

リスティング広告 7つのツボ



セカンドチャンス

目次

はじめに

1. 広告管理画面のツボ
2. 地域のツボ
3. 時間のツボ
4. デバイス設定・その他のツボ
5. 検索語句チェックのツボ
6. 広告バリエーションのツボ
7. コンバージョン設定のツボ

特典:リスティング広告成功の為のチェックリスト

はじめに

はじめまして、セカンドチャンスの松本と申します。

この度は「リスティング広告7つのツボ」をダウンロードいただき、誠にありがとうございます。セカンドチャンスではデジタル広告を中心とした、ウェブマーケティング支援を行っています。

そこでこれまで、リスティング広告やSNS広告を運用において、多額の広告費を無駄にしている例をいくつも目の当たりにしてきました。

「これではあまりにももったいない」そう感じた私は、デジタル広告の運用を効率的にできる方法を日々考えるようになりました。

そういったノウハウを7つのツボとして簡潔にまとめた本資料は、とりわけ自社で広告運用をされている企業担当者の方々に、お役に立てる内容となっております。

今後の皆様のリスティング広告運用にお役立ていただけますと幸いです。



松本孝行

1. 広告管理画面のツボ

広告を運用会社に任せきりになって広告の管理画面を一切チェックしていない場合、下記のようなリスクが想定されます。

1. 広告費をすべて使っていない可能性

月額広告費を運用会社に振り込んでいるにもかかわらず、それらの広告費を使わずに手数料収入としている可能性があります。必ず広告費が消化されていることを確認しましょう。

2. レポートと実際の数字が異なる可能性

レポートで出している数字が必ずしも正しいものとは限りません。異なる可能性もあるため、実際の運用画面を見て、レポートとの数字が合っているかを確認しましょう。

3. 不利な結果が隠されている可能性

2と似ていますが、運用会社にとって都合が悪い内容が隠されている可能性があります。例えば「クリック数は多いけれども、意図していないキーワードばかりでアクセスされていた」といった場合です。

(参考: [電通の「不正取引」告白が照らした、インターネット広告業界の深い闇](#))



2. 地域のツボ

配信地域

- 自社の商圈だけに配信する。
- 力を入れる地域には多めに、それ以外には少なめに予算を配分する。

3. 時間のツボ

配信時間帯

- BtoC…退勤後～寝るまでの18時～24時に購入される可能性が高い。
- BtoB…月～金曜日の9時～18時というオンタイムの時間帯を中心に配信すると効果的。

