



リスティング研修資料Vol.2

Version . 1.0.2

<https://www.willgate.co.jp>

Copyright © Willgate, Inc. All Rights Reserved.

- ① イントロ
- ② 少しおさらい
- ③ リスティングメリデメ把握
- ④ 販売オペレーション

- ⑤ 運用How to
- ⑥ 注力キャンペーン
- ⑦ 非注力キャンペーン

藤原 賢太 (36)

18年5月入社

ウィルゲート 取締役CMO。

株式会社アイフラッグを経て、ソフトバンクに入社。

統計学を活用したデータサイエンティストとして
分析業務に携わり、経営コンサルティング業務に従事。
光通信では執行役員として、メディア事業（EPARK）の
2,000万会員のDB戦略/会員行動分析/マーケティング
責任者として従事。

また、光通信Grpでもあるe-まちタウン(株)代表へも就任。

保有資格、賞歴：

11年 国内初 Google 認定コンシェルジュ

Google AdWordストップレベルユーザー、GAIQ

ソフトバンクアカデミア14'主席

14年 ソフトバンク グループ MVP

日本統計協会 会員

Project Management Professional

簿記1級、理学療法士

主な過去クライアント：

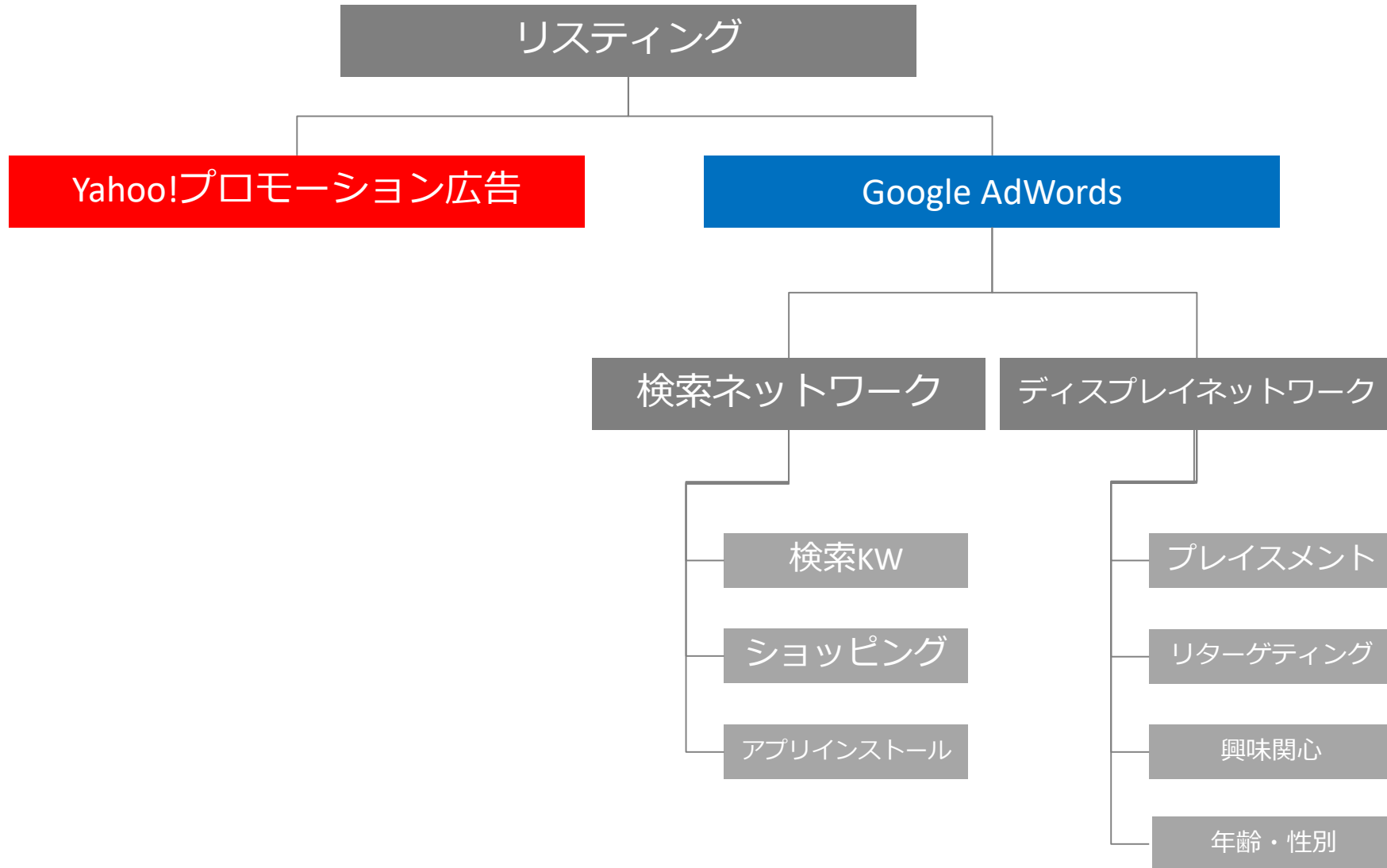
日本エスリード、ロート製薬、再春館製薬、

トヨタ自動車、JR東日本、ミキハウス、

バイクルーズ、鹿島建設、マイクロソフト



おさらい



即効性
成果

検索ネットワーク

入稿素材がテキストなため、低コストで定量的な目標設計がしやすい。



認知
成果

ディスプレイネットワーク

バナーや動画でダイナミックにアプローチできるが、制作や入稿などに手間がかかり、検索ネットワークほどターゲティングはできない。

獲得オペレーションで大切なこと

低予算から出稿可能

Web広告の中でも、少額で成果を出しやすいのがリスティングの良いところ。

明確に顕在層にアプローチできる

ターゲティング手法、精度どれを取っても非常に優れている。

すぐに配信や停止が可能

Web広告全般に言えることだが、特にリスティングは柔軟に対応できる。
(入稿審査が短い)

