含む広告主フォルダーを参照することができます。

## 支払いの管理

このページでは、システム管理者によるシステム内のすべての支払いリクエストの参照方法について説明します。結果には、次のソート可能なカラムを含むフィルター可能なリストが表示されます。:

| 日付 | トランザクション<br>リファレンス | ステータス | アカウント名 | 総額 | 税額 | 純収益 |
|----|--------------------|-------|--------|----|----|-----|
|----|--------------------|-------|--------|----|----|-----|

各支払いは、支払いステータスのレビューができるリンクがついています。リンクをたどると、リクエストの履歴と次のカラムの情報が参照できます。:

| 日付 | トランザクションリ<br>ファレンス | ステータス | 失敗カテゴリー | ステータスメッセ<br>ージ | ペイメントゲートウ<br>エイ | ペイメントゲートウ<br>エイリファレンス |
|----|--------------------|-------|---------|----------------|-----------------|-----------------------|
|----|--------------------|-------|---------|----------------|-----------------|-----------------------|

## 収益の分配管理

このページは、システム管理者が、現在のすべての広告スペースの収益の分配の設定方法を説明しています。収益の分配は、広告主のネット額のパーセンテージとして設定します。管理コストのパーセンテージが計算された後に残った広告主の金額に基づき計算されます。

標準では、このページは、システム内のすべての広告スペースが表示されます。そして、フィルタ機能を利用することにより、個々の広告スペースや広告スペースのサブセットを見つけることができます。

既存の収益分配のパーセンテージを更新する方法は、下記の2種類あります。

1. インライン - 一番右のカラム上で直接編集 (現在の値をクリックするとインラインで直接更新できます。)
2. バルク管理 -  
一つ以上のチェックボックス(左側のサイドカラムにあります。)を選択し、バルク管理機能を利用して、指定する収益分配のパーセンテージを選択したすべての広告スペースに適用します。

利用例:

システム管理者が広告スペースの収益分配率を25%に設定し、広告主がネットで10,000円消費しました。

一日の終わりに、広告スペースは、インプレッション/クリックの金額の25%を受け取れます。もし、すべてのインプレッション/すべてのクリックがこの広告スペースによって表示された場合、一日2,500円の金額を受け取ることができます。

収益の分配管理についてのより詳しい情報については、[収益分配のコンセプト](#)をご参照ください。

## ビジュアルガイド

| 収益分配先 | 収益分配率 | 収益分配額 | 収益分配日 | 収益分配元 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| ...   | ...   | ...   | ...   | ...   |

| 収益分配先 | 収益分配率 | 収益分配額 | 収益分配日 | 収益分配元 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| ...   | ...   | ...   | ...   | ...   |

| 収益分配先 | 収益分配率 | 収益分配額 | 収益分配日 | 収益分配元 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| ...   | ...   | ...   | ...   | ...   |

- ビジュアルガイド

## 標準の収益分配率の設定

このページでは、システム管理者がシステム管理コストの設定を行う方法について説明しています。そして、広告スペースに対する標準の収益分配率の定義方法についても説明します。

Cxense Advertisingの収益分配に関しての更なる情報については、[収益分配のコンセプト](#) もご覧ください。

### ビジュアルガイド

標準の収益分配率の設定画面

### システム管理者の管理コスト

管理者の管理コストは、下記のいずれかの方法で計算されます。:

- 広告主の金額のグロス(システムの重複クリック分を含む)
- 広告主の実消費金額のグロス (システムの重複クリック分を除く)

システムに対する管理コストのパーセンテージ値を入力します。

たとえば、システムで管理コストを10%に設定した場合を例にとります。

広告主が10,000円のキャンペーンを購入した場合、

10,000円に対する10%、つまり1,000円の管理コスト、そして、残りの9,000円をサイト運営者の売り上げとして配分します。

### 標準の広告スペースの収益分配率

こちらでは、システム管理者がシステム内に新しいアドスペースを作成する際に適用される標準の収益分配の設定方法について説明します。

一般的に、この値は、すべてのサイト運営者の中でも最低の金額を設定します。そして、[収益の分配管理機能](#)を利用して、個々の広告スペースごとに変数を追加します。

- [ビジュアルガイド](#)
- [システム管理者の管理コスト](#)
- [標準の広告スペースの収益分配率](#)

## 標準税率の設定

このページでは、システム管理者が請求アカウントの各種トランザクションに対して適用する消費税やVATのシステムのデフォルト定義の方法をご案内しています。

ご参考: [支払いの管理](#)

### ビジュアルガイド

CXENSE ADVERTISING ダッシュボード 広告主 サイト運営者 ビジネスオーナー レポート ファイナンス 管理 | サインアウト

管理ダッシュボード / 標準税率の設定

### 標準税率の設定

この値は、これ以降のアカウント作成時の標準の税率になります。

標準税率 \* 5%

保存

- [ビジュアルガイド](#)

## システム管理

### Cxense Advertising

を管理するためにそれぞれのブローカー毎に設定を行います。システム管理者ロールを持つユーザーのみこれらの設定の編集と参照を行うことができます。

### Insightの設定情報

この機能は、Cxense AdvertisingへCxense

Insightからのカテゴリデータ提供を可能にするものです。ユーザー名とAPIキーによって両システムを結びつけ、管理するようにしています。今後さらに多くの機能がCxense Advertisingで利用可能になる際は、同様に結び付けられるようになります。

- [Insight連携後の利用方法](#)

### システム設定の管理

システム設定の管理機能は、システム設定を変更することで、特定のルールをシステムで有効化することができます。今後より多くの機能を付与していく予定です。これによりブローカーが管理できる箇所が増え、設定が容易になっていくため、導入が効率的に行えるようになります。

### ローカライズリソースの管理

ブローカーは、Cxense Advertisingの管理画面のテキスト表記をカスタマイズできます。カスタマイゼーションは、主に下記2つのシナリオで行えます。

### 不正クリック管理

不正クリック管理ページでは、ブローカーがクリックイベントが不正だと判断するかどうかの制御をするための様々な設定を行うことができます。ご要望に応じたシステムの設定を行うためにトグルをオンオフすることでフィルタを行うか設定できます。該当のドキュメンテーションを参照し、各フィルターがどのような動作をするかご理解の上設定を行なってください。

### よくあるお問い合わせ

## システム設定

- Insight との連携設定の手順
- SSLを使用した広告配信
- クリックURLのドメイン名の設定
- プライバシーポリシーページやコンタクト先のリンク変更方法

## Insightの設定情報

この機能は、Cxense AdvertisingへCxense Insightからのカテゴリデータ提供を可能にするものです。ユーザー名とAPIキーによって両システムを結びつけ、管理するようにしています。

今後さらに多くの機能がCxense Advertisingで利用可能になる際は、同様に結び付けられるようになります。

この機能は、以下のユーザー権限で利用が可能です。

- ビジネスオーナー
- システム管理者

### 操作方法

1. ご利用の環境にアクセスしてください
  - 本番環境: <https://cxad.cxense.com> (ブランディングされている場合はそちらのURL)
  - サンドボックス: <http://sandbox.cxad.cxense.com>
2. 上記で挙げた権限を持つユーザーでログインしてください。
3. 管理タブ内の[システム管理]-[Insightの設定情報]を選択してください。不明な場合は下のスクリーンショットをご参照ください。



- 操作方法
- Insight ユーザとのリンク
- カテゴリ
- おすすめキーワードツール

### Insight ユーザとのリンク

最初にアクセスした際に、下の図のように[ユーザー名][APIキー]の入力を求められます。Cxense Insight側より情報を取得して、それぞれ入力をしてください。

(Cxense Insightで、右上のユーザー名(メールアドレス)をクリックする事で確認できますが、APIキーの参照権限が必要です。詳しくは [APIキー確認方法](#) をご覧ください。)

認証後に、設定情報が画面下部に加えられます。(スクリーンショットをご参照ください)。カテゴリの設定が利用可能である事が確認できます。

同じくおすすめキーワードツールの設定ができます。これらは以前は、システム管理の一部であったものですが、Cxense InsightとCxense Advertisingの機能を集約させる為、今回のページへ統合しました。



## カテゴリ

カテゴリの設定をする事によって、ブローカーが広告商品にカテゴリテンプレートを設定し、広告主側が入稿の際にオプションとして、これを付加できるようになります。

Cxense Insightへの接続が正常に行われた時のサンプルは以下の通りです。

画面項目:

- 有効: チェックをする事で、広告主がそのチェックした項目でカテゴリターゲティングを利用して入稿が可能になります。
- カテゴリ名: カテゴリの最上層の名前になります。
- 表示名: チェックした項目にわかりやすい名前を付与することができます。これは広告主に対して、表示される名前になります。
- 値の有無: カテゴリ値(実際に広告主がターゲティングに利用する項目です)を、そのカテゴリが保持しているか否かになります。値が無い場合は、[有効]のチェックが出来ません。

広告主にカテゴリを表示するためには、少なくとも1つは以下のような構成にする必要があります。



## おすすめキーワードツール

Cxense Insightで利用しているアカウントからおすすめのキーワードを生成する事が出来ます。アカウントとキーをそれぞれ選択してください。

この設定によって、キーワードターゲティングで「おすすめキーワードツール」が利用可能になります。



## Insight連携後の利用方法

Analyticsの設定情報で、Cxense Insightとの連携認証が取れた後の設定方法について解説します。

## カテゴリターゲットティング

カテゴリターゲットティングで利用するキーにチェックを入れます。(値の有無が「なし」の場合はチェック出来ません)

なお、このキー名はユーザープロフィールにAPIやメタタグ等で追加したキーをCxense Insightに集計させる等で追加がされます。

| キー名                      | 表示名                  | 値の有無 | カテゴリターゲットティングでの利用                   |
|--------------------------|----------------------|------|-------------------------------------|
| <u>ad-cat</u>            | <input type="text"/> | あり   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| author                   | <input type="text"/> | あり   | <input type="checkbox"/>            |
| category                 | <input type="text"/> | あり   | <input type="checkbox"/>            |
| company                  | <input type="text"/> | あり   | <input type="checkbox"/>            |
| concept                  | <input type="text"/> | あり   | <input type="checkbox"/>            |
| current-user-city        | <input type="text"/> | あり   | <input type="checkbox"/>            |
| current-user-country     | <input type="text"/> | あり   | <input type="checkbox"/>            |
| current-user-dma         | <input type="text"/> | あり   | <input type="checkbox"/>            |
| current-user-postal-code | <input type="text"/> | なし   | <input type="checkbox"/>            |
| current-user-region      | <input type="text"/> | あり   | <input type="checkbox"/>            |
| device-brand             | <input type="text"/> | あり   | <input type="checkbox"/>            |
| device-os                | <input type="text"/> | あり   | <input type="checkbox"/>            |
| language                 | <input type="text"/> | あり   | <input type="checkbox"/>            |
| <u>cluster-0001</u>      | <input type="text"/> | あり   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <u>cluster-0002</u>      | <input type="text"/> | あり   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| cluster-0003             | <input type="text"/> | あり   | <input type="checkbox"/>            |

