Googleアドワーズ設定
~初級編~

株式会社ワールド

目次

最初のご挨拶（5分）

①アドワーズ構造（5分）
②キーワード設定（25分）
③広告文の制作（15分）
④アドワーズ設定（35分）

動画について（5分）

アドワーズ（AdWords）広告とは？

◆インターネット広告の1つ

アドワーズ広告とは、**「インターネット上で検索をした際に、その検索ワードに応じて検索結果画面に表示される広告」**のことです。

「検索連動型広告」「リスティング広告」「キーワード広告」などとも呼ばれています。

「広告」
と表示されます

アドワーズ広告を出すならGoogle

広告を出稿できる媒体はいくつかありますが、リスティング初心者の方は「Yahoo!」と「Google」を押さえておけば、国内の検索数の9割前後（2015年2月現在）をカバーできます。

当セミナーでは大手検索サイトGoogleの広告サービス、「Google AdWords」について説明します。

Google AdWordsのメリット①

◆膨大な数のインターネット利用者にアプローチできる

Googleは世界シェアNo1の検索サイトで年代や男女を問わず幅広い層に利用されているため、見込み客からのアクセス獲得に欠かせない媒体です。アドワーズ広告を使うことでGoogleの検索結果や、提携サイトに広告を出稿できます。

◆ターゲットユーザーだけに広告出稿できる

検索キーワード（たとえば「大阪　夜景　レストラン　予約」など）に関心のある利用者のみに訴求できます。ターゲットユーザーだけに広告出稿できるので無駄なクリックによる料金発生を避けることができます。

Google AdWordsのメリット②

◆地域、時間帯を決めて広告出稿できる

たとえば大阪の美容室の広告を、北海道に住んでいる人に表示してもあまり意味がありません。アドワーズ広告では検索サイト利用者の住む地域を絞って広告を表示させることが可能です。また広告を出す時間帯や曜日も設定できるので、ターゲットがインターネットを利用することが多い時間に効率良く出稿できます。

◆広告内容を常に変更できる

バナー広告などの場合は契約期間が決まっているので効果がないから取りやめることはできません。しかしGoogle AdWordsなら配信開始・停止・修正などを簡単に行うことが出来ます。

Google AdWordsにかかる費用

◆申込みは無料・料金はクリックされた分だけ

Google AdWordsの申込みは無料で行うことができます。

アドワーズ広告はクリックされなければ料金が発生しません。掲載するだけで費用がかかってしまう他の媒体より低コストです。

◆広告費用は自分で決められる

広告費用は広告掲載の目的や予算に合わせて自身で決めることができます。上限額を決めて広告出稿できるため使いすぎることもありません。

◆掲載順位はオークション形式で決まる

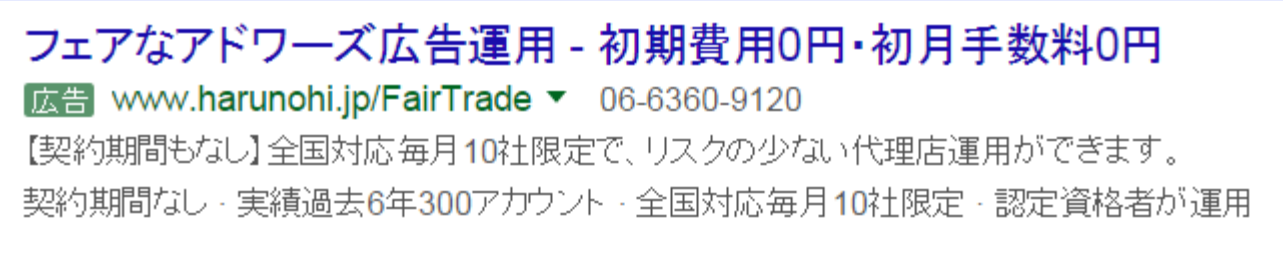
「1回のクリックに対していくらまで出せるか」を設定できます。設定金額が競合他社を上回っていれば、その会社よりも上位に掲載されます。

