



Standard Ads 新アルゴリズム (Cheaper Creative Exploration)

リリースのお知らせ

Delivering
the world's quality information
to the people who need it.

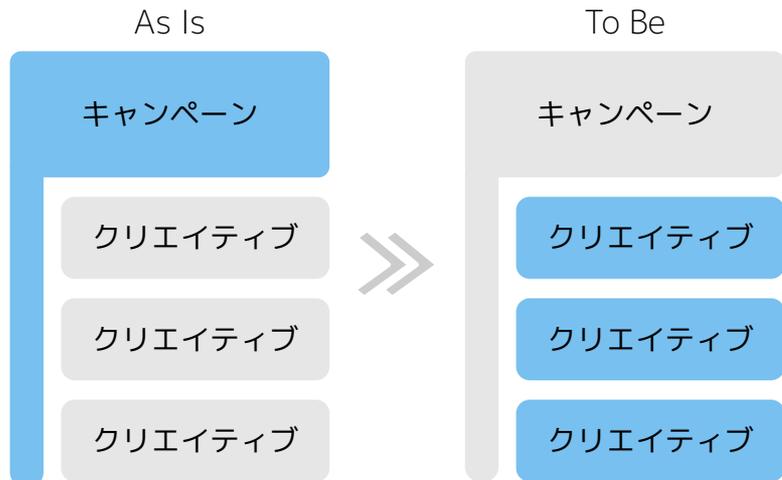
SmartNews

リリース概要

【日程】

2022年2月8日(火) 予定

【概要】



- キャンペーン単位のオークションからクリエイティブ単位のオークションに変更
- クリエイティブ単位でのクリック、コンバージョン予測へ変更
- 「クリエイティブの配信」オプションのUI削除
- 上記に伴う、新アルゴリズムの適用

以上のアップデートのリリースとなります。

現在の課題と解決策

現在の課題①

- キャンペーン単位で入札価格が決定され、クリエイティブ単位の広告効果での入札最適化ができていない。
 - 効果の良いクリエイティブがあっても、キャンペーン全体の効果に依存して、オークションに負けてしまうことがある。



解決策①

- クリエイティブ単位のオークション導入、クリエイティブ毎の入札最適化
 - クリエイティブ単位で最適な入札価格が決定されるのでよりパフォーマンスの改善が期待できる。

現在の課題②

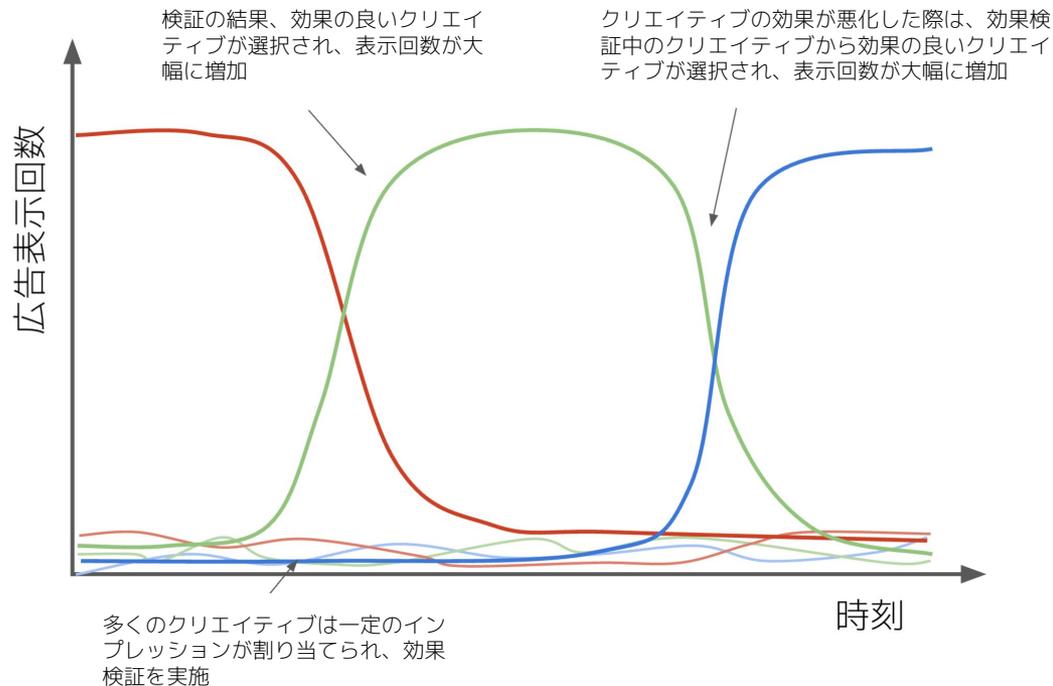
- クリエイティブの配信ON/OFF(検証)に工数がかかるため、効果の良いクリエイティブが未配信であったり、効果の悪いクリエイティブが配信され続けてしまっているキャンペーンがある。
 - クリエイティブの精査がされていないキャンペーンは、本来のパフォーマンスが出せていない。
 - 効果の悪いクリエイティブがONされたままのキャンペーンは、本来獲得できるはずのインプレッションを獲得できていない。



解決策②

- クリエイティブ単位のオークション導入に伴う、新アルゴリズムの適用
 - 新規のクリエイティブは、予測精度が高まるまで、インプレッションが割り振られる。
 - 効果の良いと予測されるクリエイティブは配信強化、効果の悪いと予測されるクリエイティブは配信抑制されるようになる。
 - よって、クリエイティブのON/OFFをこまめにせずとも、パフォーマンス改善が期待できる。