4. デバイス設定・その他のツボ

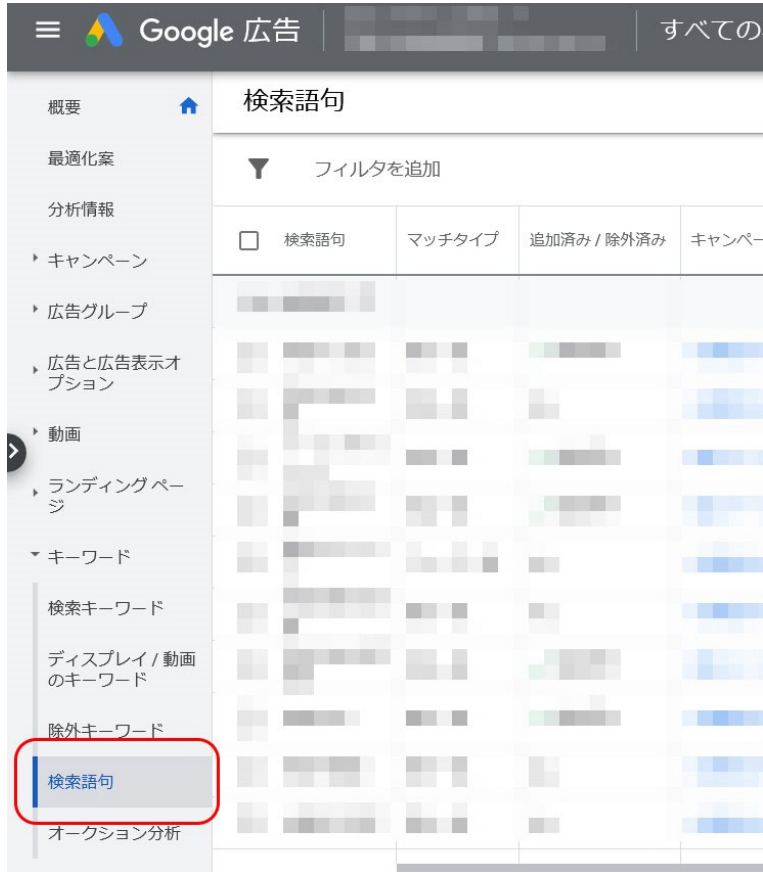
配信デバイス

- BtoC…スマートフォンをメインに配信、PCへの配信は少なくする。
- BtoB…パソコンを中心に配信することで反応率が高くなり効果的に。

その他(ユーザー属性)

- 自社の広告を見せたいユーザー属性を設定します。

5. 検索語句のチェックのツボ



Googleは「検索語句」、Yahooは「検索クエリー」をチェックします。

すると、実際にどのようなキーワードで広告が表示、クリック、コンバージョンされているかがわかります。

必要のないキーワードで検索、クリックされている場合には「除外キーワード」に登録し、無駄な予算消化を防ぎます。



6. 広告バリエーションのツボ (1)

6-1 「ディスプレイネットワークを含める」をOFFにしていますか？



The screenshot shows the Google Ads campaign setup interface. At the top, there is a navigation bar with the Google Ads logo and the text "新しいキャンペーンを作成". Below this, a progress bar indicates four steps: 1. キャンペーン設定を選択する, 2. 広告グループを設定する, 3. 広告を作成する, and 4. 確認. The main content area is titled "ネットワーク" (Networks) and is divided into two sections: "検索ネットワーク" (Search Network) and "ディスプレイネットワーク" (Display Network). Under "検索ネットワーク", there is a checkbox labeled "Google 検索パートナーを含める" which is checked. Under "ディスプレイネットワーク", there is a checkbox labeled "Google ディスプレイネットワークを含める" which is also checked. A red circle highlights this checkbox, and the text "チェックを外す" (Uncheck) is written below it. At the bottom left, there is a link "設定をすべて表示" (Show all settings).

「ディスプレイネットワークを含める」のチェックを外しましょう。

理由は、検索連動型広告と目的の違う広告なので、広告効果が低くなる可能性があるからです。

6. 広告バリエーションのツボ (2)

6-2. レスポンシブ広告を作成していますか？

広告の種類はいくつかありますが、**レスポンシブ広告**は必ず作成しましょう。

レスポンシブ広告には複数の見出し(最大15本)、説明文(最大4本)を登録しておきます。

すると、自動的に最適な組み合わせの広告を作成・配信してくれます。

一般的なテキスト広告よりも効果的で、できる限り多くの広告見出しと説明文を入れるとさらにクリック率等が向上します。

ちなみに、ディスプレイ広告にもレスポンシブ広告があります。

広告 ・ 2chance.site/オンライン営業/無料download

広告も使った営業代行サービス | オンライン営業資料ダウンロード

リスティング広告等のプル型営業、メールDMなどのプッシュ型営業も両方利用できるのが強みです。新しい時代に営業スタイルはオンライン営業。貴社にぴったりの方法で見込み顧客を獲得します。

広告 ・ 2chance.site/オンライン営業/無料download

リモート・オンライン商談にも | プッシュ型営業のDMも駆使します

まずは無料のオンライン営業マニュアル資料をダウンロードください。ダウンロード特典もあります。BtoB企業にもBtoC企業にも最適なオンライン営業を行います。オンライン営業代行支援は丸投げOK。