Google AdWordsの掲載場所①

Google AdWordsでは3つの掲載場所から選ぶことができます。

1. Googleの検索結果(キーワードターゲット)

Googleの検索結果に表示される広告のことをキーワードターゲット広告と呼びます。
ユーザーが検索したキーワードと出稿者側が登録したキーワードがマッチすると表示されます。いわゆる検索連動型広告です。



Google AdWordsの掲載場所②

2. コンテンツターゲット

設定したキーワードに基づいて、ディスプレイ ネットワークの関連性の高いGoogle AdWordsの提携サイトに広告を表示する機能です。たとえばキーワードが、「カメラ」ならカメラ機材に関するウェブページや、カメラ愛好家のフォーラム、デジタル写真技術についてのメールやニュースレターなどに広告が掲載されるということです。

Google AdWordsの掲載場所③

3. プレースメントターゲット

キーワードを設定せず、ディスプレイネットワークの中から掲載したい場所（プレースメント）を個別に選択できるのが、プレースメントターゲットです。

例えば傘を扱うお店が、天気予報や気象に関連する情報のサイトにのみ広告を表示したい、などという場合に、サイトや場所を選ぶことができます。AdWordsにはプレースメントツールというものがあり、キーワードなどから関連するプレースメント候補が表示されるので便利です。

Google AdWordsで掲載できる広告の種類①

◆テキスト広告

最もシンプルな広告です。「広告の見出し」「表示URL 」「広告文」「ランディングページ」の4つの要素で構成されています。

フェアなアドワーズ広告運用 - 初期費用0円・初月手数料0円

広告 www.harunohi.jp/FairTrade ▼ 06-6360-9120

【契約期間もなし】全国対応毎月10社限定で、リスクの少ない代理店運用ができます。

契約期間なし · 実績過去6年300アカウント · 全国対応毎月10社限定 · 認定資格者が運用

Google AdWordsで掲載できる広告の種類①

◆イメージ広告

バナー広告です。テキストのみの広告より人目を惹くことができ、自由度も上がる反面、デザイン性が重要視されます。さまざまなサイズが用意されています。

Google AdWordsで掲載できる広告の種類②

◆動画広告

YouTube上や、Googleディスプレイネットワーク内の動画の周囲に表示できるYouTube専用の動画広告です。

◆リッチメディア広告

flashなどで音声や動画を使ったり、ユーザからのアクションを受け付けることができる広告です。

重要！！キーワード設定

広告を出すのに必要不可欠なのがキーワードの設定です。

◆キーワードとは

　実際にユーザが検索する単語または単語の組み合わせです。自分のショップや会社のHPにアクセスしてもらうためには「どんな単語が適しているか」を考えます。

　実際に検索される際に重要になってくるのは、「マッチタイプ」です。「マッチタイプ」とは検索方式のことで、「完全一致」「フレーズ一致」「絞込部分一致」「部分一致」の4種類があります。

それぞれの違いを例と一緒に見てみましょう。

キーワード設定には4つの検索方式がある①

1. 完全一致

「入札キーワードと検索クエリ(ユーザーが検索時に入力する単語・フレーズ)が、語順、スペースまで完全に一致した場合」にのみ広告を表示します。

結婚祝い プレゼント	プレゼント 結婚祝い	結婚祝い
結婚祝い プレゼント 2013	結婚祝い プレゼント 送料無料	結婚祝い ギフト
2013 プレゼント 結婚祝い	結婚祝い 贈り物	プレゼント
プレゼント チョコレート	贈り物 マナー	プレゼント お歳暮