広告商品の作成を行い、ターゲットティング条件に[カテゴリテンプレート]を選択します。

≡ カテゴリのテンプレート - カテゴリテンプレート

カテゴリ テンプレート名 \*

有効範囲 \*  キャンペーン  
 広告

広告主側で作成した広告商品でキャンペーンを作成し、「カテゴリ」を追加します。

この時、Analyticsの設定情報画面で選択したキーがプルダウンで選べるようになっています。

≡ カテゴリ

カテゴリ

ad-cat  
cluster-0001  
cluster-0002

ターゲットティングしたいカテゴリを右側のプラスボタンで追加します。(複数可)

ツリー構造を持つカテゴリに関しては、下の階層も選択が可能です。詳しくはカテゴリターゲットティングをご参照ください。

ここで設定したグループでユーザーに対してターゲットティングを行います。

| カテゴリ                         |                          |
|------------------------------|--------------------------|
| カテゴリ名                        |                          |
| cluster-0001                 |                          |
| energie                      | <input type="checkbox"/> |
| finanzieren                  | <input type="checkbox"/> |
| konstruktion                 | <input type="checkbox"/> |
| ▼ root                       | <input type="checkbox"/> |
| ▶ business news              | <input type="checkbox"/> |
| hi                           | <input type="checkbox"/> |
| ▶ internationale unternehmen | <input type="checkbox"/> |
| ▶ job                        | <input type="checkbox"/> |
| ▼ privaten wirtschaft        | <input type="checkbox"/> |
| ▶ aktien                     | <input type="checkbox"/> |
| ▶ auto                       | <input type="checkbox"/> |
| ▶ bank                       | <input type="checkbox"/> |
| ▶ erbe                       | <input type="checkbox"/> |
| ▶ gesetz                     | <input type="checkbox"/> |
| ▶ investition                | <input type="checkbox"/> |
| ▶ privaten wirtschaft        | <input type="checkbox"/> |
| ▶ steuer                     | <input type="checkbox"/> |
| ▶ versicherung               | <input type="checkbox"/> |
| ▶ wohn                       | <input type="checkbox"/> |

## 不正クリック管理

不正クリック管理ページでは、ブローカーがクリックイベントが不正だと判断するかどうかの制御をするための様々な設定を行うことができます。ご要望に応じたシステムの設定を行うためにトグルをオンオフすることでフィルタを行うか設定できます。該当のドキュメンテーションを参照し、各フィルターがどのような動作をするかご理解の上設定を行なってください。

この機能を利用するには、次の **権限**が必要となります。:

- システム管理者

### 該当画面へのアクセス方法

1. 管理したい環境の管理画面へアクセス
  - 本番環境: <https://cxad.cxense.com> (あるいは、貴社向け環境で利用している特定のURL)
  - サンドボックス: <http://sandbox.cxad.cxense.com>
2. 上述したロールが適用されているユーザーでログインします。
3. 管理タブをクリックするとビジュアルガイドの画面01になります。
4. ダッシュボードのシステム管理セクション内の”不正クリック管理”リンクをクリックします。ビジュアルガイドの画面02になります。

- 該当画面へのアクセス方法
- ビジュアルガイド
- カスタムIPとユーザーエージェントのブロックリスト

### ビジュアルガイド

## 不正クリック管理

### 時間フィルター

有効 

インプレッションとクリックされた時間の差でクリックが有効かどうかを判定できるようにします。インプレッションから、1秒以内にクリックイベントが発生した場合、そのイベントをクローラーなどのbotと仮定し、有効なクリックとしてカウントしません。また、インプレッションから長い時間が経過した後に発生したクリックの場合も期限切れと判断し有効なクリックとしてカウントしません。

### ユーザーエージェントフィルター

有効 

既知のクローラーなどbotのリストに対して、ユーザーエージェントの確認を行います。bot経由のイベントの場合、却下します。

### ユーザーエージェントのブラックリスト

登録したユーザーエージェントからのアクセスは、すべて不正クリックとします。

### 0 ユーザーエージェント

ユーザーエージェントの追加

| ユーザーエージェント  | コメント | アクション |
|-------------|------|-------|
| 見つかりませんでした。 |      |       |

### 同一インプレッションフィルター

有効 

同じインプレッションで発生したクリックの多重カウントを防止します。もし、ユーザーがブラウザのリロードや他のページの遷移なしに同じ広告を複数回クリックしたとしても有効なクリック数は1となります。

### クリック頻度フィルター

有効 

同じIPからのクリック頻度をチェックします。異常な数のクリックを検出した場合、それらを不正クリックとしてカウントします。

### クリック頻度フィルターに対するホワイトリスト

ホワイトリストにIPアドレスを登録することで、そのアドレスのクリックを不正とはみなしません。

### 1 IPアドレス(ホワイトリスト)

IPアドレスの追加

| IPアドレス(ホワイトリスト) | コメント | アクション                    |
|-----------------|------|--------------------------|
| 192.168.0.1     | aaa  | <input type="checkbox"/> |

### クリック頻度フィルターに対するブラックリスト

登録されたIPからのクリックは、すべて不正クリックとします。  
**注意:** 固定IPのブラックリストは、IPが変更される場合、有効な手段になりません。クリック頻度フィルターによりIPを動的に検出することができます。

### 0 IPアドレス(ブラックリスト)

IPアドレスの追加

| IPアドレス(ブラックリスト) | コメント | アクション |
|-----------------|------|-------|
| 見つかりませんでした。     |      |       |

### ※対象について

- 時間フィルター : クリックのみ
- ユーザーエージェントフィルター: インプレッション、クリック(インプレッションは記録されない)
- 同一インプレッションフィルター: クリックのみ
- クリック頻度フィルター : クリックのみ
- ブラックリスト : インプレッション、クリック(インプレッションは記録されない)

### カスタムIPとユーザーエージェントのブロックリスト

#### Cxense

advertisingは、ブラックリストにカスタムリストのIPアドレスとユーザーエージェントを明記することができます。ブラックリストの条件に一致したイベントは常にフィルター処理をし、不正としてマークされます。上記のビジュアルガイドにあるように、同じIPのブラックリストは、頻繁に不正のトラフィックを変更する(IPが分/時間以内に変更することができます)に反応において非効率的であることに注意してください。弊社のダイナミックな不正フィルターは、迅速に不正IPを検出することのできる効果的なメカニズムです。また、ユーザーエージェントブロックリストに含まれるエントリに注意し、不正を考慮すべきケースを無視して、実際のユーザーエージェントの一部とマッチする必要があります。例えば、カスタムユーザーエージェントとして'firefox'を含む単語'firefox'や'Mozilla/5.0 (Windows NT 5.1; rv:31.0) Gecko/20100101 Firefox/31.0'や'Mozilla/5.0 (Windows NT 6.1; WOW64; rv:18.0) Gecko/20100101 Firefox/18.0'などを含む全てのユーザーエージェントをフィルタにかけます。

## システム設定の管理

システム設定の管理機能は、システム設定を変更することで、特定のルールをシステムで有効化することができます。今後より多くの機能を付与していく予定です。これによりブローカーが管理できる箇所が増え、設定が容易になっていくため、導入が効率的に行えるようになります。

この機能を利用するには、次の権限を保持するユーザーが必要です:

- ビジネスオーナー
- システム管理者

### 該当画面へのアクセス方法

#### 1. 管理したい環境の管理画面へアクセス

- 本番環境: <https://cxad.cxense.com> (あるいは、貴社向け環境で利用している特定のURL)
- サンドボックス: <http://sandbox.cxad.cxense.com>

2. 上述したロールが適用されているユーザーでログインします。
3. 管理タブをクリックし、システム管理セクション内の”システム設定の管理”をクリックします。

## ビジュアルガイド



- 該当画面へのアクセス方法
- ビジュアルガイド
- 現在ご提供している機能の一覧
  - セルフサービスロール
  - 標準のユーザー設定
  - ペイメントゲートウェイ
  - クリックURLのドメイン名の設定
  - 標準の与信額の設定
  - おすすめのキーワード設定
  - 各URLの設定
  - レポートの表示列設定
  - レポートの表示列設定の利用例
    - サイト運営者向けのレポート表示列設定例
    - システムのレポート表示列設定例
  - API クライアント
  - 画面スタイル設定
- Conversion Thresholds
- Authorised Clients

## 現在ご提供している機能の一覧

### セルフサービスロール

#### "セルフサービスユーザーとしてサインアップ"

機能をユーザーに割り当てるかどうかを制御します。標準では、新しいブローカーが作成される時、セルフサービス機能は、無効になっています。これは、セルフサービスロールの設定を通して変更が行えます。様々な設定の影響について、下記に述べています。

セルフサービスのサインアップ機能に対する特定の設定から得られる結果は、下記の通りです。

- オプションを何も選択しない。: セルフサービスユーザーとしてサインアップする機能は、無効となります。(標準)
  - ログイン画面に"今すぐサインアップ"のリンクが表示されません。
  - サインアップページへのアクセスができなくなります。サンドボックス環境では、<http://sandbox.cxad.cxense.com/signup>へアクセスすることにより、サインアップページへアクセスできます。
- セルフサービスの広告主のみにチェックした場合、上記のリンクで作成された新しいユーザーは、セルフサービスの広告主 ロールが付与されます。
- セルフサービスのサイト運営者のみにチェックした場合、上記のリンクで作成された新しいユーザーは、セルフサービスのサイト運営者 ロールが付与されます。
- セルフサービスの広告主 と セルフサービスのサイト運営者両方にチェックした場合、上記のリンクで作成された新しいユーザーは、セルフサービスの広告主 と セルフサービスのサイト運営者 両方のロールが付与されます。

## 標準のユーザー設定

システムにユーザーを作成するときに設定されるロケールなどの設定をできます。ユーザーを追加するのは、下記2つの方法があります。

- ユーザーの追加
- セルフサービスユーザーとしてサインアップ

これらの設定は、ユーザーをシステムに作成するときに利用されます。修正を行うと、修正後に作成されたユーザーにのみ反映され、既存のユーザーへの影響はありません。既に作成されたユーザーは、[設定の変更](#) から変更することができます。



