



貴社に最適なプラン完成まであと少しさです

サイト全体のタグ付け、ウェブ向けの拡張コンバージョン、同意モード、Google アナリティクス 4 を組み合わせて使用することで、自社データを生成して使用できるようになります。これにより、広告キャンペーンのパフォーマンスを正確に測定し、結果を生み出せるのです。

結果に基づいて、次のソリューションを実装することで、プライバシーに配慮した広告戦略を改善するための追加の手順を実行できます。

1. ウェブ向けの拡張コンバージョンを有効にする

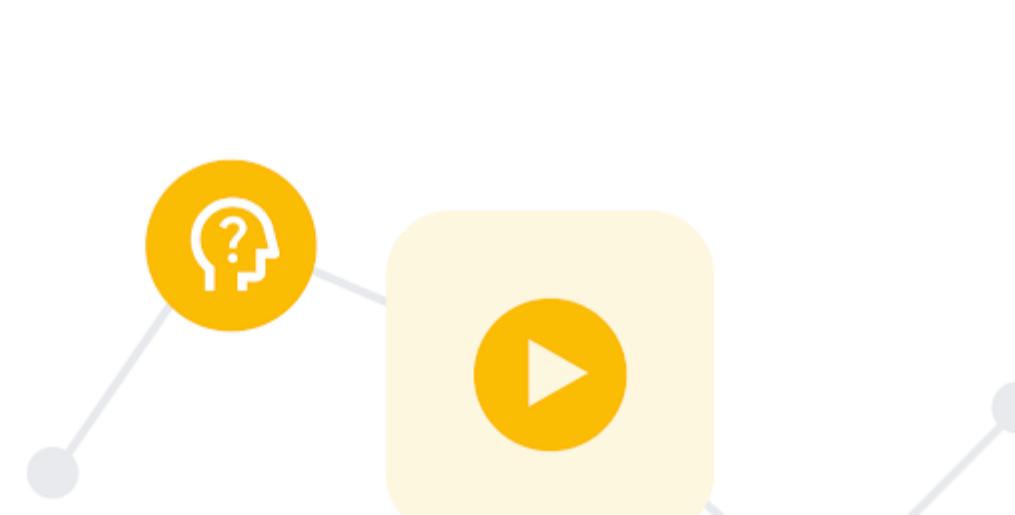
メリット

拡張コンバージョンでは、Google タグで可視化できる自社データの量が増える事により、コンバージョン測定の精度が向上します。

[広告ソリューションを設定する](#)



仕組み



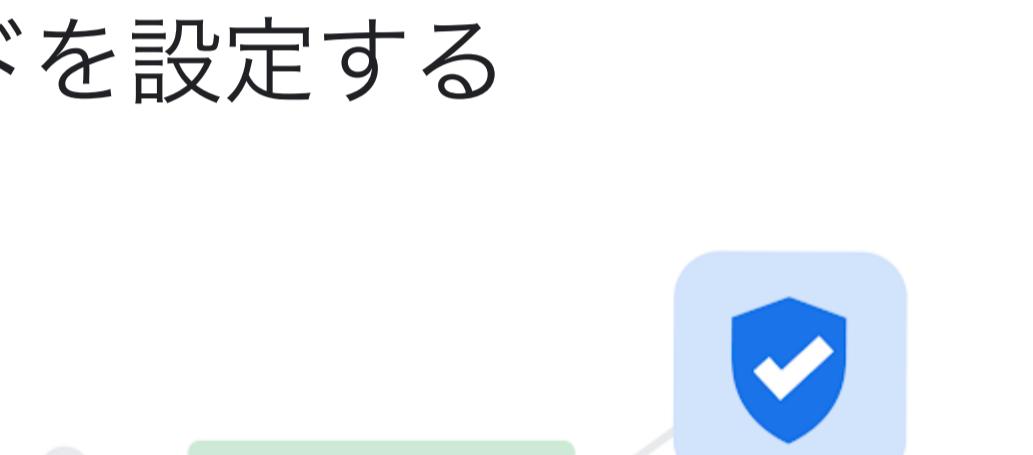
ユーザーがコンバージョンに至ると、収集した自社データがハッシュ化された形式で Google に送信され、ログインしている Google アカウントと照合されます。そうすることで、プライバシーを重視した方法で、それらのコンバージョンを広告に関連付けることができます。

[広告ソリューションを設定する](#)