入札したキーワードは「**結婚祝い プレゼント**」
完全に一致した場合のみなので広告が表示されるのは
1つだけです。

キーワード設定には4つの検索方式がある①

2. フレーズ一致

「入札キーワードと完全に一致するフレーズが、検索クエリの中に語順通りに含まれた場合」にだけ広告を表示します。その条件には1の完全一致も含まれます。

結婚祝い プレゼント	プレゼント 結婚祝い	結婚祝い
結婚祝い プレゼント 2013	結婚祝い プレゼント 送料無料	結婚祝い ギフト
2013 プレゼント 結婚祝い	結婚祝い 贈り物	プレゼント
プレゼント チョコレート	贈り物 マナー	プレゼント お歳暮

入札したキーワードは「結婚祝い プレゼント」
語順通りの場合のみなので上記3つになります。

キーワード設定には4つの検索方式がある②

3. 部分一致

部分一致を選択すると、完全一致やフレーズ一致でマッチするケースにプラスして、入札キーワードの類義語や関連性のある検索が行われた際にも広く広告が表示されます。

結婚祝い プレゼント	プレゼント 結婚祝い	結婚祝い
結婚祝い プレゼント 2013	結婚祝い プレゼント 送料無料	結婚祝い ギフト
2013 プレゼント 結婚祝い	結婚祝い 贈り物	プレゼント
プレゼント チョコ	贈り物 マナー	プレゼント お歳暮

入札したキーワードは「**結婚祝い プレゼント**」
たくさんの検索に広告が表示されます。

キーワード設定には4つの検索方式がある②

4. 対象外キーワード・除外キーワード

入札キーワードとの関連性が低いと考えられる検索クエリを排除する機能。ユーザが検索した語句に設定したキーワードが含まれていた場合、広告が表示されません。「部分一致」にしている場合は、必ず対象外キーワードを設定するようにします。

結婚祝い プレゼント	プレゼント 結婚祝い	結婚祝い
結婚祝い プレゼント 2013	結婚祝い プレゼント 送料無料	結婚祝い ギフト
2013 プレゼント 結婚祝い	結婚祝い 贈り物	プレゼント
プレゼント チョコレート	贈り物 マナー	プレゼント お歳暮

入札したキーワードは「結婚祝い プレゼント」
対象外キーワードは「チョコレート」「マナー」「お歳暮」

キーワードや広告文の考え方①

◆同業他社の広告を見てみる

自分だったらどんな広告に魅力を感じるでしょうか。これらを参考に「他社より魅力的な広告にするにはどうしたらよいか」を考えます。

◆自社のメリット、特典を入れる

下図を比較してみると(C)のように「早割」と具体的に書いてある方が、より魅力的に見えます。「○%オフ」「送料無料」「プレゼント付」「割引」「口コミ」「リピート率」「人気NO1」などのフレーズはクリック率も高まります。

ハワイ旅行早割キャンペーン
夏休みなら早割りでさらにお得！ 選べるオプション満載の**ハワイ**！
cnd-tour.com (C)

ハワイ旅行ならCNDツアー
今ならお得にいけるプランも！ 選べるオプション満載の**ハワイ**！
cnd-tour.com (D)