## ペイメントゲートウェイ

広告主が支払いを実施するときに利用するペイメントゲートウェイを選択します。Cxense Advertisingは、現在 nets.eu と PayPal をサポートしており、いずれかを選択できます。

どの請求アカウントで利用するかのオプションも有効です。Cxense Accountを選択すると、すべての広告主の支払いがCxenseに支払われます。そして、このお金は、毎月のビジネスに戻されます。詳細については、[cX-gateway](#)をご参照ください。

カスタムアカウントに対するオプションもあります。一度、アカウントがゲートウェイ・プロバイダとの間で確立されると、アカウントの詳細を入力することができます。

### Nets.eu

nets.euからペイメントを許可するためにインターネットマーチャントアカウントが必要です。[nets.eu](#) に連絡し、新規に口座を作成してください。

### PayPal

PayPalからペイメントを許可するためにビジネスかプレミアのPayPalアカウントが必要です。これは、[PayPal](#)から作成することができます。APIの認証情報をCxense Advertisingに登録する必要があります。[こちらをクリック](#)するとPayPal API認証情報の取得の仕方が参照できます。

管理ダッシュボード / システム設定の管理

## システム設定の管理



## クリックURLのドメイン名の設定

この機能を利用するとCxense Advertisingで利用されているホスト名を変更できます。現在サポートしているホスト名の変更は、下記の通りです。

- 広告サーバーの配信URL(標準とセキュア) : これにより、**広告スペース** ページで生成されるコードスニペットで利用するホスト名が変更されます。ページのヘルプに記載されている追加の設定が必要になりますので、ご注意ください。広告スペースのタグの挿入は、この作業を全て終えた後にを行うことをおすすめ致します。

管理ダッシュボード / システム設定の管理

## システム設定の管理

セルフサービス

標準のユーザー設定

標準の与信額の設定

通貨

ペイメントゲートウェイ

クリックURLのドメイン名の設定

各URLの設定

レポートの表示列設定

API Client

画面のスタイル設定

”  
広告をクリックする際の飛び先のドメイン名を変更することができます。空欄にすることで標準のドメインが使用されます。  
注意: 実際にこのドメイン名を変更したい際には追加で下記の作業が必須となります。詳細については、[support\\_jp@cxense.com](mailto:support_jp@cxense.com) までご連絡下さい:  
• 貴社のDNSに弊社のドメイン名に対してのCNAMEを追加する必要があります。  
• SSLサイトでの広告配信を行う際には、追加で証明書や秘密鍵をご送付いただく必要があります。  
”

AdServerのドメイン名

AdServerのドメイン名 (SSL用)

保存

### 標準の与信額の設定

前払いと後払いの請求アカウントに対して予め設定される与信額を制御します。金額値の入力は、必須で、数値で入力する必要があります。アカウントが作成された時に設定された通貨が適用されるため、通貨の指定はありません。下記の例は、後払いのアカウントに対する与信額の設定の例です。これは、ブローカーの固定レートがAUDに基づいています。

- 前払いの標準与信額 : -1000
- 固定レートの通貨: AUD
- 新しいアカウントの通貨: USD
- 現在の変換レート: 1 オーストラリアドル = 1.0307 U.S. ドル
- 新しいアカウントに対する与信額の設定 =  $-1000\text{AUD} \times 1.0307 = -1030.70\text{USD}$

このような金額の変化は、システムに新しいアカウントを作成した後にのみ発生します。この設定を変更しても、既存のアカウントに対しては影響を与えません。個々のアカウントに対する与信額の更新を行いたい場合、**ファイナンスアカウントの管理** 機能をご参照ください。

管理ダッシュボード / システム設定の管理

## システム設定の管理

セルフサービス

標準のユーザー設定

標準の与信額の設定

通貨

ペイメントゲートウェイ

クリックURLのドメイン名の設定

各URLの設定

レポートの表示列設定

API Client

画面のスタイル設定

以後作成されたアカウントの与信額は、下記に設定されます。この値は、JPY からアカウントに設定された通貨に変換されます。ファイナンス管理のアカウント管理で、各アカウント毎に与信額を変更することができます。

後払いの標準与信額 \*

保存

## おすすめのキーワード設定

おすすめキーワード機能を提供するためにCxense

Analyticsとの連携を設定します。おすすめキーワード機能をセットアップするための3つのステップは下記の通りです。

1. Cxense Analyticsのユーザー名とAPIキーを入力し、照合ボタンをクリックします。これにより、入力された情報が正しいかを確認します。
2. ユーザーにキーワードを検索させたいcX::analyticsのアカウントを選択します。そして、ウェブページのコンテンツに基づくキーワードを利用するか、ページに訪問したユーザーのプロファイルを利用するかを選択します。
3. キーワードを取得する対象となるCxense Analyticsのキーを選択します。

一度設定が完了すると、キーワードのターゲティングにおいて、"おすすめキーワード" タブが利用できるようになります。

cX::adがおすすめキーワードを生成するアカウントおよびプロファイルデータを選択してください。

### 設定

アカウント  テストアカウント

おすすめキーワードのソース  ユーザープロファイルデータ  
 コンテンツプロファイルデータ

保存

おすすめキーワードツールに利用するキーを選択して下さい。

### キー

キー  site  
 author  
 category  
 concept  
 pageclass  
 quote  
 language  
 taxonomy

保存

おすすめのキーワード機能を有効化するために、cX::adのアカウントとcX::analyticsのアカウントをリンクします。

### cX::analyticsのログイン情報

ユーザー名

cX::analyticsにログインする時に使うユーザー名です。

APIキー

あなたのアカウントのAPIキーは、cX::analyticsの画面右上にあるユーザー名をマウスオーバーすることで表示されます。記述形式は、"api&user&a1b2c..."となります。

照合

## 各URLの設定

管理UIで利用されているいくつかのURLのリンク先を変えることができます。自社のURLをこれらに設定することで、Cxense Advertisingの管理画面からそれぞれのリンク情報を変えることができます。カスタムなURLが追加されると自動的に現在のユーザーの言語を付与します。これにより、Cxense Advertisingを利用するときに設定したユーザーの言語に応じたページが表示されるようになります。

カスタマイズしたリンク先を消去して標準のものに戻す場合は、単純に入力ボックスを空にしてから保存してください。

カスタムな値を保存すると、即時にシステム内のすべてのユーザーに対して、その情報が有効になります。



ロケール情報は、クエリ文字列"locale"として追加されます。パラメータが有効で正しく機能するためには、リンク先のサイト側で作業が必要になる場合があります。

## システム設定の管理


|                  |  |
|------------------|--|
| セルフサービスロール       | 下記のリンクを自社のページのURLなどに変更することができます。空白にすると標準のcx:adの各ページにリンクされます。 |
| 標準のユーザー設定        | 連絡先 <input type="text"/>                                     |
| 標準の与信額の設定        | プライバシーポリシー <input type="text"/>                              |
| ペイメントゲートウェイ      | <input type="button" value="保存"/>                            |
| クリックURLのドメイン名の設定 |  |
| おすすめキーワードツール設定   |  |
| 各URLの設定          |  |
| レポートの表示列設定       |  |


### レポートの表示列設定

レポートの表示列設定は、システム管理者がユーザーのロール毎に表示列の設定を行えます。

1. ユーザーのロールを選択します。するとそのロールで有効なすべての表示列情報が表示されます。
2. 各行のトグルを利用して、表示/非表示ボタンを選択します。

設定されたものは、即時反映します。保存ボタンはありません。

 それぞれのロールをよく確認してください。ファイナンスデータを含む列情報については特に注意してください。

 「オン」の状態は、複数のロールをもつユーザーに対して「オフ」の条件を上書きします。

例えば、もしユーザーがセルフサービス広告主と広告主用アカウントマネージャーの2つのロールを持っていると、インプレッションの項目の表示はセルフサービス広告主に対しては「オフ」ですが、広告主用アカウントマネージャーは「オン」です。その時の表示は「オン」になります。(全てのケースに対して「オン」の状態が「オフ」の状態を上書きします)

## システム設定の管理

### セルフサービス

#### 標準のユーザー設定

#### 標準の与信額の設定

#### 通貨

#### ペイメントゲートウェイ

#### クリックURLのドメイン名の設定

#### 各URLの設定

#### レポートの表示列設定

#### API Client

#### 画面のスタイル設定

権限毎にレポートに表示する列を選択します。  
ユーザーが複数の権限を持っている場合には、全てOR条件で適用されます。  
**注意:** Statistics REST API は、この設定を元にデータを返します。

| 権限         | 権限  |  |
|------------|---|--|
| ▼ 広告主      | <input checked="" type="checkbox"/> 広告主用アカウントマネージャー |  |
|            | 広告主用レポート参照ユーザー                                      |  |
|            | 広告主用ヘルプデスク  |  |
|            | 代理店用ユーザー  |  |
|            | ビジネスアナリスト   |  |
|            | ビジネスオーナー  |  |
| ユニークユーザー   | 広告主用参照ユーザー  | 表示 <input checked="" type="checkbox"/> |
| インプレッション   | サイト運営者用参照ユーザー                                       | 表示 <input checked="" type="checkbox"/> |
| Click      | サイト運営者用アカウントマネージャー                                  | 表示 <input checked="" type="checkbox"/> |
| Click(不正含) | セルフサービスの広告主   | 表示 <input checked="" type="checkbox"/> |
|            | セルフサービスのサイト運営者                                      | 表示 <input checked="" type="checkbox"/> |
| 直接コンバージョン  |   | 表示 <input checked="" type="checkbox"/> |
| 間接コンバージョン  |   | 表示 <input checked="" type="checkbox"/> |
| CTR        |   | 表示 <input checked="" type="checkbox"/> |
| 平均表示順位     |   | 非表示 <input type="checkbox"/>           |
| 平均費用(CPC)  |   | 非表示 <input type="checkbox"/>           |
| 平均費用(CPM)  |   | 非表示 <input type="checkbox"/>           |
| 費用         |   | 表示 <input checked="" type="checkbox"/> |

## レポートの表示列設定の利用例

### サイト運営者向けのレポート表示列設定例

ロール

サイト運営者用アカウントマネージャー

|                   |     |                                     |                                     |
|-------------------|-----|-------------------------------------|-------------------------------------|
| クリック              | 表示  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |
| CTR               | 表示  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |
| ポジティブCTR          | 表示  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |
| グロスCTR            | 表示  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |
| eCPM              | 表示  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |
| eCPM(予算超過分含む)     | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| サイト収益             | 表示  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |
| サイト収益(予算超過分含む)    | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| ブローカーの収益          | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| ブローカーの収益(予算超過分含む) | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 管理費用              | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 管理費用(予算超過分含む)     | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 広告収入              | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 広告収入(予算超過分含む)     | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |

サイト運営者向け表示列  
予算超過分含ませない

予算超過分を表示しない

請求可能なファイナンス  
列のみ表示

ロール

サイト運営者用アカウントマネージャー

|                   |     |                                     |                                     |
|-------------------|-----|-------------------------------------|-------------------------------------|
| クリック              | 表示  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |
| CTR               | 表示  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |
| ポジティブCTR          | 表示  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |
| グロスCTR            | 表示  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |
| eCPM              | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| eCPM(予算超過分含む)     | 表示  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |
| サイト収益             | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| サイト収益(予算超過分含む)    | 表示  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |
| ブローカーの収益          | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| ブローカーの収益(予算超過分含む) | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 管理費用              | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 管理費用(予算超過分含む)     | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 広告収入              | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 広告収入(予算超過分含む)     | 非表示 | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |

サイト運営者向け表示列  
予算超過分含む

予算超過分を表示

請求可能なファイナンス列  
を表示しない

### システムのレポート表示列設定例

ロール

ビジネスオーナー

|                   |     |   |  |
|-------------------|-----|---|--|
| フック               | 表示  | ✓ |  |
| CTR               | 表示  | ✓ |  |
| ポジティブCTR          | 表示  | ✓ |  |
| グロスCTR            | 表示  | ✓ |  |
| eCPM              | 表示  | ✓ |  |
| eCPM(予算超過分含む)     | 非表示 | ⊘ |  |
| サイト収益             | 表示  | ✓ |  |
| サイト収益(予算超過分含む)    | 非表示 | ⊘ |  |
| ブローカーの収益          | 表示  | ✓ |  |
| ブローカーの収益(予算超過分含む) | 非表示 | ⊘ |  |
| 管理費用              | 表示  | ✓ |  |
| 管理費用(予算超過分含む)     | 非表示 | ⊘ |  |
| 広告収入              | 表示  | ✓ |  |
| 広告収入(予算超過分含む)     | 非表示 | ⊘ |  |

システムの表示列

予算超過分含ませない

予算超過分を表示しない

請求可能なファイナンス  
列のみ表示

ロール

ビジネスオーナー

|                   |     |   |  |
|-------------------|-----|---|--|
| フック               | 表示  | ✓ |  |
| CTR               | 表示  | ✓ |  |
| ポジティブCTR          | 表示  | ✓ |  |
| グロスCTR            | 表示  | ✓ |  |
| eCPM              | 非表示 | ⊘ |  |
| eCPM(予算超過分含む)     | 表示  | ✓ |  |
| サイト収益             | 非表示 | ⊘ |  |
| サイト収益(予算超過分含む)    | 表示  | ✓ |  |
| ブローカーの収益          | 非表示 | ⊘ |  |
| ブローカーの収益(予算超過分含む) | 表示  | ✓ |  |
| 管理費用              | 非表示 | ⊘ |  |
| 管理費用(予算超過分含む)     | 表示  | ✓ |  |
| 広告収入              | 非表示 | ⊘ |  |
| 広告収入(予算超過分含む)     | 表示  | ✓ |  |

システムの表示列

予算超過分含む

予算超過分を表示

請求可能なファイナンス列を  
表示しない

## API クライアント

APIクライアント機能では、Cxense

Advertisingにリクエストを送っていたように、IPアドレスのリスト(と、オプションでサブネット)を管理することができますようになります。Geo-IP lookupを利用したIPアドレスのセッティングフィルタリングを含む様々な方法でリストのアドレスを利用します。

## システム設定の管理

セルフサービス

標準のユーザー設定

標準の与信額の設定

通貨

ペイメントゲートウェイ

クリックURLのドメイン名の設定

各URLの設定

レポートの表示列設定

API Client

画面のスタイル設定

```

"
Configure the source of your API traffic (IP and/or subnet).
We will use this data to automatically configure functionality such as Geo-IP filtering.
For example, 192.168.0.1 would configure a single host (network mask is /32) or 10.0.0.0/8 for the entire class A.
"

```

0 IPアドレス

IPアドレスの追加

IPアドレス

コメント

アクション

見つかりませんでした。

### 画面スタイル設定

Enables the System Manager to customize the platform with logos and custom colours to truly represent their corporate brand and ensure consistency for their users.

システム設定では、ブランディングに合わせ、利用者のために一貫性を保つためにロゴや色などをカスタマイズしたプラットフォームにすることができます。

1. ロゴイメージやファビコンをアップロード及び提供しているカラーピッカーを利用して色の選択を行います。
2. プレビューボタンをクリックします。

## システム設定の管理

セルフサービス

標準のユーザー設定

標準の与信額の設定

通貨

ペイメントゲートウェイ

クリックURLのドメイン名の設定

各URLの設定

レポートの表示列設定

API Client

画面のスタイル設定

テーマカラーとロゴイメージのカスタマイズを行うことができます。「保存」をクリックした後、上部のプレビューモードのバナーの「保存」をクリックします。

その後、すべてのユーザーにテーマカラーとロゴイメージの設定が反映されます。

ロゴイメージ

イメージファイル

[ファイルを選択] 選択されていません

Maximum 最大イメージサイズ: 205px x 70px.

ロゴイメージ

CXENSE  
ADVERTISING

現在のロゴイメージの削除

ファビコン

ファビコンファイル

[ファイルを選択] 選択されていません

有効なファビコンフォーマット: .ico, .gif か .png  
ファビコンは高さど幅が同一サイズのものをご用意下さい。

設定中のファビコン

ファビコンは設定されていません

ナビゲーションの色

ヘッダーの背景色

# f3f3f3

ナビゲーションのテキストの色

# 777777

ページの色

ページリンクの色

# 428bca

ホバー時のページリンクの色

# 2a6496

#### サイドバーリンクの色

サイドバーのテキストの色 # 428bca

ホバー時のサイドバーのテキストの色 # 2a6496

ホバー時のサイドバーの背景色 # eeeeeee

選択されたサイドバーのテキストの色 # ffffffff

選択されたサイドバーの背景色 # 428bca

グラフィカラー #2 # ffa329

グラフィカラー #3 # 89c894

グラフィカラー #4 # e54bbf

グラフィカラー #5 # a7f3ff

グラフィカラー #6 # ffe81e

グラフィカラー #7 # bff490

グラフィカラー #8 # b17bea

グラフィカラー #9 # c67670

グラフィカラー #10 # ed4b65

プレビュー

インタラクティブプレビューモードでは、プラットフォームに適用される前に別のスタイルを試す機能になります。

すべてのユーザーのために変更を保存し、適用するには、通知パネルで「保存」ボタンをクリックします。「キャンセル」をクリックすると、プラットフォームの画面スタイル設定が以前の設定に戻ります。



## Conversion Thresholds

Allows the modification of conversion thresholds.

The conversion threshold is the number of days that defines the boundary between a conversion and a late conversion, i.e the number of days between a user clicking on an ad and the user performing the conversion action.

The default value is 30 days and all historic data prior to the first setting of a custom conversion threshold will use this value.

The system will record conversions and late conversions using the threshold active at the time of the conversion.



### Warning

Changing of the threshold can add confusion to the meaning of past data. Try to limit the number of changes and only change when absolutely required.

The page lists the history of custom thresholds, including the timestamp each threshold became active. This threshold history may be required to interpret past stats data and reports, i.e. to determine what threshold value was in use when the conversion was recorded.

## System Configuration

Self-Service Roles

User Defaults

Default Account Balances

Currencies

Payment Gateways

Host Name Override

Custom URLs

Reporting Column Visibility

API Client

Platform Look & Feel

Conversion Threshold

Defines the number of days that a conversion can take place after a click before it is marked as a Late Conversion. The system default is 30 days.

Threshold (Days) \*

| Date Activated    | Threshold (Days)       |
|-------------------|------------------------|
| 21/08/17 10:13 PM | 10 (Current Threshold) |

Conversion Threshold

## Authorised Clients

Allows the broker to whitelist IP addresses for system access.

If no IP addresses are defined, then any authorised user from any IP address can access the UI and the API.

Once IP addresses are defined, then only users accessing the UI or the API from one of the specified IP addresses will be granted access.



### Warning

This feature should only be used if all users have static IP addresses. Enabling this feature may result in all users being prevented from logging in.

Please contact support if enabling this feature prevents all users from accessing the system.

## System Configuration

Self-Service Roles

User Defaults

Default Account Balances

Currencies

Payment Gateways

Host Name Override

Custom URLs

Reporting Column Visibility

API Client

Platform Look & Feel

Conversion Threshold

Authorised Clients

Configure authorised clients for the system (IP and/or subnet).

If IP addresses are configured, then only users from these addresses can access the UI and the API

For example, 192.168.0.1 would configure a single host (network mask is /32) or 10.0.0.0/8 for the entire class A.