確認事項

バックエンド ウェブサイト、Google 広告、Google タグ マネージャー（使用している場合）への管理者アクセスが必要です。また、テストコンバージョンを実行して、ユーザーデータがコンバージョンページで利用できることを確認する必要があります。

[広告ソリューションを設定する](#)



解説動画を視聴する

ウェブ向けの拡張コンバージョンを実装してコンバージョン測定の精度を向上させる方法を紹介します。設定の流れについては、YouTube 上の Google 広告についての解説動画をご覧ください。

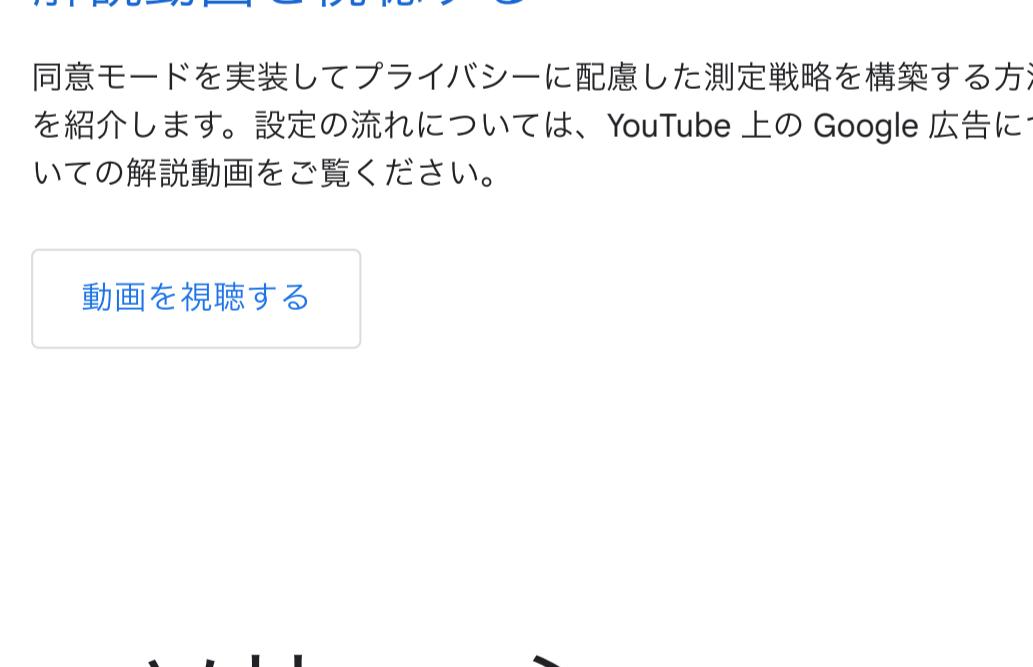
[動画を視聴する](#)

2. 同意モードを設定する

メリット

同意モードを使用すると、ユーザーの同意状況に基づいてサイトのタグの動作を調整できるため、Cookie に対する同意が得られなかった場合に失われたコンバージョンを回復できます。これは拡張コンバージョンと連携しているので、広告キャンペーンのパフォーマンスの全体像を把握できます。

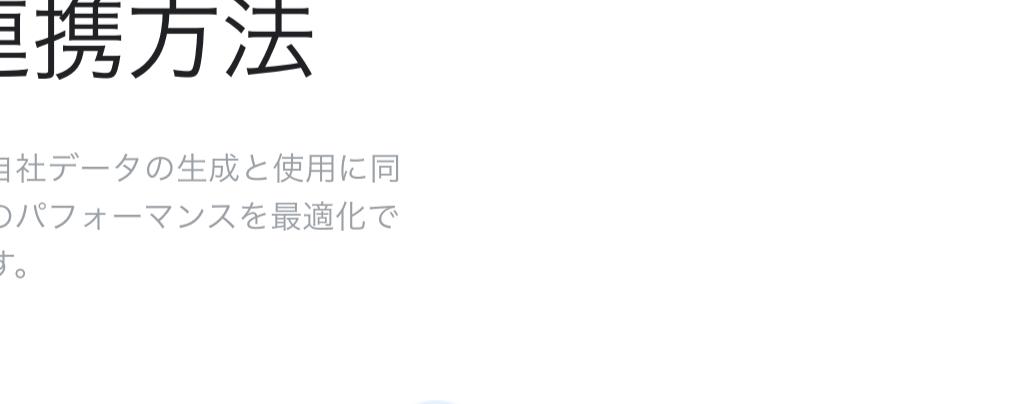
[広告ソリューションを設定する](#)