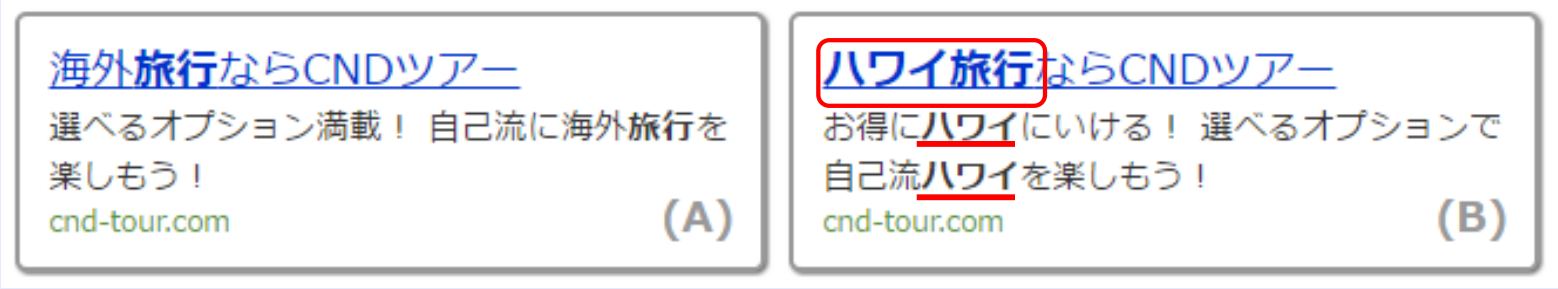
キーワードや広告文の考え方②

◆広告文は長く

タイトル・本文共に長い文章の方がスペースを取るので人目につきやすくなります。

◆検索キーワードを広告文に入れる

「ハワイ　旅行」で検索したとします。キーワードを広告に入れておくと、そのキーワードで検索されたときに太字で表示されます。この場合下図の(B)の方が太字が多く、自分が探している情報にイメージが近いためクリック率が上がります。



キーワードや広告文の考え方②

◆アクセスへのきっかけを作る

広告を見てサイトへ誘導しても、実店舗と価格やサービスが同じだったら、購入に繋がりにくくなります。ネットを利用する必要はないと感じてしまいます。広告を見たときに、「申し込みしたい、購入したい」と思わせるような文章にすることが大切です。

ネット限定！ **ハワイ旅行**プラン
4/15申込分までの限定お得プラン！ 夏休み早割りキャンペーン！
cnd-tour.com (E)

ハワイ旅行早割キャンペーン
夏休みなら早割りでさらにお得！ 選べるオプション満載の**ハワイ**！
cnd-tour.com (F)

◆掲載する順番も考える

単語を並べる順番によって見る側の印象も変わってきます。

ハワイ旅行が70,000円～
今ならお得にいけるプランも！選べるオプション満載の**ハワイ**！
cnd-tour.com (G)

ハワイ旅行へお得にGO！
70,000円で行けるプランも！選べるオプション満載の**ハワイ**！
cnd-tour.com (H)

キーワードや広告文の考え方③

◆まずは広告テストを

表現や配置場所を変えた広告を複数作って、同時に出稿します。

どちらのクリック率が高いか、コンバージョンが多いかなどを調べる「広告テスト」を行いましょう。

自信を持って作った広告でもクリックにつながらなかったり、その逆もありますので、いろいろと試してみるのがよい広告への鍵となります。

Google AdWordsの登録方法①

ではさっそく登録してみましょう。（Googleアカウントが必要です）

1. 最初に、Googleアドワーズのアカウントを作成します。Googleアカウントにログインしたあと、Googleアドワーズのページにアクセスして、「今すぐ開始」のボタンをクリックしてください。