1 IP Address

| IP Address   | Comment | Actions                          |
|--------------|---------|----------------------------------|
| 203.56.34.52 | Office  | <input type="button" value="x"/> |

## ローカライズリソースの管理

### 概要

ブローカーは、Cxense Advertisingの管理画面のテキスト表記をカスタマイズできます。カスタマイゼーションは、主に下記2つのシナリオで行えます。

#### 1. ブランディングの変更: Cxense

Advertisingを他のブランド名に変更したり、管理画面内で使われている単語をよりブローカーのビジネスに合う単語に変更するなどマイナーな変更を行う場合です。

#### 2. 翻訳の変更: Cxense

Advertisingの管理画面で使われているいくつかの単語の英語を米語に変更するなどマイナーな変更からすべての英語を他の言語に変更するまで対応します。

- 概要
- ローカライズリソースの管理ページ
  - システムリソース
  - ブローカーリソース
  - リソース管理のアクション
- リソースのアップロードページ
- リソースファイル
- シナリオの例

言語ソースの情報が追加されると、Cxense

Advertisingでは選択されたロケールに最も合うものを表示させます。ユーザーは設定の変更ページでロケールを言語と国のオプションから選択することができます。例えば、英語（オーストラリア）。管理者は言語と国のオプション、又は一般言語のオプションのソースを追加することができます。例えば、中国語はロケールで中国語のみを設定することもできますし、中国語（香港）のように言語と国を設定することもできます。

Cxense Advertisingでは、一致するものが見つかるまで下記のステップでリソースを検索します。

1. ブローカーのリソースに対して、ユーザーのロケールの完全な一致（言語+国）を適用して、一致するものを検索します。
2. ブローカーのリソースに対して、ユーザーのロケールの言語コンポーネント（言語のみ）を適用して一致するものを検索します。
3. システムリソースに対して、ユーザーのロケールの完全な一致（言語+国）を適用して、一致するものを検索します。
4. システムリソースに対して、ユーザーのロケールの言語コンポーネント（言語のみ）を適用して一致するものを検索します。
5. 一致するものが見つからない場合は、デフォルトのソース（英語）を適用します。

このフォールバックメカニズムがCxense Advertisingでは非常に柔軟になり、大幅にローカライゼーションプロセスが簡素化されました。

## ローカライズリソースの管理ページ

ローカライズリソースの管理ページで、システム管理者ロールをもっているユーザーは、リソースファイルをダウンロードすることができます。

そのファイルを編集することによって、翻訳を変更する事が可能です。

[管理ダッシュボード](#) / [ローカライズリソースの管理](#)

## ローカライズリソースの管理

システムリソース

ロケール

[リソースのダウンロード](#)

|                 |              |                  |
|-----------------|--------------|------------------|
| ロケール<br>English | リソース<br>3897 | 最終更新<br>15/02/12 |
|-----------------|--------------|------------------|

ブローカーリソース

[リソースの追加](#)

| ロケール                                | リソース | 最終更新    | 更新者           | アクション   |
|-------------------------------------|------|---------|---------------|---|
| Japanese (Japan) / 日本語 (日本)         | 1694 | 6/11/13 | ux-team_admin | <a href="#">+</a> <a href="#">-</a> <a href="#">@</a> <a href="#">x</a> |
| Russian (Russia) / русский (Россия) | 1590 | 6/11/13 | ux-team_admin | <a href="#">+</a> <a href="#">-</a> <a href="#">@</a> <a href="#">x</a> |

## システムリソース

システムで定義された標準の翻訳をダウンロードすることができます。現在、英語と日本語をサポートしております。

- システムバージョン: 現在提供中のCxense Advertisingのバージョン番号です。
- ロケール: 標準のロケールです。日本でも英語になりますが、特に問題はありません。
- リソース: リソースファイル内の項目数です。
- 最終更新: リソースの最終変更日付です。
- リソースのダウンロード: どの言語かを選択した後にクリックすることでリソースファイルをダウンロードすることができます。

## ブローカーリソース

カスタマイズしたリソースファイルです。

- ブローカーリソース: 現在のブローカーのリソースリストです。
  - ロケール: どの言語かを表示します。
  - リソース: リソースファイル内の項目数です。
  - 最終更新: リソースの最終変更日付です。
  - 更新者: リソースファイルを更新したユーザー名です。
  - アクション: リソースファイルの管理を行います。詳細は、下記のリソース管理のアクションをご参照下さい。
- リソースの追加: 選択した言語で新しいリソースファイルをアップロードします。

#### リソース管理のアクション



##### リソース差異のダウンロード:

選択したリソースバンドルに存在しないシステムリソースのコレクションから全てのリソースのエントリーが含まれているリソースファイルをダウンロードします。また、ロケールのリソースがシステムの全てのエントリーが含まれている場合、このアクションは無効になります。そして、このファイルはアップロード編集ができます。このファイルは、不足しているエントリーが追加されることを可能にし、アップロードや編集ができます。



ブローカーリソースのダウンロード: 現在選択されているリソースバンドル用に定義されたすべてのリソースを含むリソースファイルをダウンロードします。このファイルには、修正/調整をオーバーライドする、既存のエントリを可能にアップロードすることができ、編集することができます。



ブローカーリソースのアップロード: リソースファイルをシステムにアップロードし、コメントを選択されたリソースバンドルに追加/マージすることができます。



ブローカーリソースの削除: システムから選択したリソースバンドルを削除します。

#### リソースのアップロードページ

ローカライズリソースの管理ページでリソースの追加かブローカーリソースのアップロードを選択すると下記のような画面が表示されます。

- Locale: どのロケールを選択時にこのリソースファイルを使用するかを選択します。
- ファイル: ブローカーリソースファイルを選択します。
- アップロード: ファイルで選択したブローカーリソースファイルをアップロードします。

## リソースのアップロード

リソースファイルをアップロードすると選択されたロケールに新しい言語を追加できます。システムはこのファイルからリソースを利用するように試行され、何も見つからない場合、システムの標準にフォールバックされます。

Locale \* Japanese / 日本語

ファイル \* ファイルを選択 system\_ja\_J...ources.csv

アップロード

閉じる

アップロードの完了後、何項目追加されたかや何項目変更されたかなどの情報が表示されます。

## ローカライズリソースの管理

### リソースのアップロード

リソースファイルをアップロードすると選択されたロケールに新しい言語を追加できます。システムはこのファイルからリソースを利用するように試行され、何も見つからない場合、システムの標準にフォールバックされます。

✔ リソースのアップロードに成功しました。  
3301 個のリソースが追加されました。0 個のリソースが更新されました。0 個のリソースが無視されました。  
Japanese / 日本語に対するブローカーリソース数は、3301 個です。  
リソースの変更はすぐには反映されないかもしれません。変更が適用されるまでしばらくお待ちください。

Locale \*

ファイル \*  選択されていません

#### リソースファイル

ダウンロードできるリソースファイルは、キーとバリュー毎にタブで区切られています。また、このファイルは、UTF-16を使用しており、Microsoft Excel や Open Office Calc など編集することができます。アップロードする際には、UTF-8 か UTF-16 でエンコードされていれば正常にアップロードできます。

このファイルは、下記の2列で構成されています。

1. キー: 1列目です。どのリソースの項目かを記述するものです。この値を変更してはいけません。
2. バリュー: 2列目です。この値を変更することにより翻訳を変更することができます。ただし、"\${}"の文字列は変更しないで下さい。

もし、意図しないキーがある場合には、その項目を無視します。



"\${}"で表記されている文字列は、Cxense AdvertisingのUI内で動的に適切な値が表示されます。

#### シナリオの例

##### US Englishのサポート

##### Cxense

Advertisingはデフォルトの言語で英語を使用していますので、いくつかの言葉はアメリカの綴りを必要とするものがあります。これは、デフォルトのリソースシステムに上書きしたファイルのリソースを作成することでできるようになります。

上書きした翻訳をUS-Englihsに追加する方法:

1. 区切られたタブ/別々ファイルに対して上書きを必要とし、必要に応じてスペルを修正するリソースのリストを作成します。
2. リソースの追加ボタンをファイルを使ってアップロードし、English(United States)をロケールに選択します。

ユーザーが、English(United States)をロケールとして選択した場合、テキストが提示されるとCxense Advertisingは、まずEnglish(United States)から翻訳のためのリソースを探し、何も見つからない場合は、システムデフォルトのEnglishリソースを読み込みに戻ります。

ダウンロードリソースとアップロードリソースのアクションを使用して、必要な時にこのファイルは、再び、ダウンロードした修正およびアップロードすることができます。

ます。

## ユーザー管理

### ユーザーの管理

ユーザーの管理機能は、システム内にいるユーザーの検索機能や必要に応じたユーザーの詳細情報の変更が行えます。

- **代理ログイン** — システム管理者とシステムヘルプデスクユーザーロールを持つユーザーは、全てのワークスペースに対して、代理ログインが可能です。代理ログインをすることで、そのユーザーのワークスペース内のデータなどにアクセス可能です。

### ユーザーの追加

- **広告代理店ユーザーの作成** — このページでは、代理店ユーザー（広告営業、サイト運営者の代理店を含む）の作成方法と機能について説明します。

### 共有フォルダの管理

共有フォルダの管理機能を利用すると他のユーザーにインベントリを共有することができます。そして、特定のユーザーに対して、フォルダの存在を隠したり、見せたり設定することができます。複数のユーザーを招待する機能を提供し、それぞれ個々に対して特定のフォルダだけを見せれるように設定することもできます。

## ユーザーの追加

新規ユーザーのユーザーIDやメールアドレスを登録します。

その後、新規ユーザーのアクセス可能なワークスペースを設定し、必要な権限を付与した後に、新規ユーザーメールが送信されます。

ただし、権限は、追加実施ユーザーに設定されている権限からのみ設定が可能です。

例. 自分自身の持っていないロールを設定することができません。

また、各ユーザーに対して**共有フォルダの管理**の機能を利用することで、ワークスペース内でアクセス可能なフォルダの制御を行うことができます。


下記のワークスペースの設定が可能:

- 現在のワークスペース:ユーザー追加を実施したユーザーと同じデータにアクセスできます。
- 新規のワークスペース:新規のワークスペース(データ格納領域)を利用します。既存のワークスペースのデータにはアクセスできません。広告商品へのアクセスが可能です。

下記のロールを設定可能:

- 広告主用アカウントマネージャー
- 広告主用参照ユーザー
- 広告主用レポート参照ユーザー
- 広告主用ヘルプデスク
- 代理店用ユーザー
- ビジネスオーナー
- サイト運営者用アカウントマネージャー
- サイト運営者用参照ユーザー
- セルフサービスの広告主
- セルフサービスのサイト運営者
- システム管理者

それぞれのロールの詳細は、[権限](#)を参照して下さい。

 招待でのみ有効化されるロール

下記のロールは、参照のみのロールです。

- 広告主用レポート参照ユーザー
- 広告主用参照ユーザー
- サイト運営者用参照ユーザー

これらのロールは、あらゆるデータを追加できない参照のみの権限です。

新規ワークスペースを選択したユーザーには、上記以外の権限を必ず1つ付与する必要があります。したがって、新規ワークスペースを利用する新しく追加されるユーザーは、なにかしらのデータを作成できる権限を持つことになります。

登録したメールアドレスに確認用URLを含む招待メールが送信されます。このURLをクリックして、ユーザーは名前やパスワードなどを登録します。それが完了するとユーザーはログインできます。

追加されたユーザーは、システム管理者によって、ユーザーの管理で管理されます。

ユーザーの作成の作成方法については、追加ユーザーアカウントの作成をご参照下さい。

## 広告代理店ユーザーの作成

このページでは、代理店ユーザー（広告営業、サイト運営者の代理店を含む）の作成方法と機能について説明します。

### 該当画面へのアクセス方法

代理店ユーザーは、他のユーザーと同様に「管理>ユーザーの作成」で作成します。

- 該当画面へのアクセス方法
- 広告代理店ユーザーとは？
  - 広告主向け代理店
  - サイト運営者向け代理店
- 新しいエージェンシーの作成手順
- 代理店用ユーザーの機能

### 広告代理店ユーザーとは？

広告代理店ユーザーとは、複数の広告主やサイト運営者を管理するためのユーザーです。

#### 広告主向け代理店

広告主向け代理店は、複数の広告主用アカウントマネージャーロールを持つ広告主を管理します。管理方法は2つあります。1つ目は、広告主向け代理店ユーザーが持つホームフォルダー内に複数の広告主アカウントを管理する方法です。もう一つは、広告主向け代理店ユーザーが持つホームフォルダーとは別のホームフォルダーを広告主毎に持つ方法です。この方法では、広告主ユーザーは、広告主向け代理店ユーザーのサブユーザーとして扱われ管理されます。

#### ブローカー

広告主 1

広告主 N

広告主向け代理店 1

代理店のクライアント #A1

代理店のクライアント #A2

広告主向け代理店 N

代理店のクライアント #N1

...