確認事項

バックエンド ウェブサイト、Google 広告、Google アナリティクス 4 への管理者アクセスが必要です。また、同意管理プラットフォームを使用しているかどうか、および同意バナーで Cookie のブロックが許可されているかどうかを確認してください。

[広告ソリューションを設定する](#)



解説動画を視聴する

同意モードを実装してプライバシーに配慮した測定戦略を構築する方法を紹介します。設定の流れについては、YouTube 上の Google 広告についての解説動画をご覧ください。

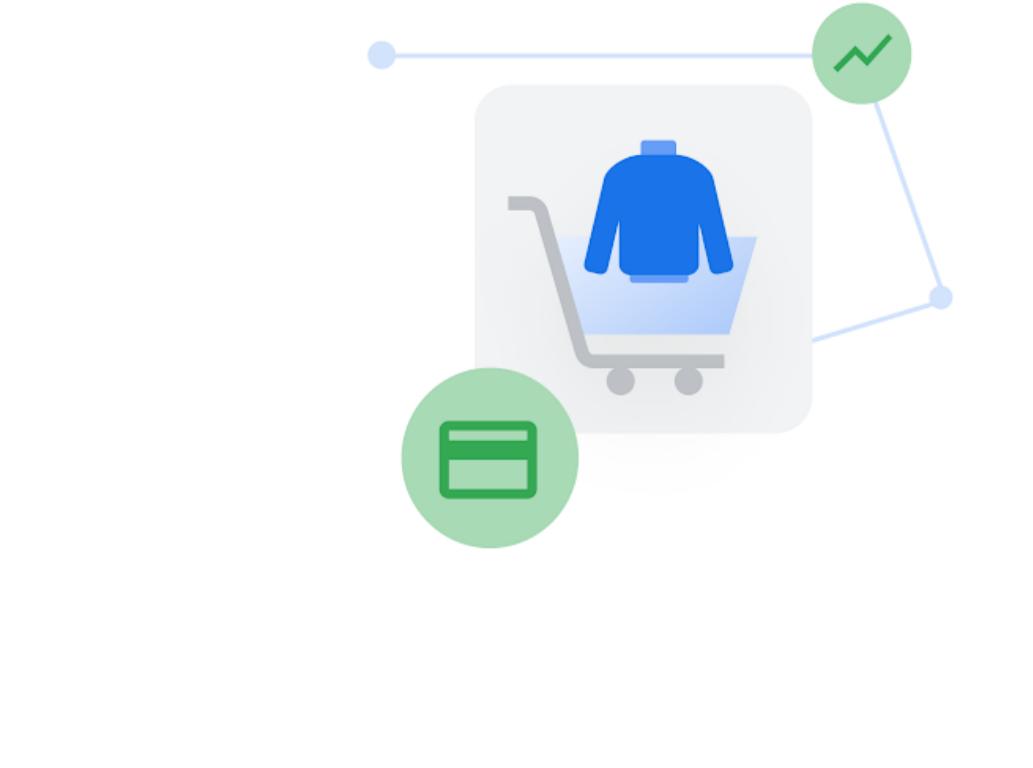
[動画を視聴する](#)

広告プライバシー ソリューションの連携方法

これらのソリューションは、自社データの生成と使用に同期して機能することで、広告のパフォーマンスを最適化できます。

ユーザーが広告をクリックする

サイト全体のタグ付けでは、サイトにファーストパーティ Cookie を設定してエンゲージメントと観測可能な自社データのコンバージョンを測定するため、どのキーワード、広告、広告グループ、キャンペーンがユーザーのアクティビティを促進しているかを確認できます。



ユーザーがウェブサイトを閲覧する

Google アナリティクス 4 は、カスタマージャーニーの全体像を提供し、Google の AI を使用してユーザーの分析情報を把握することで、マーケティングの改善に役立ちます。

ユーザーが購入に至る

ウェブ向けの拡張コンバージョンはギャップを埋めてコンバージョンの精度を向上させ、同意モードはユーザーが Cookie に同意しなかった場合の不透明点を解決します。これらを共に行うことでの広告キャンペーンのパフォーマンスを確実に把握することができます。