Google AdWordsの登録方法②

2. ご自身の「メールアドレス」と「ウェブサイト（URL）」を入力し、続行ボタンをクリックします。

3. 広告の掲載結果を改善するための個別のヒントや提案に関するメール配信を「希望する」「希望しない」どちらかにチェックを入れます。

広告作成①

◆キャンペーンの作成

ここではマジックハンド販売の広告を例に挙げてみます。

1. **予算：1日あたりの金額**です。
2. 「広告の掲載対象」を選択します。

   地域：日本

   ネットワーク：検索ネットワーク

   （Googleの検索結果画面に出るテキスト広告です）
3. **キーワード：**この検索キーワードで広告が表示されます。複数入れることができます。

広告作成②

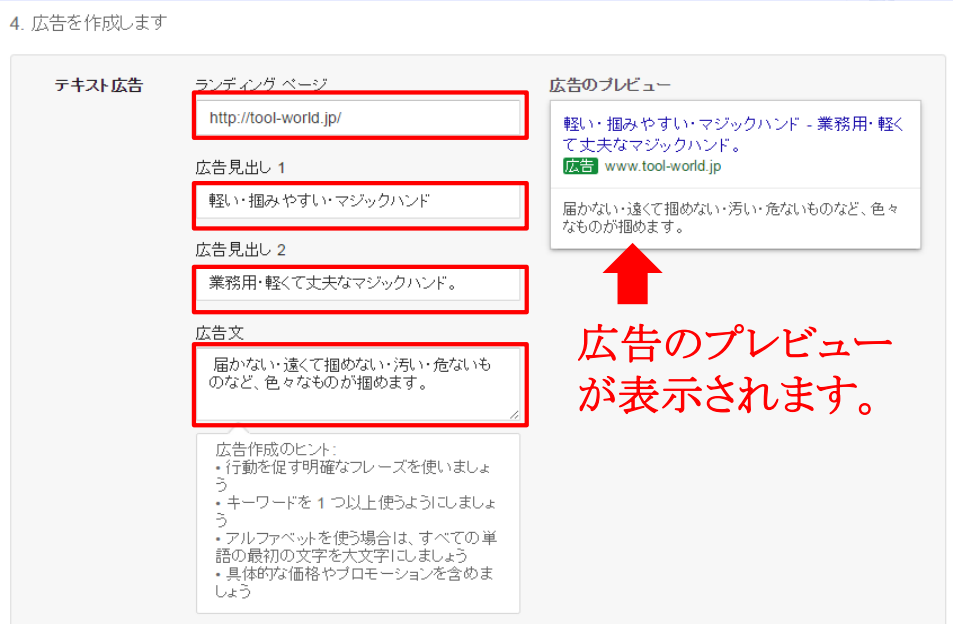
4.　広告を作成します。

ランディングページ：URLを入れます。

広告見出し1：一番最初に大きく表示されるので、人の目を惹くものにします。文字数いっぱい入れるのがポイントです。

広告見出し2：見出し1の次にくる文章です。

広告文：説明を入れます。



広告作成③

5. 「広告の成果向上につながる個別のヒントや提案を受け取る」にチェックを入れて「保存して次へ」ボタンをクリックします。

広告作成④

6.　口座や氏名住所の入力をします。

口座の種類:ビジネス・個人から選びます

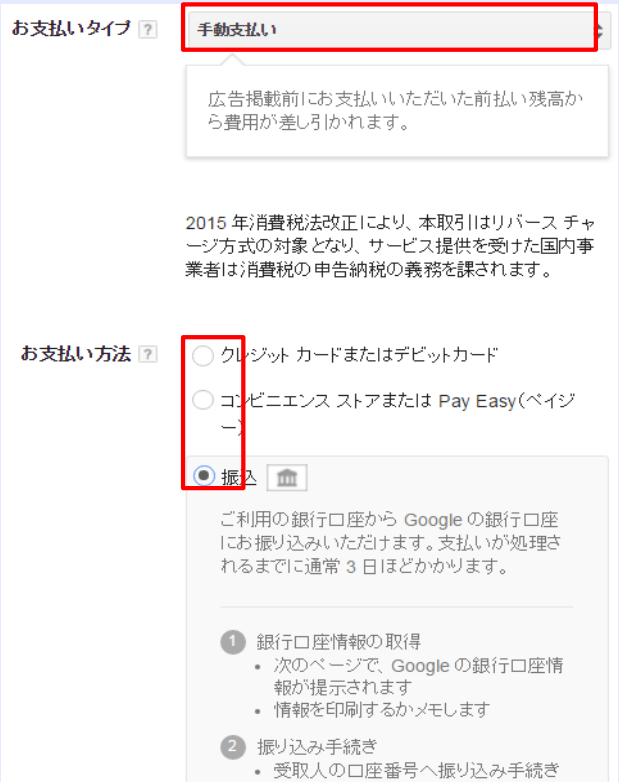
名前と住所:例の通り入力します。

広告作成⑤