集客施策

集客 ボリューム

集客 コストの高さ

資産性

コンテンツ
マーケティング
SEO

内部施策・
外部施策・
コンテンツ作成



集客ボリュームは
比較的大きい



中長期的にみれば
安い



資産性はある

リスティング
広告

リスティング広告



(コストをかけられれば、)
集客ボリュームは非常に大きい



コストはトラフィック
ボリュームと連動



資産性はそこまでない
あくまで短期集中

SNS
運用

Facebook・Twitter
Instagram・LINE@



集客は限定的



コストは比較的低い



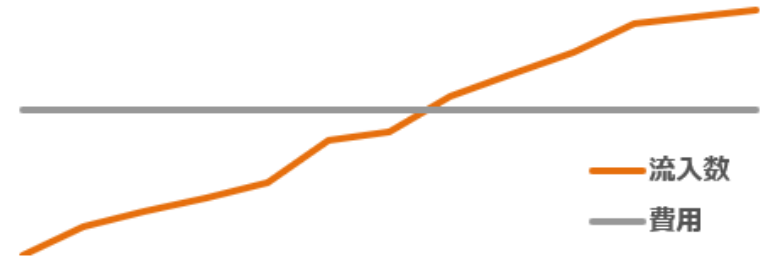
一部資産性はあるが、
トレンドに左右されてしまう

広告等



効果を得るためには**費用を投下し続ける必要**がある。
競合との競争により長期的に費用対効果が悪化する可能性がある。


コンテンツSEO



コンテンツ量が増えれば増えるほど流入数は増える可能性が高い。コンテンツは**資産化**され効果が積算されるため、**中期的な視点で費用対効果**が高いといえます。

リスティングは短期的な成果を求め、運用次第では**即効性があり**非常に有効的。
一方で、**資産性はコンテンツマーケティング比**べほほないため、
費用を捻出し続けなければならない。


低 → 高



Web施策初めて

基本的にマスや雑誌との比較をしながら、リスティングのメリットを伝えてあげる。


- クリック課金型
- 低予算から可能
- 細かな検証



SEOやリスティングを検討

アルゴリズム変動リスクのような、外的要因リスクがないことや、即効性について、細かく言及。

- 集客の即効性
- リスク要因が少ない



過去にやったが成果でなかった。

ウオッチしないといけない指標も数多くある中で、運用工数が非常にかかることを言及する

- レポートニング
- PDCAパターン

お客さんに応じて課題は様々であり、重要なことは課題や悩みを解決してあげる
比較対象が何なのかをキャッチアップし、解決してあげると。

出稿予算の目安

$$\text{IMP} \times \text{CTR} = \text{Cts} \times \text{CVR} = \text{CV}$$



1%

試算する上での、予約や資料請求、問合せなどがCVポイントだった場合の平均的なCVR。(誘導できているKWやリンク先ページの質で変動)

獲得できるクリック数とクリック単価で広告予算が決定。

Adwordで広告を出す際のキーワード候補やキーワードの検索数（検索ボリューム）、競合の強さ、広告単価などを調査できるGoogleの無料ツールです。

キーワード候補を取得

競合性やクリック単価予測

予測データ 除外キーワード 過去の指標 [キャンペーンの作成](#) [レポートをダウンロード](#) 翌月 2018年7月1日~31日

お客様のプランでは、費用 **¥23万**、上限クリック単価 **¥240**で、クリックを **1200** 回獲得できると見込まれます

アドワーズ広告を出稿した際の見込み情報

クリック数	表示回数	費用	クリック率	平均クリック単価	
1200	5.4万	¥23万	2.2%	¥190	+ コンバージョン指標を追加

+ 広告グループ

<input type="checkbox"/> キーワード ↑	広告グループ	上限クリック単価	クリック数	表示回数	費用	クリック率	平均クリック単価
<input type="checkbox"/> seo対策	広告グループ1	¥243	1,190.94	53,737.16	¥231,270	2.2%	¥194

