収益性の高いアフィリエイト広告自動選択システムの構築に関する研究

メディア制作論プログラム 学籍番号：1381113 山下 行人

◆背景と目的

広告を自動選択・配信するシステムが各所で研究されてきた

CGM による話題連動型広告配信システムの開発
増澤晃 , 南野謙一 , 渡邊慶和 , 情報処理学会研究報告 . 2007(25), 19-26, 2007-03-14

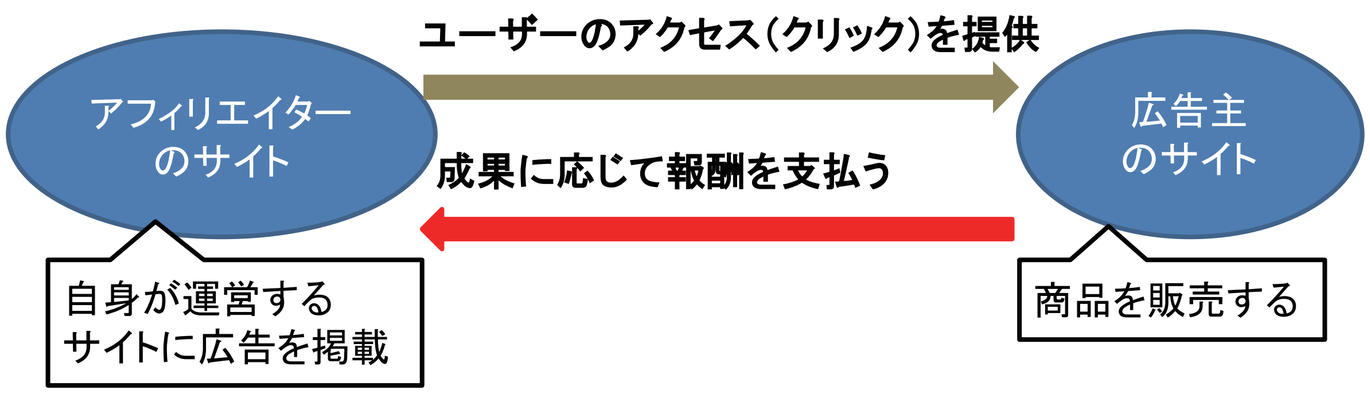
位置情報に基づくインターネット広告配信システム
堀田創 , 野澤貴 , 萩原将文 , 日本知能情報ファジィ学会誌 . 20(3), 347-356, 2008-06-15