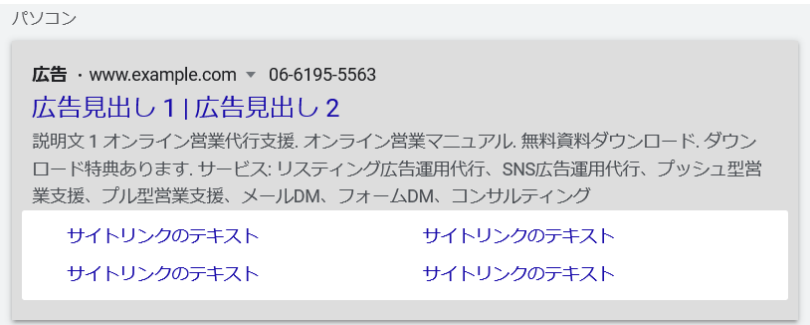
6. 広告バリエーションのツボ (3)

6-3. 広告表示オプションを設定していますか？

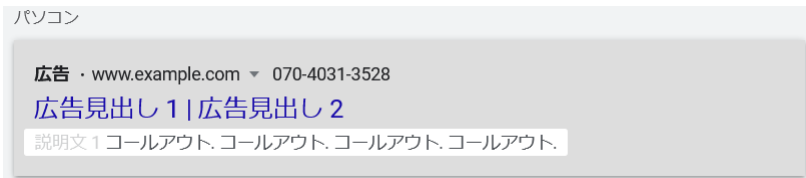
広告表示オプションは無料で設定できるものです。

広告の表示面積が大きくなり、複数の文言を入れる事ができるので、クリック率が向上します。

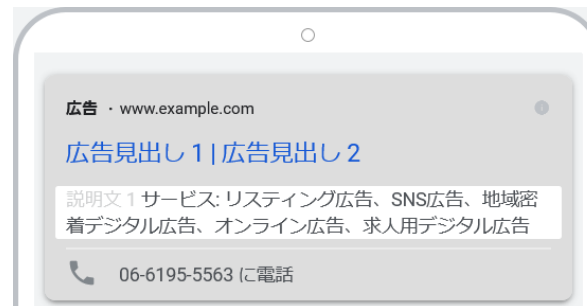
サイトリンク



コールアウト



構造化スニペット



7. コンバージョン設定のツボ

コンバージョンの複数設定は必須です。

コンバージョンとは、

「ウェブサイトのゴール」を意味します。

- BtoC(EOサイト)の場合は「購入」
- BtoBサイトの場合は「お問い合わせ」

コンバージョン設定を行うと、コンバージョンに関する入札戦略を設定することができます。

- ◆ コンバージョン数の最大化
- ◆ 目標コンバージョン単価
- ◆ 目標広告費用対効果

(機械学習が最も働くのがコンバージョンに関する入札戦略です)



(特典)リスティング広告成功の為のチェックリスト

該当する項目に○を入れてください。

広告の管理画面を見たことがある		レスポンス広告を作成している
広告レポートを定期的にもらっている		サイトリンクを設定している
配信地域のターゲティングを行っている		コールアウトオプションを設定している
配信時間帯の設定を行っている		電話番号表示オプションを設定している
配信曜日の設定を行っている		構造化スニペットを設定している
配信デバイスの設定を行っている		コンバージョン設定を行っている
ユーザー属性の設定を行っている		コンバージョン計測が正しく行われている
ディスプレイネットワークを含めるをOFFにしている		コンバージョンに関する入札戦略を設定している
検索語句・検索クエリーを見ている		キーワード・広告の変更を定期的に行っている
除外キーワードを設定している		ユーザー属性のターゲット設定を行っている

- ○が16個以上 … しっかりと広告運用が行われています。このまま続けていきましょう。
- ○が11個以上15個以下 … 運用見直しを行うことで、より効率的な広告になるでしょう。
- ○が10個以下 … すぐに広告運用を見直しましょう。無駄な広告費が消費されています。

お問合せ先

セカンドチャンス

代表 松本孝行

〒540-0019

大阪府大阪市中央区和泉町1-1-14 シイナ HD ビル谷町5F

TEL: 06-6195-5563

Mail: matsumoto@2chance.site

お問い合わせフォーム: <https://www.2chance.site/contact/>

Website: <https://www.2chance.site/>

当資料におけるご不明点や、リスティング広告・Webマーケティングに関する事など、
上記よりお気軽にお問い合わせください。