$$\text{IMP} \times \text{CTR} = \text{Cts} \times \text{CVR} = \text{CV}$$



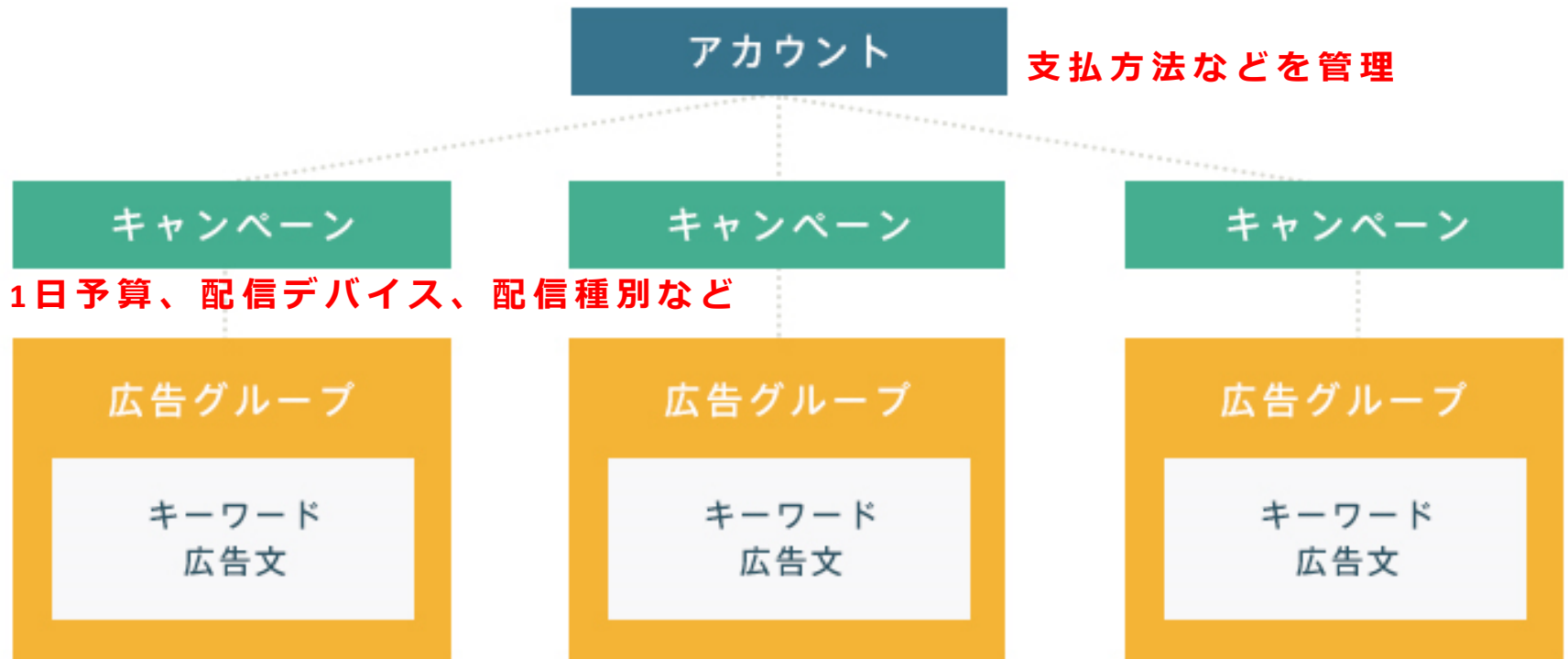
LP、ページ制作・リニューアルを提案

単純に広告予算を上げるか、クリック単価を下げるか提案。

クリエイティブの見直しや、
入札グルーピングの見直し。

KW 拡張や、GDN などの広告
種別の拡張を提案。

運用Part

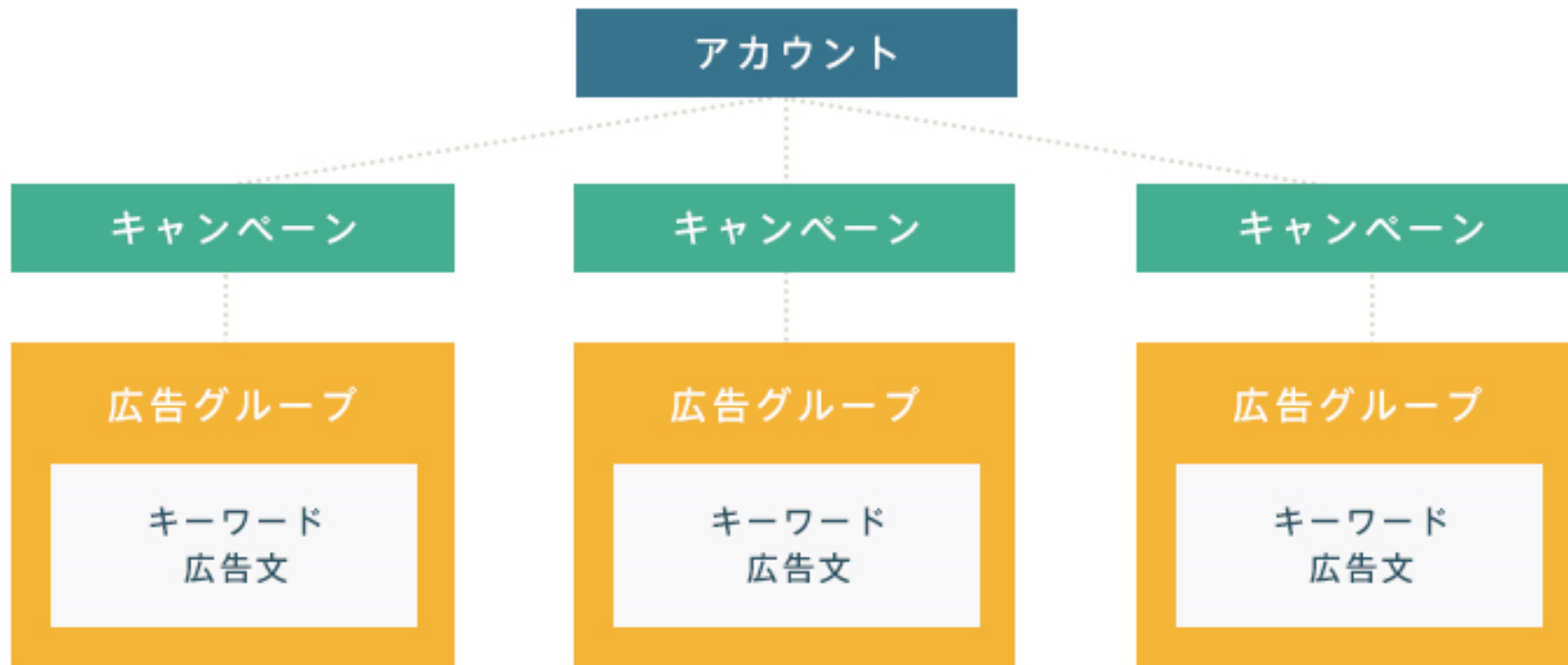


<p>アカウント</p>	<p>構造上、1番大きな単位 設定可能な項目：ログインメールアドレスとパスワード/お支払い情報</p>
<p>キャンペーン</p>	<p>構造上、2番目に大きな単位 キャンペーン配下にある広告を配信するための予算をそれぞれ設定できます。</p>
<p>広告グループ</p>	<p>キーワードと対応する広告をまとめたグループ 各キーワードのマッチタイプや広告文、リンク先を設定できます。</p>
<p>キーワード</p>	<p>広告配信キーワード ユーザーが検索するキーワードを想定して設定します。</p>
<p>広告文</p>	<p>検索結果ページの上部・または下部にキーワードに応じた広告文が表示される</p>