具体的な挙動と効果改善実績



既存のアルゴリズムより、効果の良いクリエイティブの広告表示回数が増加します。

推奨運用

- 可能な限り多くのクリエイティブをONにしてください。(1キャンペーン10個以上のオンを推奨)
 - 効率の良いクリエイティブが悪くなった際(枯れ)に、これまでインプレッションをあまり獲得していなかった、次にvCTRが高いクリエイティブのオークション参加機会が増えていきます。
 - 従って、初動でインプレッションをあまり獲得できていないクリエイティブが存在しても、OFFにしないことを推奨します。
 - SKANキャンペーンにおいては、割り振られたスロットの中で可能な限りONにしてください。
 - クリエイティブのON上限はありません。
- クリエイティブは10コンバージョンを獲得するまでは、なるべくOFFにしないでください。
 - vCTRの予測に関しては20クリックでほぼ正確となり、CVRの予測に関しては10コンバージョンで学習最大化されます。
 - vCTRが非常に高く、CVRが極端に低いクリエイティブが多くのインプレッションを得ている場合には、当該クリエイティブに関しては手動でのOFFを推奨致します。

新アルゴリズムリリースに伴う 管理画面の一部UI変更

トップ > キャンペーン一覧 > 新しいキャンペーン

日予算調整方法

配信タイプ ⓘ
▲ 現在の入札条件では本機能を利用することはできません

キャンペーン情報を入力

広告キャンペーン名 ⓘ

広告主名 ⓘ

リーチ計測ツール ⓘ

クリエイティブの種類 ⓘ

クリエイティブの配信 ⓘ

【概要】

これまで管理画面下部に表示があった「クリエイティブの配信」オプションが、今回のリリースに伴い削除されます。

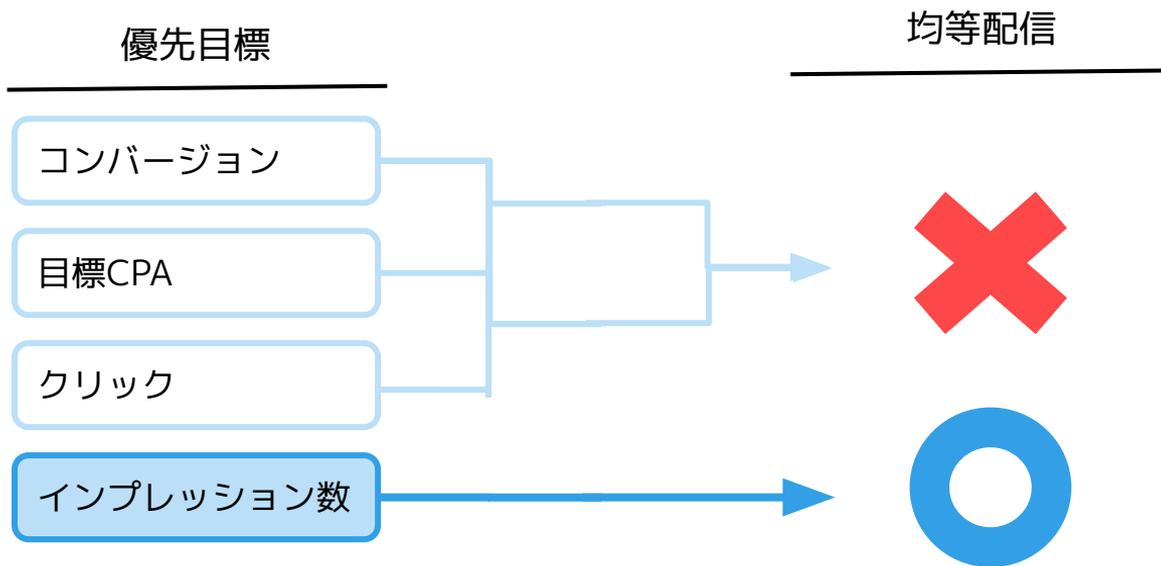
今後は、【優先目標：インプレッション】を除く、すべてのキャンペーンで新アルゴリズムが適用されます。

【作業予定日】

2022年2月7日(月)

新アルゴリズムリリース後に クリエイティブの均等配信をしたい場合

優先目標を「インプレッション数」にすることで、クリエイティブの均等配信をすることが可能です。



よくある質問

Q: クリエイティブ1本あたりの推奨予算はありますか？

A: 大量のクリエイティブがONとなっても、CV数が十分ではない学習フェーズのクリエイティブは、vCTRの高いもの上位3~5個が事前にオークション参加候補になるため、クリエイティブ一本あたりの推奨予算はありません。これまで通り1キャンペーン1万円以上の日予算を推奨致します。

Q: 新アルゴリズム適用後、従来通り3~5本のクリエイティブのみONにしている運用をするとどうなりますか？

A: 大きな変化はありませんが、今までよりも、ONした中で良いクリエイティブにvimpが寄る挙動となります。効率維持のためには今まで通り、手動での細かなクリエイティブのON/OFFの精査が必要となります。

Q: 停止クリエイティブを再開した際の最適化はどうなりますか？

A: キャンペーン単位のオークション時と同じ挙動と考えて頂いて問題ありません。停止時と同じ最適化にはなりません、学習は数日保持されます。停止期間が長い場合は学習がゼロの状態から配信再開となります。

注意事項

✓本資料に記載の内容は、2022年1月時点の内容です。

✓内容は変更される場合がございます。