本研究でも、広告を自動選択・配信するシステムを構築した

収益性の高いアフィリエイト広告自動選択システム

◆アフィリエイト広告の仕組み

本システム利用者の
「アフィリエイター」は、
商品購入数は広告主から知らされる
が、どの顧客がいつ購入したかは
わからない。



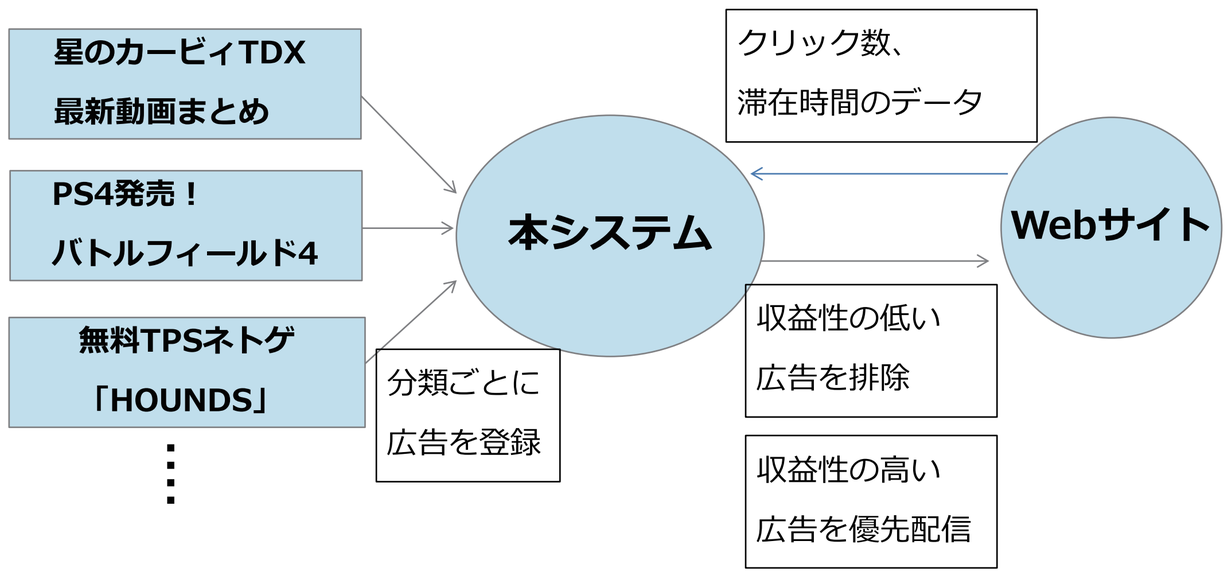
広告主は購入した顧客の
購入時間、年齢、性別などの
詳細情報が得られる

◆広告自動選択・配信システム

- 滞在時間が短いと商品購入率が低いという仮説を立て、
- クリック率が高く滞在時間が長い広告を「収益性が高い広告」と位置づけた

【システムの流れ】

- アフィリエイターは広告をシステムに登録し、
  システムは登録された広告を Web サイト上に配信する
- システムは各広告のクリック数、滞在時間データを元に
  収益性の高さ自動判断し、収益性の高い広告を優先配信する



※滞在時間：サイト閲覧者が広告をクリックしてからアフィリエイターのサイトに戻ってくるまでの時間

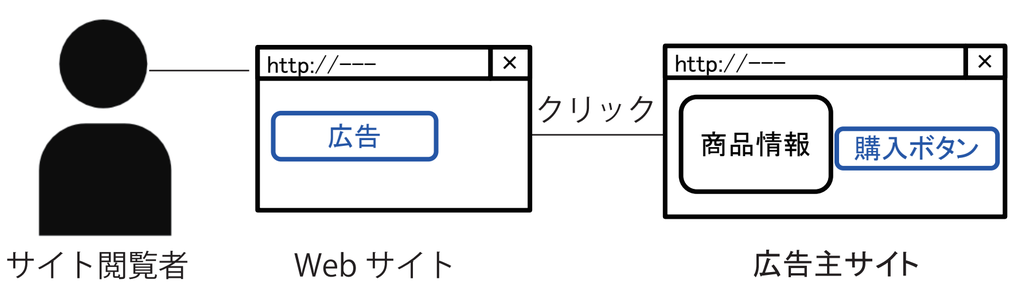
◆仮説検証実験

【実験目的】

- 広告の滞在時間と商品購入数の関係を調べる

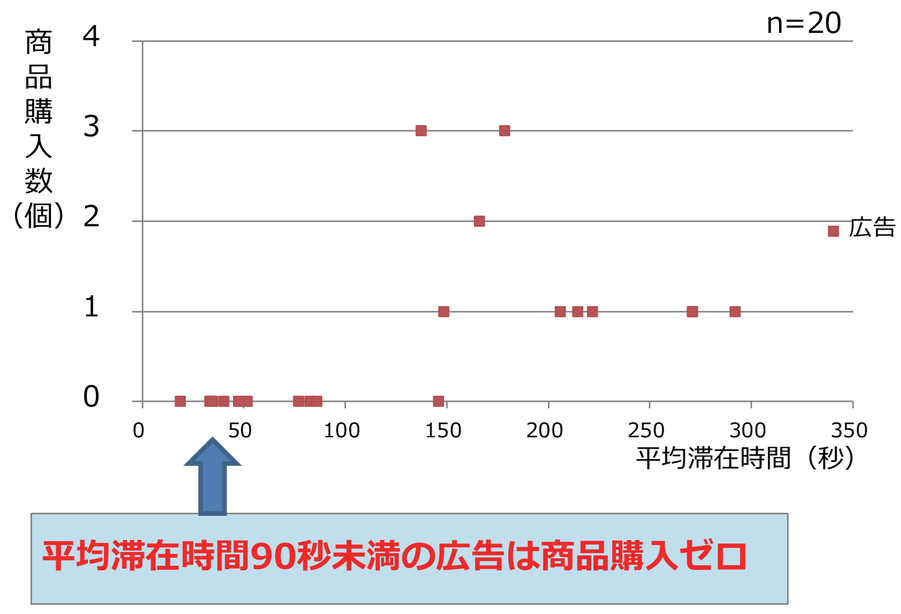
【実験内容】

- 広告を 20 個用意し、Web サイト上に掲載
- 各広告の滞在時間と商品購入数のデータを検証



【実験結果】

- 滞在時間が短い広告は
  商品購入されない傾向
- 滞在時間が長ければ長い
  ほど商品購入が増える
  わけではない



◆まとめ

- 各所で広告自動選択・配信するシステムが研究されてきた→本研究では収益性の高い広告を自動選択するシステム構築をした
- 滞在時間が短いと商品購入がされないという仮説を立てた→クリック率が高く滞在時間が長い広告を「収益性が高い広告」と位置づけ
- システムは、各広告のクリック数、滞在時間のデータを取得し、収益性の高い広告を自動選択し、優先配信する
- 仮説検証実験を行った。→滞在時間が短い広告は商品購入されない傾向にあった