見れる数には限界がある。

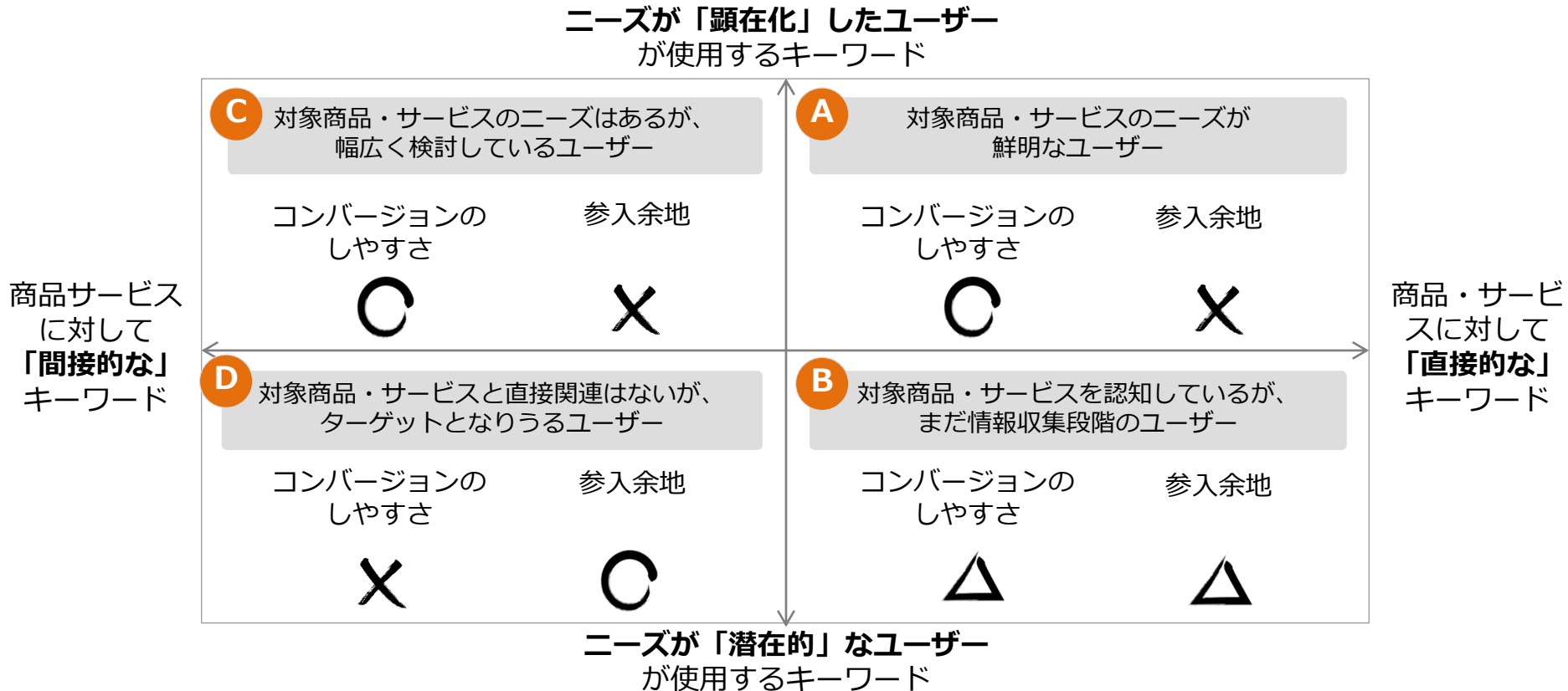


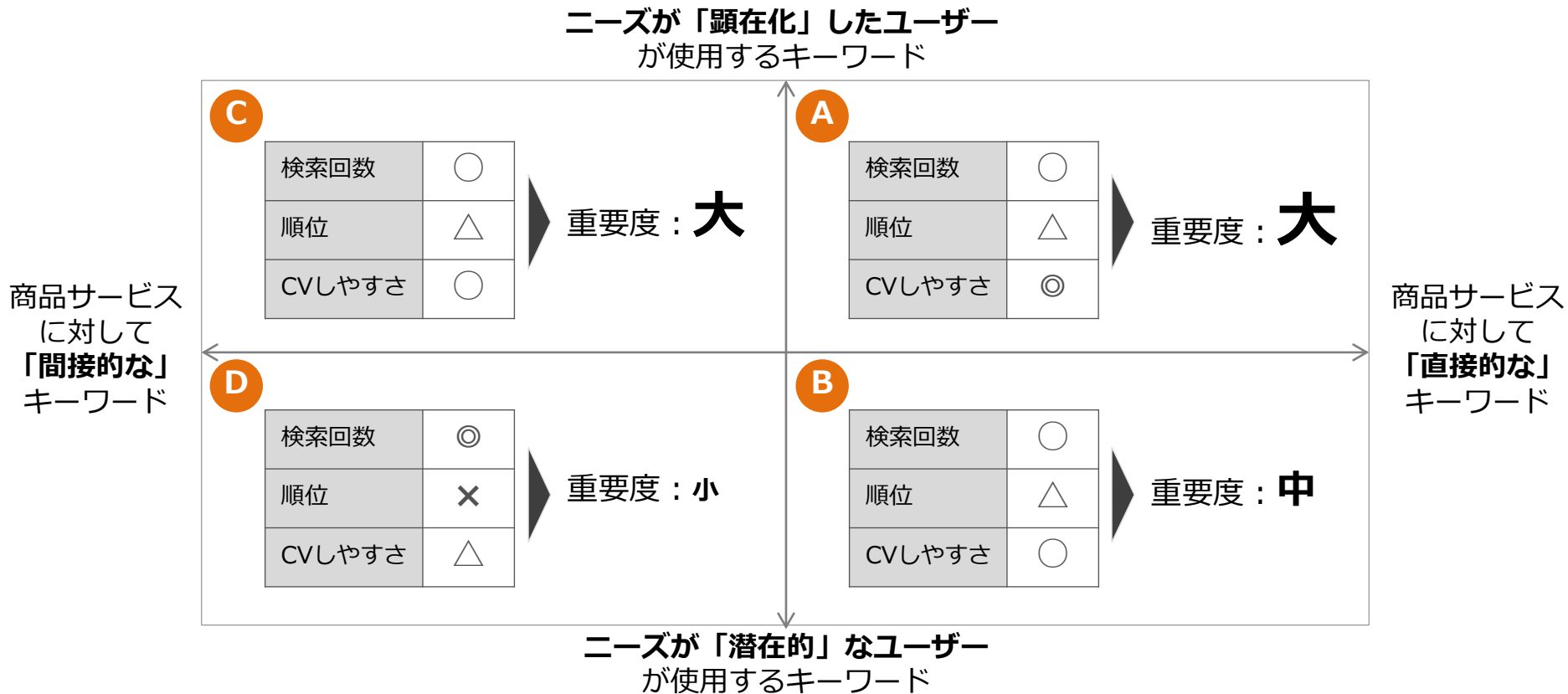
成果は**管理画面と向き合った時間**で決まる。



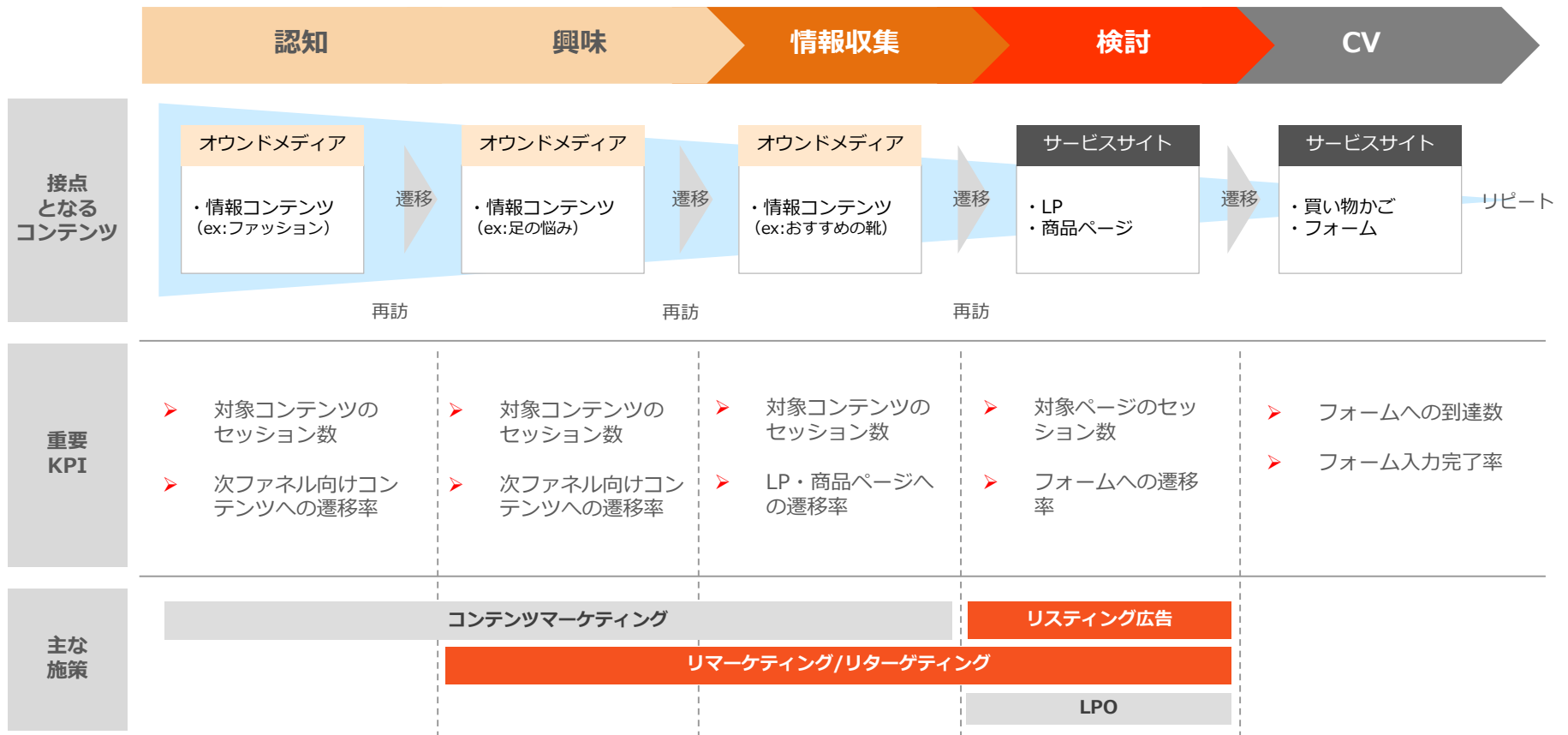
キャンペーン単位で**毎日見るもの**、**毎日見なくてもいいもの**を仕分ける。

KWの現象を把握





CVが獲得しやすいにも関わらず順位が低い、
A・Cのカテゴリにまずは注力



Adwordで広告を出す際のキーワード候補やキーワードの検索数（検索ボリューム）、競合の強さ、広告単価などを調査できるGoogleの無料ツールです。

キーワード候補を取得

競合性やクリック単価予測

予測データ 除外キーワード 過去の指標 [キャンペーンの作成](#) [レポートをダウンロード](#) 翌月 2018年7月1日~31日

お客様のプランでは、費用 **¥23万**、上限クリック単価 **¥240**で、クリックを **1200** 回獲得できると見込まれます

アドワーズ広告を出稿した際の見込み情報

クリック数	表示回数	費用	クリック率	平均クリック単価	
1200	5.4万	¥23万	2.2%	¥190	+ コンバージョン指標を追加

+ 〰

<input type="checkbox"/> キーワード ↑	広告グループ	上限クリック単価	クリック数	表示回数	費用	クリック率	平均クリック単価
<input type="checkbox"/> seo対策	広告グループ1	¥243	1,190.94	53,737.16	¥231,270	2.2%	¥194

