

(別紙)

デジタルマーケティング留意事項

1 Google Analytics のアカウント管理に関する業務

- (1) 本業務用に導入した本業務用 Google Analytics 上で、本施策における目標設定を行うこと。また、最終レポートにてその結果について、要因・改善策を必ず記載すること。
- (2) 各種アカウント作成時には、内容について委託者の承認を得ること。また、本事業において作成したアカウントについては、事業完了後に一切の権利を委託者に譲渡すること。

2 Google タグマネージャーの管理に関する業務

- (1) 当事業に関連するウェブサイト、各種計測タグ、リターゲティングなどの施策に関わるタグを導入する際は、委託者が別途指定する Google タグマネージャー（以下、「Google タグマネージャー」という。）を活用し、その管理を行うこと。
- (2) 受託者は、施策におけるタグ活用が確実に行われるよう、Google タグマネージャーでのタグ、トリガーアクションの設定及びタグの発火テストを実施し、その内容を委託者に報告すること。
- (3) 各種設定には、内容について委託者の承認を得ること。また、Google タグマネージャーの設定については事業完了後に一切の権利を委託者に譲渡すること。

3 適正なデジタルプロモーションの実施

- (1) 透明性確保、費用対効果の明確化のため、広告媒体原価と管理運用費は分けて見積もること。
- (2) 「本業務用 Google Analytics」で施策効果を取得するため、委託者が別途指定するルールに基づいて、各広告媒体タグのパラメータを設定及びデータの蓄積を行うこと。
- (3) 本事業において、最終成果地点に至るまでの重要な指標を KPI として定め、Google アナリティクス上に目標設定を行いレポート並びに、分析・考察レポートを最終的に提出すること。
- (4) 本事業に関連するウェブサイトには、同ウェブサイト内に委託者が指定するリマーケティングタグを設定し、訪問者データを蓄積すること。なお、タグの設定は、原則として Google タグマネージャーのコンテナ内で行うこと。

4 Google 広告を利用する場合

- (1) Google 広告運用を行う際は、委託者の MCC（マイクライアントセンター）及び「本業務用 Google Analytics」とリンクすること。
- (2) Google が提供する無料調査（「ブランドリフト効果測定」等）が利用できる場合には、委託者とその調査項目等を協議の上、必要に応じて調査を実施すること。

5 SNS 広告を利用する場合

- (1) 委託者 SNS のビジネスマネージャーや委託者が別途指定する SNS ページに広告アカウントをリンクすること。
- (2) SNS 広告を展開する場合は、委託者に対してアナリストの権限を付与すること。
- (3) ウェブサイト訪問者に対する SNS のリマーケティングの設定を行うこと。

6 動画制作・動画広告を実施する場合

- (1) 委託者が今後もデジタルプロモーションを行うこと考慮し、動画視聴者のアクセス情報（動画視聴者リマーケティングリスト等）を蓄積すること。
- (2) YouTube を利用する場合は、作成した動画は委託者が運営する YouTube チャンネルへ掲載を行うこと。なお、YouTube チャンネルへの掲載にあたっては、動画タイトル、動画説明文、タグ、カテゴリ、公開範囲及びサムネイル等の必要な設定を行うとともに、効果的な SEO 対策を行うこと。
- (3) 動画視聴に関するデータや効果的な広告手法を検討するため、Google 広告を利用する場合は YouTube チャンネルと Google 広告アカウントをリンクさせること。