- 7. 支払い情報を入力します。

お支払いタイプ：今回は手動支払いを選んでいます。

お支払方法：クレジット・デビットもしくはコンビニ・Pay Easy、振込などからべます。

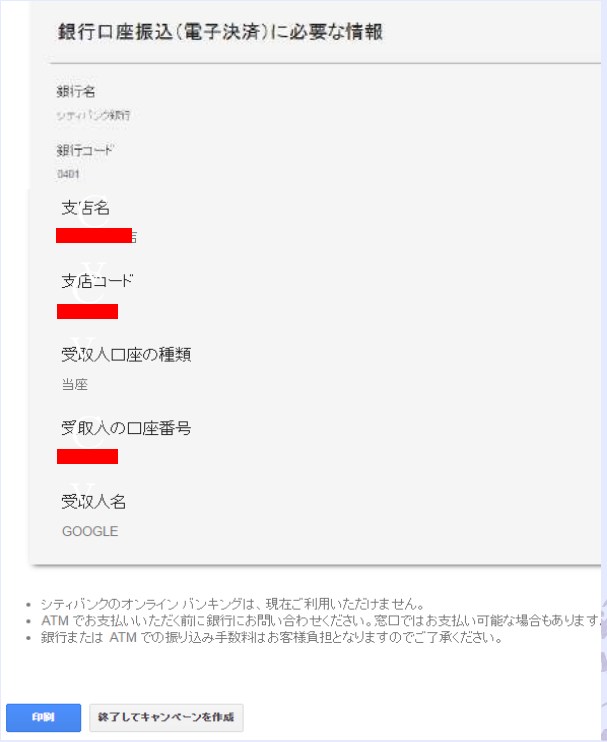


広告作成⑥

8. お支払情報が合っているか確認し、「AdWordsの利用規約に同意します」にチェックを入れ「保存して次へ」をクリックします。

広告作成⑦

- キャンペーンの設定



広告作成⑧

最後にキャンペーンの内容が合っているか確認しましょう。

これでアカウントが開設されました！

作成した広告の承認には通常1営業日かかります。

Google AdWords画面の解説①

◆キャンペーンタブ

広告の管理や見直しをするときに使用します。最もよく利用します。

◆広告タブ

広告に問題がないかを確認するときに使用します。

Google AdWords画面の解説②

◆ステータス

広告の承認状況を確認できます。

◆広告の成果

広告の成果を確認することができます。期間は自由に変更することができます。

Google AdWords画面の解説③

◆広告の表示回数

検索結果ページに広告が何回表示されたかが表示されます。

◆広告のクリック数

広告が何回クリックされたかが表示されます。クリックされるごとに料金が発生します。

Google AdWords画面の解説④

◆クリック率

広告の成果を測定できます。広告を見た人のうちどれくらいの割合の人がクリックしているかが分かります。1%以上が目標です。