注力キャンペーン

注力キャンペーン

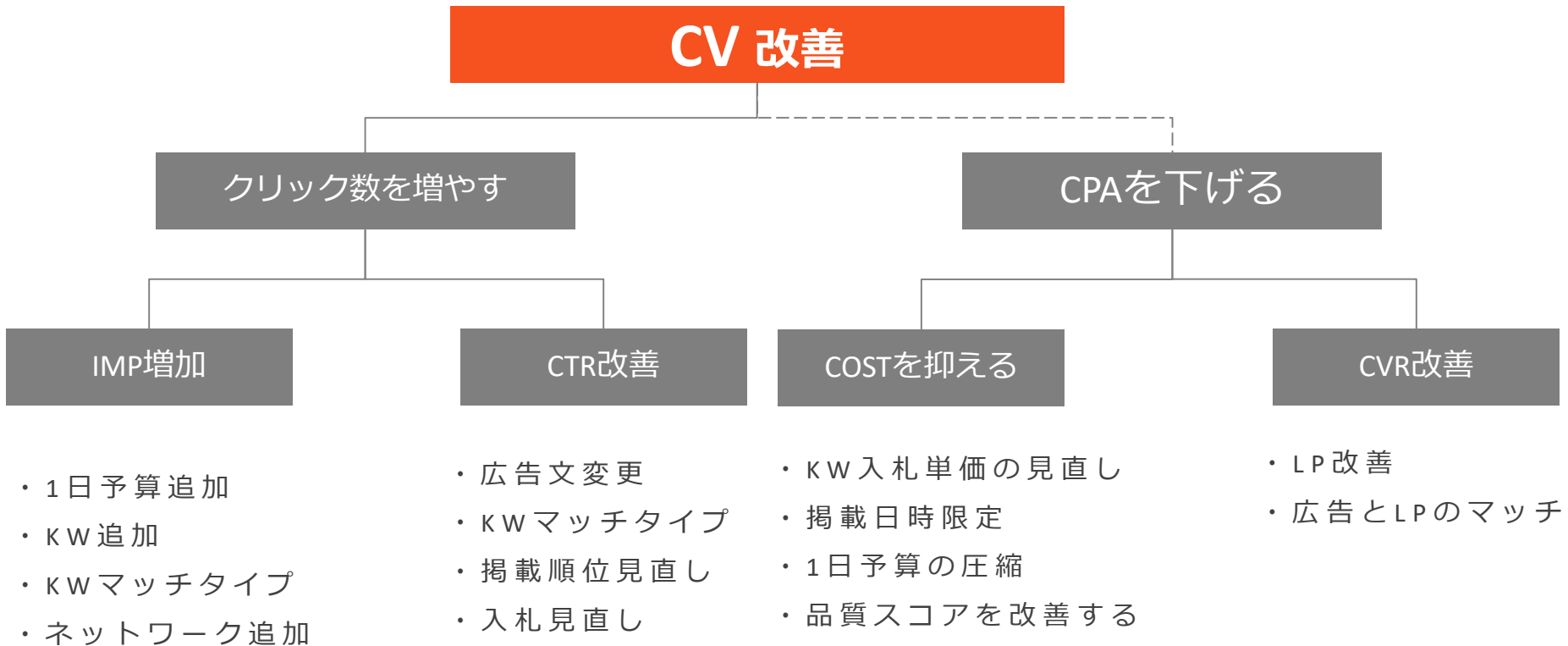
- 消化予算
- CV数
- クリック単価
- CTR
- 品質スコア
- インプレッションシェア

