

新しいコンバージョン計測の方法

サイト全体にタグを設定して適切にコンバージョンをカウントする



8/10, 2018

サイト全体にタグを挿入し、正確な計測を行いましょ

ウェブ上で発生するコンバージョンの計測を正確に行うためには、お使いのサイトと同じドメインにセットされたクッキー(1st party Cookie)を利用します。

[Google ads announcement August 2, 2018](#)

サイト全体へのタグ付け

ご利用中のオンライン広告の成果を正確に計測し最適化するためには、サイト全体(お使いのサイトの全てのページ)にタグを挿入していただく必要があります。gtag.js(グローバルサイトタグ)などの動的なライブラリを使用し、皆様の要望や業界全体の変動に柔軟に対応できるようにすることが望ましいです。

背景

Safari での [Intelligent Tracking Prevention 2.0](#) (英語) が 6 月に発表され、実際にローンチされますと以前よりご利用いただいていた旧式のコンバージョンタグでは Safari ブラウザ上で起きるコンバージョンを正確に計測できなくなると考えられます。

サイト全体に貼り付けていただくタグ(gtag.js、GTM、アナリティクスのタグ)を使用することで、以前発表された[広告のアトリビューションに関する推奨設定](#) (英語) を踏まえた方法でコンバージョンの計測を行うことができます。

サイト全体へのタグ付けのメリット



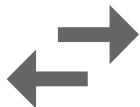
変化への対応

効果計測における環境の変動に対しよりの確に今後に対応いただけます。
今後利用が可能になると考えられる動的な機能やデータ連携も行えます。



より正確な コンバージョン 計測

3rd party クッキーを使用いたしますと、変化を続けるオーディエンスの行動およびブラウザの環境によりオンラインの効果計測がますます難しくなります。
サイト全体へのタグ付けにより、1st party クッキーを使用してより正確な効果検証が可能になります。



より簡易な連携

グローバルサイトタグや Google タグマネージャを使用される場合、Google 広告、検索 360、ディスプレイ & ビデオ 360、Google アナリティクスとのデータ連携をより早く簡単に行うことができます。

サイト全体へのタグ付け - 3種類の対応策

gtag

グローバルサイトタグ

最も簡易な対応として、グローバルサイトタグが考えられます。

[Google 広告](#),
[Google Marketing Platform advertising products](#),
および [Google アナリティクス](#)
に対応しています。



Google タグマネージャ

より包括的な対応としましては、[Google タグマネージャ](#)が考えられます。全てのグーグルおよびグーグル以外のタグに対応できます。すでに Google タグマネージャを利用されている場合、[conversion linker tag](#)をタグマネージャの UI 上で追加し、全てのページで発火させるようにしてください。



Google アナリティクス

サイト全体のタグ付けに時間がかかってしまうのでお困りの場合、Google アナリティクスをすでに導入されている場合は、[Google 広告とアナリティクスの連携](#)により効果計測を行うことができます。こちらの対応は、Google 広告には対応しておりますが、[Floodlight tags](#)には対応しておりません。

更新手順

タグの貼り付けを始める前に

より正確な効果計測のためには、サイトの全てのページへのタグ付けが必要になります。実際にタグの挿入をする前に、以下の三点を必ずおこなってください

1. Google 広告アカウントおよび検索360にて[自動タグ](#)を有効にします。
2. リダイレクト式の第三者計測ツールや自社サイト内でのリダイレクトなどをご利用の場合、自動タグによって付与される GCLID が広告のランディングページに渡されるようにします。
3. iframe 内でのタグの発火を避けます。

注意) 広告のランディングページとコンバージョンページのドメインが異なる場合Google アナリティクスを使い、[クロスドメイントラッキング](#)を実装します (gTag 及びGTM は現在未対応)。

グローバルサイトタグ

さらなる詳細

[Google 広告](#)

[検索 360](#) | [ディスプレイ&ビデオ360](#)

実装手引き:

[Google 広告](#)

[検索 360](#) | [ディスプレイ&ビデオ360](#)

Google タグマネージャ

1. Google タグマネージャにて[新しいタグ](#)をクリックします。
2. [タグの設定](#)にて[コンバージョンリンカー](#)を選びます。
3. [トリガー](#)をクリックし、[全てのページ](#)で発火するようにします。

* 初めて Google タグマネージャを利用する場合、[こちら](#)をお読みください。

Google アナリティクスとの連携

1. [Google アナリティクスとGoogle 広告を連携](#)
2. コンバージョンタグの中のJavaScript を除く“[pixel-only](#)”での実装をしないようにします。
3. [Google 広告とアクティブなGoogle アナリティクスのプロパティを連携](#)します。