◆キーワードタブ

設定したキーワードによってクリック率は決まるので、今のキーワードがベストなのか都度確認しましょう。

Google AdWords画面の解説⑤

◆キーワードタブ

キーワードの掲載結果が分かります。広告を出してから1、2週間後に見てみましょう。

◆費用

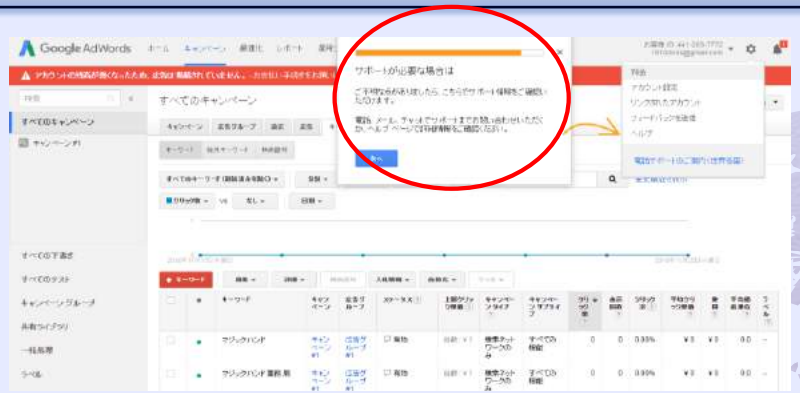
キーワードごとに費用額が表示されます。

Google AdWords画面の解説⑥

◆サポートを利用する

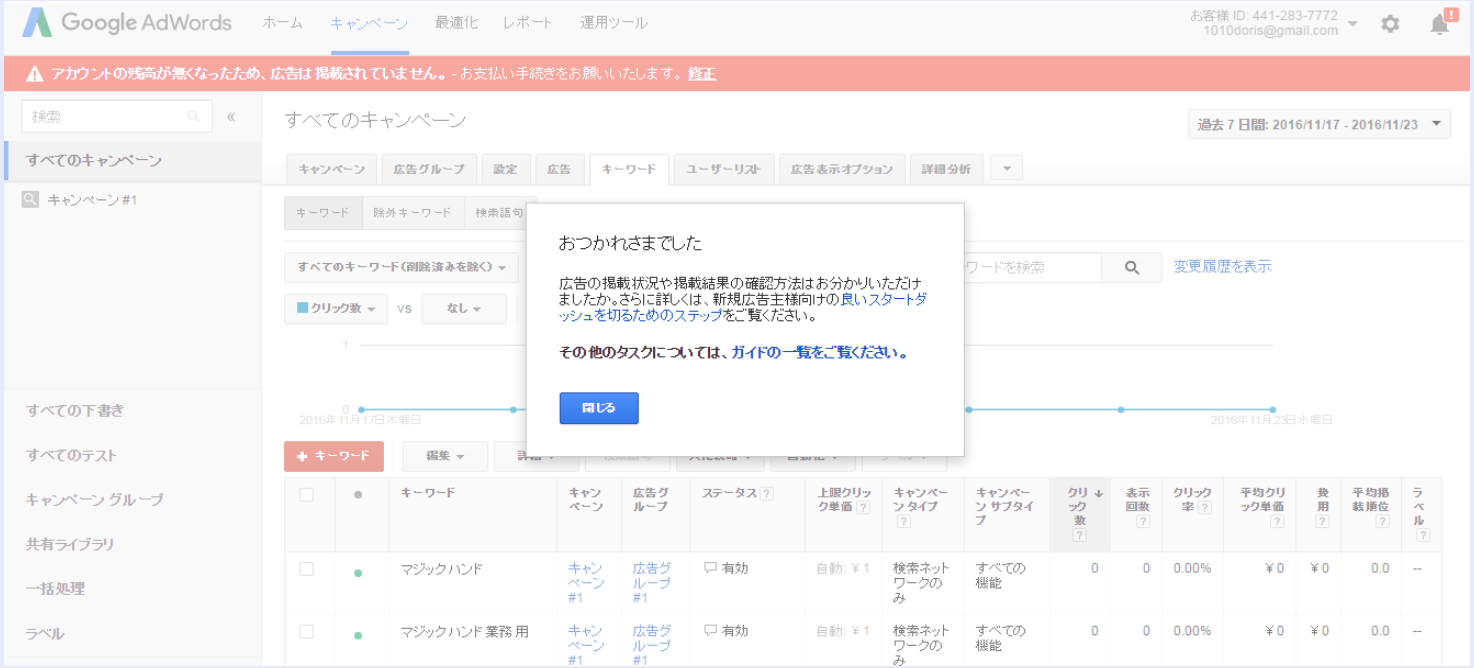
右上の歯車マークをクリックします。

ヘルプページのほかに「電話、メール、チャット」で問い合わせができます。



Google AdWords画面の解説⑦

これでチュートリアルは終了です。



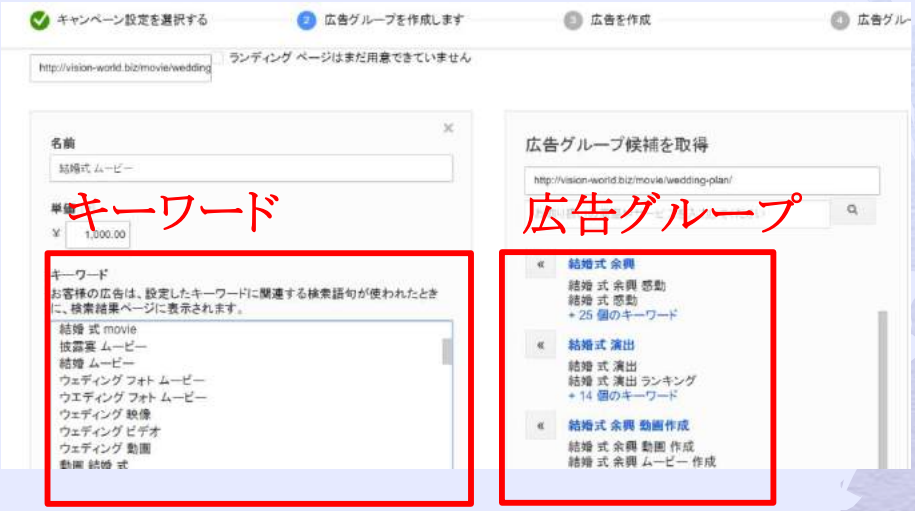
応用編・広告文の制作①

広告文を作ってみましょう。「結婚式の撮影」広告を例に作り方をご紹介します。
「キャンペーン」→「キャンペーン設定を選択する」をクリックします。

広告の作成：「テキスト広告」を選択します。
広告グループ名：「結婚式」
最終ページURL：リンクするURLを入力します。
広告見出し1：カッコなどで囲むと目立ちます。
広告見出し2：「結婚式」「ウェディング」「動画」「撮影」などのキーワードをたくさん入れています。
具体的な金額などを入れるのも効果的です。
パス：
広告文：
「リーズナブル」「安心の品質」「年中無休」など