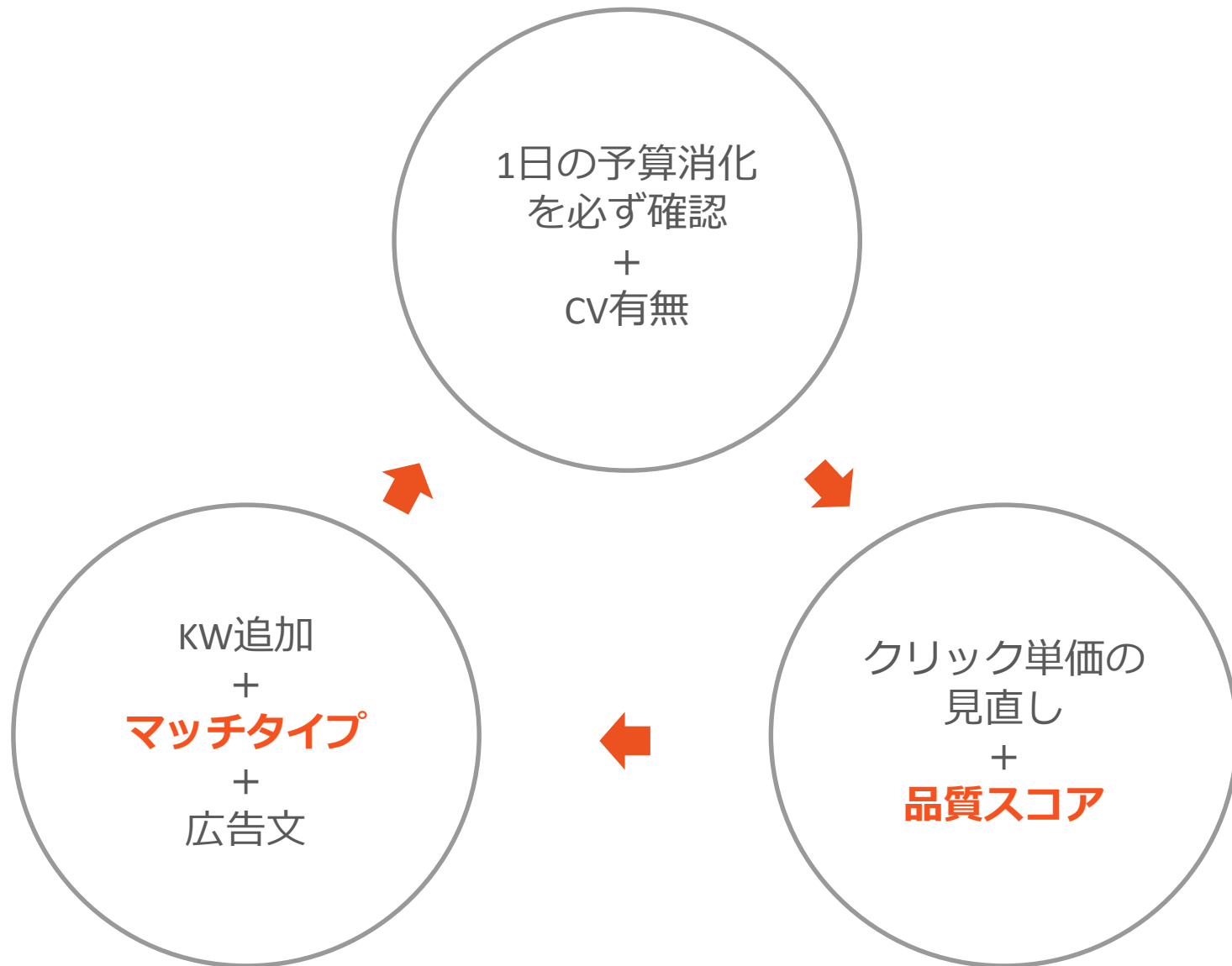
非注力

- 消化予算
- CV数
- 検索クエリ

$$\text{IMP} \times \text{CTR} = \text{Cts} \times \text{CVR} = \text{CV}$$

$$\text{Cost} \div \text{CV} = \text{CPA}$$





<p>部分一致</p>	<p>順序に関わらず指定したキーワードが検索語句に含まれる場合、広告掲載対象となります。誤字、送り仮名の違い、多少の言葉のゆれ、関連性のある語句なども広告掲載対象となります。</p> <ul style="list-style-type: none"> •キーワードの例：男性 洋服 •検索語句の例：購入 メンズ 服 / メンズ ニット / 男性用 Tシャツ
<p>絞込み部分一致</p>	<p>順序に関わらず指定したキーワードが検索語句に含まれる場合、広告掲載対象となります。部分一致と違い、類義語は対象外です。表記ゆれは可。また、キーワードを指定する際に"+"を付与します。</p> <ul style="list-style-type: none"> •記号：+キーワード •キーワードの例：+男性用+洋服 •検索の例：男性の洋服 / ようふく 男性用 / 服 おしゃれ 男性用
<p>フレーズ一致</p>	<p>順序を維持しながら、指定キーワード指定したキーワードが検索語句に含まれる場合、広告掲載対象となります。表記ゆれは可。</p> <ul style="list-style-type: none"> •記号："キーワード" •キーワードの例："男性用 洋服" •検索例：男性用 洋服 / 男性 洋服 / おしゃれ 男性用 洋服
<p>完全一致</p>	<p>検索語句がキーワードと完全に一致する場合に広告掲載対象となります。表記のゆれは可。</p> <ul style="list-style-type: none"> •記号：[キーワード] •キーワードの例：[男性用の洋服] •検索例：男性用の洋服 / 男性用のヨウフク

- ① クリック率（CTR）
- ② 入札キーワードと広告文の関連性
- ③ リンク先ページ内容の関連性やユーザビリティ

- ① クリック率は、高ければ高いほど、検索ユーザーにとって魅力的な広告であることの証です。競合他社との差別化も大切ですので、**自社ならではの訴求ポイント**や、お買い得な販売価格など、キーワードごとにマッチした広告文を作成する。**検索オプション**なども活用し、クリックしてもらいやすい工夫をこらす。



Google リスティング

すべて 画像 ニュース ショッピング 地図 もっと見る 設定 ツール

約 11,400,000 件 (0.31 秒)

リスティング広告代理店の最高峰 **3期連続7000社中TOP10の運用力**

www.rincrew.jp/

継続率98%の圧倒的実績《今ならバナー制作・アカウント診断無料》業界別専門チーム制

東京都渋谷区 恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー18階 - 03-6380-1651

既存運用の課題を無料分析 現代理店、自社運用の運用状況を運用 経験5年以上の有資格者がチェック！	BtoBに強い専門チーム在籍 BtoB広告運用に圧倒的な自信！ BtoB専門コンサルが直接ご提案
--	--

- ① クリック率（CTR）
- ② 入札キーワードと広告文の関連性
- ③ リンク先ページ内容の関連性やユーザビリティ

- ② キーワードと広告文の関連性も重要なポイント。広告文一行目のテキストリンクがついた**タイトル部分には、できるだけ入札しているキーワードを含めること**が理想です。また、キーワードと広告文の関連性を維持するために、**アカウント設計の際のグルーピングも重要**になってきます。「**同じ広告文を使用できるかどうか**」を規準にキーワードをグループ分けしていく。



Google リスティング 代理店

すべて 地図 画像 ニュース ショッピング もっと見る 設定 ツール

約 3,250,000 件 (0.40 秒)

リスティング代理店 / 圧倒的実績 | 3期連続7000社中TOP10の運用力

広告 www.rincrew.jp/ ▼

継続率98%の圧倒的実績《今ならバナー制作・アカウント診断無料》業界別専門チーム制。検索広告部

-
- ① クリック率（CTR）
 - ② 入札キーワードと広告文の関連性
 - ③ **リンク先ページ内容の関連性やユーザビリティ**
-

- ③ キーワードと広告文、そして、リンク先ページ（LP）の内容との関連性もまた品質スコアに関わる要素です。キーワードと広告文に合った内容になっているかどうか、また**ボタンの設置個所や入力フォームはユーザーにとって快適なものであるかどうか**がチェックポイントです。まずキーワードの選定をする際には、**LP内のコンテンツからキーワードを拾っておけば**問題ありません。更に新しい入札キーワードを追加する場合には、LP内にも関連性の高いキーワードとコンテンツを追加することを忘れずに行いたいところです。

