

新しいターゲティングおよび 入札単価調整機能のご紹介

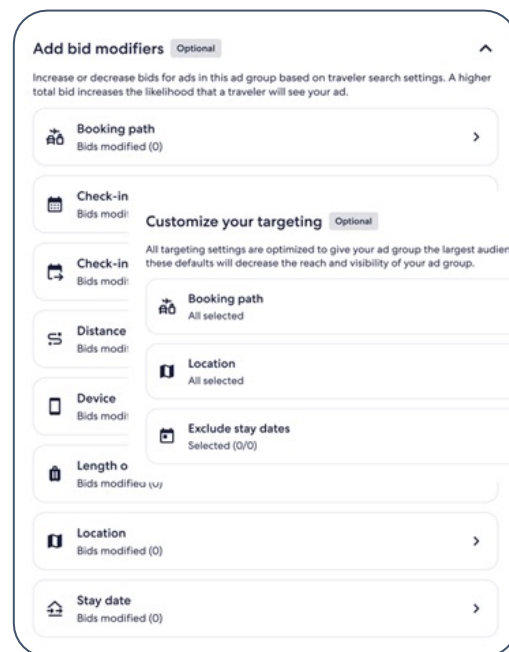
よりスマート、より柔軟、より正確なターゲティング オプションで、
施設にふさわしい旅行者にリーチしましょう。

新しい名前

入札のカスタマイズは、入札単価調整になりました。機能は同じですが、新しい名称は現在のシステムの仕組みをよりよく反映しています。**入札単価調整は、選択した旅行者の特長に基づき、基本入札単価を増減します。**

追加のオプション

リーチを拡大し、よりきめ細かい管理を行うため、チェックイン日および旅行期間ターゲティング パラメータは入札単価調整になりました。**滞在期間**のような新しいパラメータを導入し、主要な旅行期間中の競争力を高めたり、適用除外期間中の入札を戦略的に減らすことができます。



Length of stay bid modifiers	
Modify your base bids according to how long a traveler wants to stay. A higher total bid increases the likelihood that a traveler searching for the selected length of stay will see your ad.	
Length of stay	Bid modifier
Less than 3 nights	-
4-5 nights	+20%
More than 5 nights	-

割合ベースの計算

戦略に応じて入札額を柔軟に変更できるよう、基本入札額の増減額を、定額ではなく**割合**で設定できるようになりました。これまでと同様、最小調整入札単価は \$0.50 より高い必要があります。

Multiplicative bid modifier stacking		
Base bid		\$1.00
Members only	+30%	x1.30
Check-in day	+15%	x1.15
Device	-20%	x0.80
Bid amount		\$1.20

入札単価調整の上乗せ

入札単価調整は上乗せでき、デバイス、宿泊数、滞在期間などの複数のターゲティングシグナルを連動させることができます。この結果、**より正確な入札調整**が可能になり、キャンペーンの最適化が促進されます。合計入札額は、旅行者の一致する特徴に応じて調整されます。

入札単価調整は新しい機能にどのように移行しましたか？

スムーズで安定した移行を確実にするため、貴施設の全体的なターゲット戦略を維持しながら、入札額の増加を防ぐように設計されている調整されたアプローチを適用しました。

特別な手続きは必要ですか？

本件に関するお手続きは必要ありません。お使いの単価調整は、調整されたアプローチを使用して、自動的に Advertising Portal に移行します。ただし、移行後に**入札単価調整の設定を見直して**、貴施設のキャンペーン目標や希望する競争力に沿っているか確認し、必要に応じて調整を行うことをお勧めします。大幅な変更が行われている場合や、懸念事項がある場合は、「ヘルプとサポート」センターまでご連絡ください。

詳細な機能の概要

	TravelAds Portal	Advertising Portal
氏名	入札単価調整	入札単価調整
ターゲティングオプション	- ロケーション - 予約販路 - チェックイン - チェックイン期間	- 入札のロケーション - 予約販路 - 滞在期間 追加の機能は入札単価調整を通じて管理されます
入札単価調整オプション	- 宿泊数 - チェックイン期間 - ビジネス旅行者 - グループ (2 室以上) - モバイル利用者 - 海外旅行者 100 マイル / 161 km 圏内の旅行者 - ロイヤルティ プログラム - 顧客層	- ロケーション - 予約販路 - 宿泊数 - チェックイン期間 - チェックイン - デバイス - 距離 (国際的な単価調整と周辺の単価調整を統合) - ロイヤルティ プログラム - 滞在期間 - 同行者
入札単価調整の形式	入札額を定額で増加	割合で入札額を増減
最低入札単価調整額	0.25 米ドル	最低額なし