#### サイト運営者向け代理店

サイト運営者向け代理店ユーザーは、複数のサイト運営者でサブネットワークを持ちます。

## ブローカー

サイト運営者 1

サイト運営者 N

サイト運営者向け代理店 1

ウェブサイト #A1

ウェブサイト #A2

サイト運営者向け代理店 N

ウェブサイト #N1

...

## 新しいエージェンシーの作成手順

1. ブローカーでログイン
2. 管理タブを選択して、ユーザーの作成をクリック
3. メールアドレスとユーザー名を入力
4. 代理店用ユーザーと **広告主用アカウントマネージャー** もしくは、**サイト運営者用アカウントマネージャー**（両方でも可）を選択
5. 保存をクリック
6. 送付されたメールに含まれる認証リンクをクリックして、代理店ユーザーのフォームを入力するとログインします。

## 代理店用ユーザーの機能

**ユーザーの作成**を行うことができます。これを行えるのは、ブローカーやシステム管理者のみです。

システムパフォーマンスレポートへのアクセスができます。

これらのレポートは、自分のホームフォルダーとサブユーザーのホームフォルダーの情報が参照可能です。

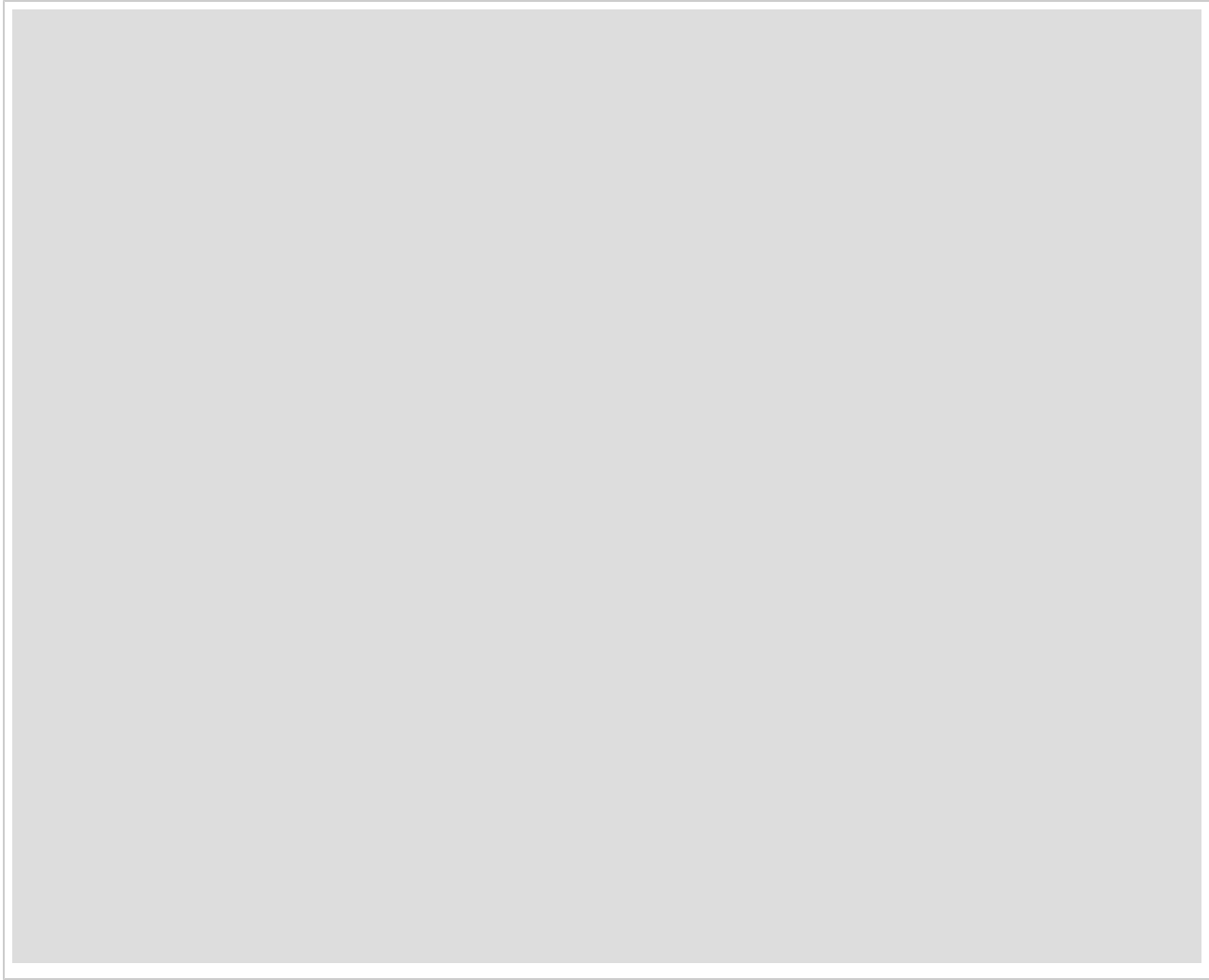
※ブローカーは全ユーザーのホームフォルダー情報が参照可能です。

サブユーザーのファイナンスアカウントを管理できます。管理タブのファイナンスの管理で、ファイナンスアカウントの有効化/無効化や与信の設定、税率の設定、前払いか後払いの変更を行うことができます。

ユーザーの管理ができます。ユーザーの有効化/無効化、ユーザーのパスワードを含む、パスワードの設定、代理ログインを行うことができます。

詳細は、[権限](#)をご参照下さい。

下記のPPTも参考となります：



## 共有フォルダの管理

共有フォルダの管理機能を利用すると他のユーザーにインベントリを共有することができます。そして、特定のユーザーに対して、フォルダの存在を隠したり、見せたり設定することができます。複数のユーザーを招待する機能を提供し、それぞれ個々に対して特定のフォルダだけを見せれるように設定することもできます。

## 共有フォルダの管理

ユーザー検索

| ユーザーID | メールアドレス | 名 | 姓 | ステータス |    |
|--------|---------|---|---|-------|----|
| >>     | メールアドレス | 名 | 姓 |       | 検索 |

| ユーザーID                | メールアドレス         | 名      | 姓           | ステータス |
|-----------------------|-----------------|--------|-------------|-------|
| test_business_analyst | info@cxense.com |        |             | 有効    |
| test_pub              | info@cxense.com | pub    | test        | 有効    |
| test_user02           | info@cxense.com | viewer | adv_and_pub | 有効    |

test\_user02

- アクセスできるフォルダを制限しない  
ユーザーに設定された権限内で、すべての広告主/サイト運営者フォルダにアクセスできます。
- アクセスできるフォルダを制限する  
ユーザーがアクセス可能なフォルダを指定します。

19

すべてのフォルダ数

1

アクセスできるフォルダ数

18

アクセスできないフォルダ数

検索条件

名前

|    |    |
|----|----|
| 名前 | 検索 |
|----|----|

| 名前            | 共有/制限        |
|---------------|--------------|
| 広告主           |              |
| CPC campaigns | Inaccessible |
| CPM campaigns | Accessible   |



ホームフォルダを共有しているユーザーは、そのホームコンテナ内で他のユーザーの共有フォルダを管理することができます。



共有フォルダアクセスは、ユーザーのロールを上書きしません。したがって、サイト運営者が広告主向けのフォルダのアクセス権限を設定されたとしても、実際には、その広告主のフォルダを参照することができません。

## ユーザーの管理

ユーザーの管理機能は、システム内にいるユーザーの検索機能や必要に応じたユーザーの詳細情報の変更が行えます。

この機能は、次の **権限** のみに対して有効です。:

- システム管理者
- 広告主用ヘルプデスク

### 該当画面へのアクセス方法

- Cxense Advertisingの環境へアクセスします。
  - 本番環境: <https://cxad.cxense.com> (通常、cxadの前に特定のプリフィックスがついています。)
  - サンドボックス: <http://sandbox.cxad.cxense.com> (通常、sandboxの前に特定のプリフィックスがついています。)
- 上で記述されている必要なロールを持つユーザーでログインします。
- 管理タブをクリックすると、**ビジュアルガイド**の画面(上)管理タブのような画面が表示されます。
- ダッシュボードのユーザー管理セクション内のユーザーの管理をクリックします。

- 該当画面へのアクセス方法
- ビジュアルガイド

## ユーザーの詳細管理

### 基本情報の変更

名 \*    Cxense

姓 \*    Support

メールアドレス \*    support\_jp@cxense.com

ユーザーID \*    licensee

秘密の質問 \*    お気に入りの旅行先

秘密の答え \*    北海道

有効

保存

### パスワードの変更

新パスワード \*    .....