非注力

注力キャンペーン

- 消化予算
- CV数
- クリック単価
- CTR
- 品質スコア
- インプレッションシェア

非注力

- 消化予算
- CV数
- 検索クエリ



低予算、低単価で**ポテンシャルのあるKW**を見つける。

DSAについて

キーワードでなく**LPとなるURLを指定する**ことで、AdWordsのシステムがページに関連する**検索語句を自動的に選んで広告配信**をする検索ネットワーク広告。

DSAとは、「Webサイトの内容に基づいた広告文を自動で作成、ターゲティング表示をする広告」です。DSAはリスティング広告の一種ですが、通常の検索連動型広告と異なり、**キーワードの代わりに対象ページを登録**することが特徴です。

時短	商品ごとのキーワード選定が不要。
自動更新	登録ページが更新されると、広告内容も自動的に更新される。
効果的な見出しの動的生成	サイト掲載商品と関連性が高い語句で検索が行われると、その語句やLPで使われている語句を見出しに使った広告が生成される。
柔軟な管理	在庫切れ商品は、広告を表示させない設定が可能。
より多くのクリック獲得	キーワードで網羅しきれなかった検索語句にも広告を掲載することで、トラフィックや売上を伸ばすことができる。

検索クエリー一覧

クリックにつなげた検索クエリを確認することができます。これらの検索クエリは広告主様が選択したキーワードと一致しています。

検索クエリ	キーワードマッチ	キャンペーン	広告グループ	クリック数	表示回数	クリック率	平均クリック単価	ご利用金額	平均掲載順位	クリックスルーバージョン	費用クリックスルーバージョン	クリックスルーコンバージョン率	ビュースルーコンバージョン
ホームぺージビルダー	完全一致	02_01_ホームぺージビルダー_ビ	02_01_01_ホームぺージビルダー_完全一致	3,625	310,055	9.32%	¥44	¥546,504	1.9	1,323	¥413	16.02%	0
ホームページ作成ソフト	部分一致	02_02_ホームぺージビルダー_推	ホームページビルダー_無料	398	8,086	4.92%	¥127	¥50,460	2.5	57	¥885	14.32%	0
ホームページビルダー 16	完全一致	03_01_ホームページビルダー_16	ホームページビルダー 16	351	7,532	4.66%	¥100	¥34,975	1.2	64	¥546	18.23%	0
ホームページビルダー_無料	完全一致	02_02_ホームページビルダー_推	ホームページビルダー_無料	126	1,332	9.46%	¥76	¥9,628	1.2	18	¥535	14.29%	0
hp 作成ソフト	部分一致	02_02_ホームページビルダー_推	ホームページビルダー_無料	54	1,279	4.22%	¥137	¥7,393	2.8	15	¥493	27.78%	0
hpビルダー	完全一致	02_01_ホームページビルダー_ビ	hpビルダー	122	1,079	11.31%	¥57	¥6,974	1	28	¥249	22.95%	0
ホームページビルダー 16 ビジネスパック	完全一致	03_02_ホームページビルダー_16	ホームページビルダー 16 ビジネスパック	28	26,950	0.10%	¥211	¥5,915	1	5	¥1,183	17.86%	0
ホームページ作成ソフト 無料	部分一致	02_02_ホームページビルダー_推	ホームページビルダー_無料	45	1,455	3.09%	¥128	¥5,773	2.8	4	¥1,443	8.89%	0
homepage builder	部分一致	02_01_ホームページビルダー_ビ	02_01_02_ホームページビルダー_部分一致	149	759	19.63%	¥32	¥4,755	1	27	¥176	18.12%	0
ホームページ作成 無料	部分一致	02_02_ホームページビルダー_推	ホームページビルダー_無料	31	2,814	1.10%	¥130	¥4,026	5.5	4	¥1,006	12.90%	0
無料 ホームページ作成ソフト	部分一致	02_02_ホームページビルダー_推	ホームページビルダー_無料	37	915	4.04%	¥107	¥3,950	2.2	7	¥564	18.92%	0
ibm ホームページビルダー	フレーズ一致	02_01_ホームページビルダー_ビ	02_01_02_ホームページビルダー_部分一致	44	427	10.30%	¥83	¥3,642	1	6	¥607	13.64%	0
ホームページビルダー 16 通常版 / リニューアルパック	フレーズ一致	03_02_ホームページビルダー_16	ホームページビルダー 16 通常版	43	6,475	0.66%	¥79	¥3,410	1	6	¥568	13.95%	0
ホームページ作成フリーソフト	部分一致	02_02_ホームページビルダー_推	ホームページビルダー_フリー	27	1,761	1.53%	¥109	¥2,934	4.4	5	¥587	18.52%	0
ホームページビルダー (奥の方)	完全一致	02_02_ホームページビルダー_推	ホームページビルダー (奥の方)	19	1,036	1.83%	¥141	¥2,682	1.6	4	¥670	21.05%	0
ホームページビルダー 16 通常版	フレーズ一致	02_01_ホームページビルダー_ビ	02_01_02_ホームページビルダー_部分一致	32	6,193	0.52%	¥82	¥2,620	1	6	¥437	18.75%	0

注力キャンペーン候補の模索とトークンからユーザーニーズをしっかりと把握する。

APPENDIXコンテンツとして実施いたします。





WILLGATE

MAKE YOUR WILL COME TRUE

一人ひとりの『will』を実現する

ウィルゲートが理想とする社会は、一人ひとりが自身の『will (意思、想い、やりたいこと)』を実現できる社会です。世の中には『will』があっても上手く実現できなかつたり、自分の本当の『will』に気づいていなかつたりする人が数多くいます。私たちは、インターネットの力を最大限活かし、“情報”を提供し“機会”を創造することを通じて、こうした『will』の実現を支援し、その結果、価値あるヒトやモノ、サービスが適切に評価される社会を作りたいと考えています。

<https://www.willgate.co.jp/>

