

パートナー検索ディレクトリのプロダクトおよびサービス拡大ガイド

Amazon Adsパートナー検索ディレクトリに掲載されているプロダクトとサービスを更新し、12のプロダクトと38のサービスラインアイテムに拡大しました。知っておくべき主な内容は次のとおりです。



1

現行のAmazon Adsの全プロダクトに対応

Amazonの広告プロダクト、ブランドショッピング体験、アドテックなど多岐にわたります。

2

サービスは現在5つの主要カテゴリーに分かれている

メディアプランニングとバイイング、リテール、クリエイティブとブランド体験、効果測定などです。

3

クリエイティブと効果測定サービスのオプションを拡大

以前の「クリエイティブとブランド体験」、「効果測定とアトリビューション」のリストがカテゴリーへと拡張されました。

4

既存項目の改良

たとえば、「キャンペーン管理」は「キャンペーンの管理と最適化」へ変更されました。

5

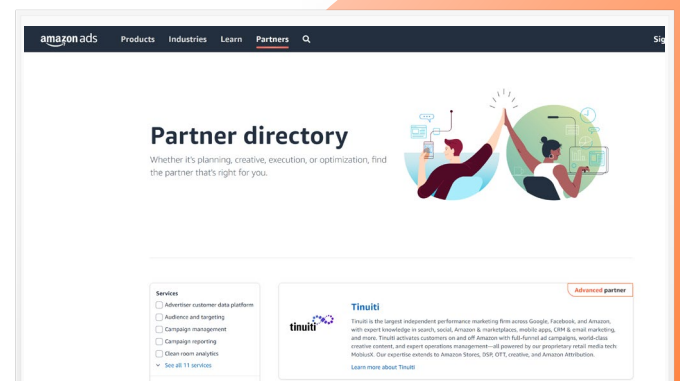
元のカテゴリーへの新しいサービスの追加

たとえば、「キャンペーンモニタリング」は「メディアプランニングとバイイング」のカテゴリーに追加されます。

Amazon Adsパートナー検索ディレクトリとは？

Amazon Adsパートナー検索ディレクトリには、貴社のような広告主様がビジネス目標を達成し、有意義な方法でAmazonオーディエンスとつながりを持つのに役立つツールやサービスを提供するパートナーのリストが含まれています。

これらのアップデートは、貴社に合ったパートナーを見つけるために役立ちます。



パートナー検索ディレクトリのプロダクトとサービスの定義（2022年9月）

プロダクトの定義に関する情報は、[こちら](#)でご覧いただけます。カテゴリ別のサービスの定義は以下のとおりです。

メディアプランニングとバイイング

キャンペーンのセットアップ	キーワード、商品、予算の推奨、キャンペーンの予測、キャンペーン作成ツールなど、キャンペーンを作成するための機能とサービス。
キャンペーンの管理と最適化	入札額の最適化、予算管理、キーワード、商品ターゲットの更新など、キャンペーンを管理および最適化するための機能とサービス。
キャンペーンモニタリング	在庫や予算が不足している場合は、アラートを使用してキャンペーンをモニタリング。出品情報と注目のオファーのステータスをモニタリング。
キャンペーンレポートと分析	Amazon Adsキャンペーンのパフォーマンスを把握するためのレポートとダッシュボード。
オーディエンス管理とエンゲージメント	独自のインサイトやショッピングシグナルを活用して、Amazon内外で最も関連性の高いオーディエンスとつながるのに役立つサービスとソリューション。

リテール

商品リサーチ	お客様の需要などの基準を使用して見込みのある商品を選別し、よりデータ主導型の調達決定を可能に。
在庫と注文管理	Amazonの注文管理を自動化し、システム全体で在庫レベルを同期。
商品詳細ページのセットアップと最適化	新しい商品や提供物の出品、カタログの最適化、人為的ミスの削減に役立つツールやサービスを使用して、Amazon出品商品情報を管理。これには、商品紹介コンテンツ（A+）、画像化、出品情報の翻訳が含まれ、ビジネスをグローバルに拡大できます。
商品紹介コンテンツ（A+）	商品の詳細な説明や機能を商品詳細ページに追加すると、コンバージョンを増やすために役立つ可能性があります。商品紹介コンテンツ（A+）を追加できるのは、Amazonブランド登録に登録されているブランドのみです。
ストアのセットアップと最適化	Amazonストアを作成、分析、最適化して、複数のページにわたる没入感あふれるショッピング体験でブランドや商品を紹介。
売上および価格戦略	ビジネスルールに基づいて商品の価格設定を自動化するツールを使用して、価格競争力を維持。
プロモーション	関連性の高い魅力的なプロモーションを作成することで、商品の見つけやすさを高める。

クリエイティブとブランド体験

商品写真	プロの写真家が、商品を魅力的に撮影し追加情報を提供。
ハウツー動画	商品の機能、活用方法、使用することでお客様が得られるメリットについての詳細説明。
ライフスタイル動画	日常的な背景を商品にもたらし、インスピレーションを与える感情的なストーリーを伝えるのに役立つコンテンツ。

パートナー検索ディレクトリのプロダクトとサービスの定義（2022年9月）

クリエイティブとブランド体験

アニメーション動画	通常、グラフィックイラスト付きの漫画風の動画。
TV広告（15秒と30秒）	プロが俳優を雇って制作したスクリプト付きストーリー。通常は認可されたサウンドトラックとビジュアル要素を使ってライブ環境で撮影。
音声広告	ストリーミングサービスやラジオの広告に使用される、プロの俳優によって録音された音声ナレーション。
ウェブデザイン	デスクトップやアプリでのブランドまたは商品の全体的なデジタル体験。通常、Amazon内のブランドのストアページなどの外部ページでも同様に表現されます。