新パスワードの再確認 \*    新パスワードの再確認

保存

### 付与する権限

- 権限
- 広告主用アカウントマネージャー
  - 広告主用レポート参照ユーザー
  - 広告主用ヘルプデスク
  - 代理店用ユーザー
  - ビジネスアナリスト
  - ビジネスオーナー
  - 広告主用参照ユーザー
  - サイト運営者用参照ユーザー
  - サイト運営者用アカウントマネージャー
  - セルフサービスの広告主
  - セルフサービスのサイト運営者
  - システム管理者

保存

- ユーザーの検索
  - 検索結果
  - 有効な機能
    - ユーザー詳細の編集
    - 代理ログイン

## ユーザーの管理

ユーザー検索

| ユーザーID                              | メールアドレス                              | 名                              | 姓                              | ステータス                         |                                   |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="text" value="ユーザーID"/> | <input type="text" value="support"/> | <input type="text" value="名"/> | <input type="text" value="姓"/> | <input type="text" value=""/> | <input type="button" value="検索"/> |

| ユーザーID    | メールアドレス               | 名  | 姓   | ステータス             | 権限 | ワークスペース | アクション |
|-----------|-----------------------|----|---|-------------------|----|---------|-------|
| demo_user | support_jp@cxense.com | 有効 | 広告主用アカウントマネージャー、ビジネスオーナー、サイト運営者用アカウントマネージャー、システム管理者 | demo_user<br>home |    |         |       |

## ユーザーの詳細管理

アクション

### 基本情報の変更

|           |  |
|-----------|--|
| 名 *       | <input type="text" value="Cxense"/>                |
| 姓 *       | <input type="text" value="Support"/>               |
| メールアドレス * | <input type="text" value="support_jp@cxense.com"/> |
| ユーザーID *  | <input type="text" value="licensee"/>              |
| 秘密の質問 *   | <input type="text" value="お気に入りの旅行先"/>             |
| 秘密の答え *   | <input type="text" value="北海道"/>                   |
| 有効        | <input checked="" type="checkbox"/>                |
|           | <input type="button" value="保存"/>                  |

### パスワードの変更

|              |                                   |
|--------------|-----------------------------------|
| 新パスワード *     | <input type="password" value=""/> |
| 新パスワードの再確認 * | <input type="password" value=""/> |
|              | <input type="button" value="保存"/> |

### 付与する権限

|    |  |
|----|--|
| 権限 | <input checked="" type="checkbox"/> 広告主用アカウントマネージャー    |
|    | <input type="checkbox"/> 広告主用レポート参照ユーザー                |
|    | <input type="checkbox"/> 広告主用ヘルプデスク                    |
|    | <input type="checkbox"/> 代理店用ユーザー                      |
|    | <input type="checkbox"/> ビジネスアナリスト                     |
|    | <input checked="" type="checkbox"/> ビジネスオーナー           |
|    | <input type="checkbox"/> 広告主用参照ユーザー                    |
|    | <input type="checkbox"/> サイト運営者用参照ユーザー                 |
|    | <input checked="" type="checkbox"/> サイト運営者用アカウントマネージャー |
|    | <input type="checkbox"/> セルフサービスの広告主                   |
|    | <input type="checkbox"/> セルフサービスのサイト運営者                |
|    | <input checked="" type="checkbox"/> システム管理者            |
|    | <input type="button" value="保存"/>                      |

### ユーザーの検索

管理ダッシュボードのリンクをクリックした後、ビジュアルガイドの画面(下)のような画面が表示されます。表示するユーザーを絞り込むために検索を行うことができます。検索条件を複数追加すると、それらは、すべての条件を満たしたものが結果に表示されます。

検索条件に入力した文字の大文字、小文字は区別されません。そして、検索は部分一致でも動作します。特定の企業名のすべてのユーザーを検索したい場

合は、たとえば、電子メールアドレスの終わりに"cxense.com"のようなスタンダードな企業情報を検索条件にできます。

## 検索結果

検索結果には、次の情報が表示されます。

- ユーザー名: システム内で一意の情報です。
- 電子メール: ユーザーに送信するための連絡手段となるアドレスです。
- 名前: 名と姓です。
- ステータス: ユーザーインターフェースへのログインすることや **remote APIs**(英語)の実施が現在できるかどうか示します。
- ロール: ユーザーに割り当てられている現在の **ロール** です。ロールに応じてユーザーインターフェースの機能が制御されます。
- ワークスペース: ユーザーが操作を行うデータ領域です。他のユーザーに自分のインベントリーや機能をアクセスさせたいときに**ユーザーの追加**を現在のワークスペースに対して行うことで、ワークスペースを共有することができます。

## 有効な機能

### ユーザー詳細の編集


検索結果のいずれかのユーザーのユーザー名上をクリックすることで、そのユーザーについての詳細な情報を見ることができます。**ビジュアルガイド**の画面(下)のユーザーの詳細管理の画面が表示されます。このページでは、下記のような編集を行うことができます。

- 標準のユーザーの詳細情報
- パスワードを忘れたり、標準で提供しているパスワードの変更機能が動作しないユーザーからサポート宛に連絡があった場合に、パスワードのリセットが行えます。このようなユーザーは、電子メールアドレスを変更して、ログイン詳細を忘れていた場合が考えられます。
- ユーザーに対するロール情報を変更することができます。必要に応じて、個々のユーザーに追加のロールを割り当てることができます。表示されるロールは、現在割り当てられているロール情報に基づいて異なります。現在自分が利用できない機能に対するアクセス権を他の人に与えることはできないということです。
- 画面右上の「アクション」のプルダウンメニューよりアカウントを削除することができます。



ページの各セクションの真下に保存ボタンがあるので注意して見てください。更新したい項目だけを記載するだけで構いません。セクションを跨って変更しても、他のセクションの更新内容は、有効になりませんので、ご注意ください。

## 代理ログイン

この機能は、検索結果のアクションカラムから利用できます。検索結果には、自分がアクセスできるロールの情報が表示されます。このアイコン  を利用することで **異なるワークスペースへの代理ログイン**が行えます。

### 代理ログイン

#### 概要

システム管理者とシステムヘルプデスクユーザーロールを持つユーザーは、全てのワークスペースに対して、代理ログインが可能です。代理ログインをすることで、そのユーザーのワークスペース内のデータなどにアクセス可能です。

代理ログイン実行中は、画面の上部に現在どのワークスペースのデータを見ているか表示されます。

また、その間、管理者は全ての権限を持ちます。



管理者は、この機能を利用中、各ワークスペースのデータを参照することができますが、システム設定の管理やローカライズの管理を行うことができません。

管理者は、代理アクセスを下記の方法で使用できます。

- ユーザーの管理でユーザーを検索して、アクション列にある代理アクセスアイコンをクリックします。
- ファイナンスアカウントの管理でユーザーを検索して、アクション列にある代理アクセスアイコンをクリックします。

- **概要**
- **代理ログインの例**

## 代理ログインの例

## ユーザーの管理

ユーザー検索

| ユーザーID                              | メールアドレス                              | 名                              | 姓                              | ステータス                              |                                   |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="text" value="ユーザーID"/> | <input type="text" value="メールアドレス"/> | <input type="text" value="名"/> | <input type="text" value="姓"/> | <input type="text" value="ステータス"/> | <input type="button" value="検索"/> |

| ユーザーID    | メールアドレス               | 名 | 姓 | ステータス | 権限   | ワークスペース        | アクション   |
|-----------|-----------------------|---|---|-------|--|----------------|---|
| demo_user | support_jp@cxense.com |   |   | 有効    | 広告主用アカウントマネージャー, ビジネスオーナー, サイト運営者用アカウントマネージャー, システム管理者 | demo_user home |  |

上図のアクション列の代理ログインアイコンをクリックすることで、システム管理者やシステムヘルプデスクユーザーは、選択したユーザーのワークスペースにアクセスすることができます。

下記の例では、demo\_userのアイコンをクリックし、画面上部に現在demo\_userのデータを参照していることがわかります。

demo\_user homeのワークスペース(Container[0000000005398bf])に代理ログイン中 (キャンセル)

CXENSE ADVERTISING [ダッシュボード](#) 広告主 サイト運営者 ビジネスオーナー レポート ファイナンス 管理 jp\_admin | サインアウト

ダッシュボード

### ダッシュボード

配信中のキャンペーン すべての配信中の契約を持つCPMキャンペーンが表示されます。

配信前のキャンペーン

過去のキャンペーン

検索条件  
名前

キャンペーン ◯ 親データ ◯ ステータス ◯ 契約期間 ◯ 配信速度 ^ 契約済みインプ ◯ 残り ◯ 残り時間 ◯

見つかりませんでした。

## ユーザー設定

管理ダッシュボード / ユーザー情報

# ユーザー情報

基本情報の変更

パスワードの変更

設定の変更

### パスワードの変更

すべてのユーザーは、このページにアクセスすることによって、いつでもパスワードの変更を行うことができます。

### 基本情報の変更

ユーザーの設定ページでは、いつでも、次のユーザーの詳細情報を管理できます。

## 設定の変更

システム内の各ユーザーごとに次のオプションを設定できます。

## パスワードの変更



管理ダッシュボード / ユーザー情報

## ユーザー情報

基本情報の変更

パスワードの変更

設定の変更

旧パスワード \*

新パスワード \*

新パスワードの再確認 \*

すべてのユーザーは、このページにアクセスすることによって、いつでもパスワードの変更を行うことができます。

パスワードを変更するときには、セキュリティ対策として現在のパスワード(旧パスワード)を入力していただく必要があります。

## 設定の変更



## ユーザー情報

基本情報の変更

パスワードの変更

設定の変更

通貨

標準の通貨として利用し、レポートの標準化に利用します。

ロケール \*

日付/時間や通貨のフォーマット、そして表示言語の決定を行います。

タイムゾーン \*

ページあたりの行数 \*

数のフォーマット \*  パーcentageで表示 (¼ as 25%)

小数点で表示 (¼ as 0.25)

保存

システム内の各ユーザーごとに次のオプションを設定できます。

- 通貨
- ロケール (日付/時間や通貨のフォーマット、表示言語を決定します)
- タイムゾーン
- ページあたりの行数 (この設定は、表リストに表示する行数を決定します)
- 数のフォーマット

## 基本情報の変更

The screenshot shows the CXENSE ADVERTISING dashboard. The top navigation bar includes 'ダッシュボード', '広告主向け', 'サイト運営者向け', 'フィード&広告商品', 'レポート', 'ファイナンス', and '管理'. The user is logged in as 'jp\_admin'. The '管理' (Management) dropdown menu is open, showing several categories of settings:

- ユーザー情報** (User Information):
  - 基本情報の変更 (Change Basic Information) - circled in red
  - パスワードの変更 (Change Password)
  - 設定の変更 (Change Settings)
- ユーザー管理** (User Management):
  - ユーザーの追加 (Add User)
  - ユーザーの管理 (Manage User)
  - 共有フォルダの管理 (Manage Shared Folders)
- ファイナンス管理** (Finance Management):
  - 各種実績データの抽出 (Extract Various Performance Data)
  - データ抽出のスケジューリング設定 (Data Extraction Scheduling Settings)
  - 標準の収益分配率の設定 (Set Standard Profit Distribution Rate)
  - 収益の分配管理 (Manage Profit Distribution)
  - ファイナンスアカウントの管理 (Manage Finance Accounts)
  - 支払いの管理 (Manage Payments)
  - 標準税率の設定 (Set Standard Tax Rate)
- システム管理** (System Management):
  - Analytics Integration
  - ローカライズリソースの管理 (Manage Localization Resources)
  - システム設定の管理 (Manage System Settings)
  - 不正クリック管理 (Manage Invalid Clicks)
- 広告主向け管理** (Advertiser Management):
  - 入札キーワードのブロック設定 (Block Bidding Keyword Settings)
  - 到達URLのブロック設定 (Block Landing URL Settings)