広告に入っていると嬉しいキーワードを入れています。

応用編・広告文の制作②

キャンペーンを作る際に広告のURLをいれると、候補の広告グループとキーワードが出てきます。



応用編・広告文の制作③

「結婚式　ムービー」で作成します。

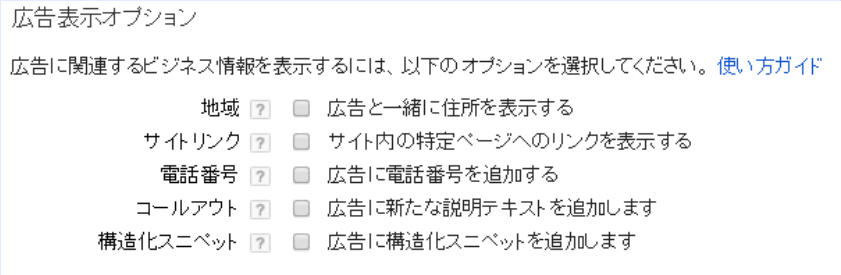
応用編・広告文の制作④

こちらは「結婚式　オープニングムービー」で作成します。

応用編・広告文の制作⑤　広告表示オプション

◆広告表示オプション

地域：
サイトリンク：
電話番号：
コールアウト：商品やサービス独自の特長を強調することができます。
「最大 30% お得」「送料無料」
「24 時間カスタマー サポート」など目を惹くフレーズを使うとクリック率が上がります。
構造化スニペット：提供している商品やサービスの特定の側面を強調する際に使用します。



応用編・広告文の制作⑥
コールアウトと構造化スニペットの違い

◆広告表示オプション

	コールアウト	構造化スニペット
使用目的	商品やサービス独自の特長を強調する	提供している商品やサービスの特定の側面を強調する
例	「最大 30% お得」「送料無料」「24 時間カスタマー サポート」	(設備)「無料 Wi-Fi」「プール」「ジム」
強調する内容	任意の特徴	選択したヘッダーに沿った内容
文字数制限	コールアウト 1 つにつき半角 25 文字(全角 12 文字)	値 1 つにつき半角 25 文字(全角 12 文字)
配信される値の数の下限	2	1
配信される値の数の上限	4	値の長さと画面サイズによる