効果測定

クリーンルーム分析	プライバシーが保護された効果測定とインサイト生成を可能にするため、厳密なプライバシー管理のもとAmazon Marketing Cloudに保存されている集約された仮名化シグナルを使用。
クリーンルーム開発者	Amazon Marketing Cloud API上でカスタム開発サービスを提供し、インサイトの生成、キャンペーンオーディエンスの最適化、広告キャンペーンの実行を自動化します。
クリーンルーム提携	集約された仮名化オーディエンスシグナルをAmazon Marketing Cloud内で統合し、キャンペーン計画、オーディエンス管理、レポート、インサイト生成を行うためのPCソフトを提供。
広告主様のカスタマーデータプラットフォーム	広告主様に代わって複数のソースからファーストパーティのオーディエンスシグナルを集約して統合し、キャンペーンのリーチと効果測定のエユースケースについて、一貫性のある単一の完全なビューを構築。
マルチタッチアトリビューション	マーケティング効果測定手法の一つで、カスタマージャーニーの各タッチポイントにクレジットを割り当て、マーケターが各チャネルの販売に対する効果を測定できるようにしたもの。
モバイルとアプリのアトリビューション	モバイルとアプリのパフォーマンスデータを保存、整理、視覚化して、マーケターがチャネルやパートナー全体でキャンペーンパフォーマンスを一元的に把握できるようにする。
音声効果測定	音声広告のリーチと有効性（インプレッション/リスナー、四分位数、再生完了数など）を定量化する指標をサポートします。
動画効果測定	以下の効果測定を提供します。TV、STV、動画キャンペーンのリーチとフリークエンシー、リーチエクステンション、成果とオーディエンス
オーディエンス効果測定	広告への接触後にブランドを見たり聞いたりしたオーディエンスのビューアビリティとリーチを測定します。
オーディエンスの検証	広告主様が広告を閲覧しているオーディエンスの人口構成（年齢、学歴、世帯年収範囲など）を集計レベルで確認できるようにします。
ブランドの効果測定	ブランド分析とインサイトを提供し、ブランドが自社の商品ポートフォリオやマーケティング/広告活動について、情報に基づいた戦略的な意思決定を行えるようサポート。
ブランドセーフティ	ブランドが危険なコンテンツと共に、あるいは不適切な環境に表示されないようにするための一連の対策を提供。
広告の効果性	ブランドの認知、およびAmazon外での売上に対するデジタル広告の効果と影響を測定。ブランドの向上率、ロケーションとサイト訪問の向上率、オフライン売上の向上率が含まれます。
レポートと分析	指標を実用的で使いやすい情報とインサイトに変換。

パートナー検索ディレクトリのプロダクトとサービスの定義（2022年9月）

効果測定

ビジネスおよびマーケティングインテリジェンスツール	社内外のシステムから非構造化データを収集、分析、視覚化します。
データコネクター	複数のソースからのパフォーマンスデータを接続し、クエリや分析を目的とした形式または構造に変換し、インターフェイスを介して視覚化したり、別のリンク先に移動させたりします。
リテールパフォーマンス効果測定	デジタルシェルフの指標とインサイトを通じて、競争力のあるリテールパフォーマンスを提供。
マーケットリサーチ	管理するデータソースからインサイトを生成し、マーケターが商品やクリエイティブのローンチに関する意思決定を行えるようにするサービス。
マーケティングミックスモデリング	マーケティング施策の効果や売上への影響を、将来の施策を予測しながら判断する統計的手法。

その他

データ提携	広告主様が管理するお客様のシグナルをAmazon AdTechと提携し、より充実したオーディエンスインサイトとレポートを取得するためのソリューションを提供します。
トレーニング	スポンサー広告、Amazon DSP、Amazonアトリビューション、ストア、Postsなど、Amazon Adsに関するトレーニング/学習プログラム/オンラインおよびオフラインコースを提供します。

よくある質問

パートナーを利用する利点は何ですか？

Amazon Adsパートナーとの協力は、Amazonストア内、およびAmazon Adsを通してビジネスを成長させるのに役立つ可能性があります。

パートナー検索ディレクトリを使用してパートナーを見つけるにはどうすればいいですか？

パートナー検索ディレクトリページのサイドナビゲーションにあるフィルターを使用することをおすすめします。現在、「商品」、「サービス」、「月間最低支払額」、「マーケットプレイス」、「オフィスの場所」の条件から絞り込むことができます。

特定のパートナーを気に入った場合、どのように進めればいいですか？

パートナー検索ディレクトリでパートナーを特定し、そのリストをクリックしてプロフィールを表示。そこには、その会社の詳細な説明、サービス内容、一般的な価格、問い合わせボタン、同社ウェブサイトへのリンクがあります。詳細については、そのパートナーに問い合わせることをおすすめします。

アドバンストまたはベリファイドパートナーとは？

パートナー検索ディレクトリプロフィールにベリファイドまたはアドバンストパートナーバッジが掲載されているパートナーは、そのステータスレベルを獲得するために必要な要件を満たしているパートナーです。パートナーステータスは、実証した専門知識、Amazon Adsとのエンゲージメント、広告主様にもたらした成長に応じて付与されます。