## ユーザー情報

基本情報の変更

パスワードの変更

設定の変更

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| 名 *                               | <input type="text" value="admin"/>                 |
| 姓 *                               | <input type="text" value="test"/>                  |
| メールアドレス *                         | <input type="text" value="admin_test@cxense.com"/> |
| ユーザーID *                          | <input type="text" value="admin_admin"/>           |
| 秘密の質問 *                           | <input type="text"/>                               |
| 秘密の答え *                           | <input type="text"/>                               |
| <input type="button" value="保存"/> |  |

ユーザーの設定ページでは、いつでも、次のユーザーの詳細情報を管理できます。

- 名
- 姓
- 電子メール
- 秘密の質問
- 秘密の答え



ユーザーのユーザー名は、ユニークである必要があります。そして、後で編集することはできません。

## ユーザー向けロールとセキュリティ

### 権限

Cxense Advertisingで用意している権限毎の役割についてまとめます。

### 権限

#### 概要

Cxense Advertisingで用意している権限毎の役割についてまとめます。

#### 権限一覧

#### 広告主用アカウントマネージャー

この権限は広告代理店や自社の広告営業などに使用される権限です。この権限では、各請求アカウントと広告主フォルダーで紐付けられたキャンペーンを管理できます。

また、この権限を持つユーザーは、ユーザーを招待することができます。

できること:

- ユーザーの招待と下記の権限のアサイン:
  - 広告主用アカウントマネージャー
  - 広告主用レポート参照ユーザー
  - 広告主用参照ユーザー
  - セルフサービスの広告主
- 権限のあるアカウントの管理
- 作成/更新/削除: キャンペーンや広告、予算の管理
- 作成/更新: 請求アカウント (前払いと後払い)
- キャンペーンのインポートとエクスポート
- 広告主の実績レポートの参照

できないこと:

- サイト運営者や広告商品関連の設定
- 新規ユーザーの作成

- 概要
- 権限一覧
  - 広告主用アカウントマネージャー
  - 広告主用ヘルプデスク
  - 広告主用レポート参照ユーザー
  - 代理店用ユーザー
  - ビジネスアナリスト
  - ビジネスオーナー
  - 広告主用参照ユーザー
  - サイト運営者用参照ユーザー
  - サイト運営者用アカウントマネージャー
  - セルフサービスの広告主
  - セルフサービスのサイト運営者
  - システム管理者
  - ブローカー

## 広告主用ヘルプデスク

この権限は、管理ユーザー権限の1つです。この権限を持つユーザーは、代理ログインができます。キャンペーンが公開できないなど広告主が困っている時に、代理ログインを使用して、広告主を助けることができます。

できること:

- ユーザーの作成/招待/管理ならびに下記の権限の付与
  - 代理店用ユーザー
  - 広告主用レポート参照ユーザー
  - 広告主用参照ユーザー
  - セルフサービスの広告主
- 代理ログイン
- 広告商品の参照, 入札キーワードのブロック設定, 到達URLのブロック設定
- 権限のあるアカウントの管理
- 作成/更新/削除: キャンペーンや広告、予算の管理
- 作成/更新: 請求アカウント (前払いのみ)
- キャンペーンのインポートとエクスポート
- 広告主の実績レポートの参照
- 請求アカウントの与信の変更
- トランザクションと支払い履歴の参照

できないこと:

- サイト運営者関連の設定
- 支払いの実施

## 広告主用レポート参照ユーザー

この権限は広告主の実績レポートを参照するのみの権限を持ちます。

できること:

- ユーザーの招待と下記の権限の付与
  - 広告主用レポート参照ユーザー
- 広告主の実績レポートの参照

できないこと:

- 広告主タブへのアクセス
- 支払いの実施



### Invite only role

この権限は、ユーザーの招待の時のみ利用可能です。

## 代理店用ユーザー

広告代理店用の権限です。新しい代理店ユーザーを作成するためには、この権限とあわせて、広告主用アカウントマネージャーかサイト運営者用アカウントマネージャー権限を付与しなければなりません。これによって、広告主向けかサイト運営者向けの広告代理店かを識別します。

できること:

- 権限のある全ての広告主・サイト運営者の実績レポートの参照
- ユーザーの作成
- ユーザーの管理
- ユーザーの無効化(ログインをできなくする)
- アクセス権
  - ユーザーの管理
  - サブユーザーの無効化
  - 「サブアカウント」としての代理アクセス
  - ユーザーの詳細情報の変更/パスワードの変更など
  - ユーザーのファイナンスアカウント管理
  - ユーザーの税率の管理
  - クレジットカード、デビットカード登録のないユーザーのファイナンスアカウント管理
  - ユーザーのファイナンスアカウントの無効化
  - 前払い/後払いの設定
  - 与信額の設定
  - トランザクション履歴の参照
- 共有フォルダーの設定
- ユーザーの招待と下記の権限の付与
  - 広告主用アカウントマネージャー
  - サイト運営者用アカウントマネージャー
  - 広告主用レポート参照ユーザー/サイト運営者用参照ユーザー
  - セルフサービスの広告主 / セルフサービスのサイト運営者
  - 代理店用ユーザー

できないこと:

- 広告商品の作成/更新など
- 入札キーワードや到達URLのブロック設定
- 記事の操作

## ビジネスアナリスト

全てのレポートを参照することができます。

できること:

- ユーザーの招待と下記の権限の付与
  - ビジネスアナリスト

- 全ての広告主やサイト運営者レポートの参照

できないこと:

- 全てのデータの変更



#### Invite only role

同じワークスペース内で、ビジネスアナリストの権限を持つユーザーの作成を行うことができます。

### ビジネスオーナー

できること:

- 下記権限でのユーザーの招待:
  - ビジネスオーナー
- ファイナンスアカウントの管理
  - ステータスの変更
  - 与信額の変更
- 入札キーワードや到達URLのブロック設定
- 広告商品の作成/更新/削除
- キャンペーンの優先度の管理
- 請求アカウント・売上アカウントの更新
- トランザクションと支払い情報の参照
- 請求アカウントの残高調整
- 全ての広告主やサイト運営者レポートの参照

できないこと:

- サイト運営者や広告主関連の設定
- ユーザーの新規作成
- 通常のパフォーマンスレポートの参照

### 広告主用参照ユーザー

どのユーザーにどのアイテムを見せるかを設定することができますが、情報の作成や更新をすることはできません。一般的なケースとしては、広告代理店のためにユーザーがログインできるように設定したり、キャンペーンや広告などをどのように実行できるかの画面を見せることができますが、変更することはできません。

できること:

- 下記権限でのユーザーの招待:
  - 広告主用参照ユーザー
- キャンペーン、広告、請求アカウント、トランザクション履歴の参照
- 広告パフォーマンスレポートの参照

できないこと:

- 広告商品や広告主関連の設定
- 新規作成。基本的には参照権限のみです



#### Invite only role

この権限は、ユーザーの招待の時のみ利用可能です。

### サイト運営者用参照ユーザー

サイト運営者の設定は行えないが、設定の確認やレポートの参照を行うことができるサイト運営者向けの権限です。

できること:

- 下記権限でのユーザーの招待:
  - サイト運営者用参照ユーザー
- 売上アカウント、トランザクション履歴、広告スペースの参照

- サイト運営者の実績レポートの参照

できないこと:

- 広告商品や広告主関連の設定
- あらゆる新規作成



Invite only role

この権限は、ユーザーの招待の時のみ利用可能です。

### サイト運営者用アカウントマネージャー

この権限はサイトや広告スペースの管理をしているユーザー向けに利用する権限です。また、この権限を持つユーザーは、ユーザを招待することができます。

できること:

- 下記権限でのユーザーの招待:
  - サイト運営者用参照ユーザー
  - セルフサービスのサイト運営者
- アカウントの管理
  - ステータスの編集
- 広告スペースの作成/更新/削除
- 売上アカウントの作成/更新
- サイト運営者の実績レポートの参照
- トランザクション履歴の参照

できないこと:

- 広告商品や広告主関連の設定
- ユーザーの新規作成
- 広告主の実績レポートの参照

### セルフサービスの広告主

この権限を持つユーザーは、前払いのみキャンペーンを作成することができます。この権限は、セルフサービスでユーザーを作成後自動的に付与されます。

できること:

- 下記権限でのユーザーの招待:
  - セルフサービスの広告主
- 作成/更新/削除: キャンペーンや広告、予算の管理
- 作成/更新: 請求アカウント (前払いのみ)
- トランザクション履歴の参照と支払いの実施
- キャンペーンのインポートとエクスポート
- 広告主の実績レポートの参照

できないこと:

- サイト運営者や広告商品関連の設定
- ユーザーの新規作成
- サイト運営者の実績レポートの参照

### セルフサービスのサイト運営者

この権限を持つユーザーは、広告スペースを作成することができます。この権限は、セルフサービスでユーザーを作成後自動的に付与されます。

できること:

- 下記権限でのユーザーの招待:
  - セルフサービスのサイト運営者
- 広告スペースの作成/更新/削除

- 売上アカウントの作成/更新
- サイト運営者の実績レポートの参照
- トランザクション履歴の参照

できないこと:

- 広告商品や広告主関連の設定
- ユーザーの新規作成
- 広告主の実績レポートの参照

## システム管理者

システムを管理するユーザーの管理を行う権限です。ユーザーの新規作成/更新などを行います。

できること:

- 下記権限でのユーザーの招待/作成/管理:
  - 広告主用アカウントマネージャー
  - 広告主用ヘルプデスク
  - 代理店用ユーザー
  - ビジネスオーナー
  - 広告主用レポート参照ユーザー
  - サイト運営者用参照ユーザー
  - サイト運営者用アカウントマネージャー
  - セルフサービスの広告主
  - セルフサービスのサイト運営者
  - システム管理者

できないこと:

- 広告商品やサイト運営者、広告主関連の設定
- 代理ログイン

## ブローカー

ブローカーは下記の4つの権限を持ちます。

1. ビジネスオーナー
2. 広告主用アカウントマネージャー
3. サイト運営者用アカウントマネージャー
4. システム管理者