

資格で独立するなら



KEIEI TENSAI JYUKU

# 2018年5月定例セミナー Google AdWords設定解説

パワーコンテンツジャパン株式会社  
コンテンツ事業部 コンサルタント 高金大輝

10th ANNIVERSARY  
Make Happy Contents!

 POWER CONTENTS JAPAN



## 今回の動画の目的

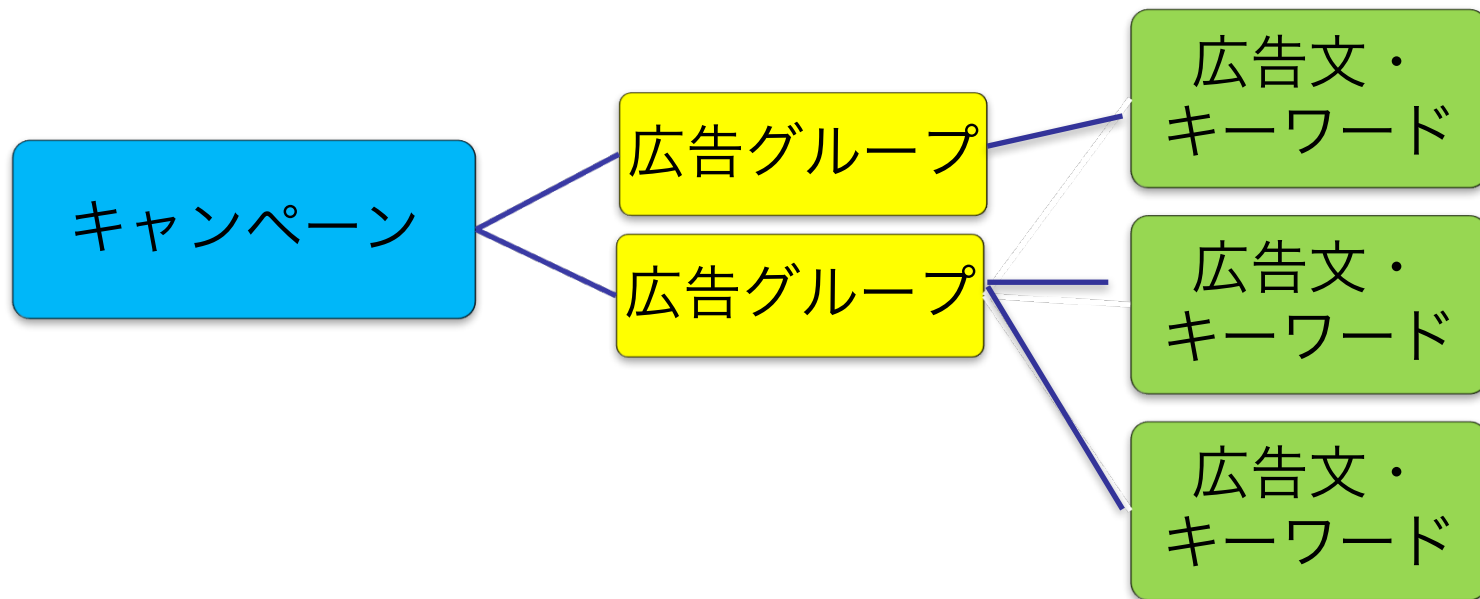
1. Google AdWords リニューアル版管理画面を使いこなす！
2. キーワード選定をできるようになる！
3. 広告文の作成方法を学ぶ！

# 重要！Google AdWordsの管理画面が統一されます

- 2017年10月にGoogle AdWordsがリニューアル版の管理画面をリリース
- 2018年5月現在まで従来版、リニューアル版どちらの管理画面も使用することができた。
- → **2018年内に従来版は廃止、**
- **リニューアル版に統一されます！**
- **(2018年5月7日発表)**

# リスティング広告アカウントの構造

キャンペーン>広告グループ>広告文・キーワード



- ・ キャンペーン…**予算**を設定することができる、商材やサービス、地域など
- ・ 広告グループ…広告のテーマやキーワードごとにカテゴライズ
- ・ 広告文・キーワード…実際に表示される広告文と、出稿するキーワードを選択

# Google AdWords 最新画面の使い方

# Google AdWords キーワード選定方法

# 「キーワード」とは

キーワード…広告を出稿する検索フレーズ  
(例：「司法書士」「相続 相談」など)

- ・ リスティング広告はキーワードとの勝負！
- ・ キーワード = 配信先
- ・ キーワードを選んだからといって必ず選んだキーワードに広告が出るわけではない！

# リスティング広告最新キーワード選定方法

- ・ランディングページからキーワードを探す

- ・複数人でのブレインストーミング

- ・サジェスト解析ツール

<https://www.gskw.net/>

<https://www.yakw.net/>

- ・キーワードプランナーの使用





# キーワードのマッチタイプ

キーワードには「マッチタイプ」が存在する  
ここを理解することで  
「**どんな検索結果で広告を出すか**」  
制御することが可能になる

マッチタイプ：実際にユーザーに検索された語句が、  
**どの程度出稿しているキーワードに一致しているか**という度合い

主なキーワードマッチタイプ

- ・ 部分一致
- ・ 絞り込み部分一致
- ・ フレーズ一致
- ・ 完全一致

# キーワードマッチタイプ：部分一致

## 例

部分一致キーワード:	マッチする検索語句の例:
低炭水化物 ダイエット プラン	炭水化物不使用 食品 低炭水化物 ダイエット 低カロリー レシピ 地中海 ダイエット プラン 炭水化物摂取制限 ダイエット プログラム

※Google AdWords公式ヘルプより引用

部分一致は必ずしも設定したキーワードに配信されるわけではない！

※デフォルトは部分一致で設定されている

# キーワードマッチタイプ：完全一致

## 例

完全一致キーワード	広告が表示される検索語句の例	広告が表示されない検索語句の例
[男性用の靴]	靴 男性用 男性用 靴 男性用靴 男性用の靴	赤い靴 男性用 購入 男性用靴

※Google AdWords公式ヘルプより引用

完全に一致している語句と「意味」が完全に同じ語句で検索が行われた際に広告表示対象になる

配信が狭まる分、ニーズも絞って配信できる設定  
→表示回数減、クリック率増、コンバージョン率増

# キーワードのマッチタイプ：フレーズ一致

## フレーズ一致

→指定したキーワードと**完全に一致**し、  
なおかつ**同じ語順**のフレーズに広告配信がされる

例：「相続 名義変更」をフレーズ一致で出す場合

相続 名義変更 不動産 ○

新宿 相続 名義変更 ○

名義変更 不動産 新宿 ×

# キーワードのマッチタイプ：絞り込み部分一致

通常の部分一致では、

関係のない語句にも広告が掲載されてしまう

→広げたくないキーワードを

絞り部分一致に指定してより狭めた配信をする

例：「助成金 要件」で出稿する場合

助成金に関連する「補助金」というキーワードにも配信

→

「助成金」という言葉を使っている場合のみ”配信したい！

絞り込みたいキーワードの前に「+」をつける

→「+助成金 要件」でキーワードを指定

## キーワードのマッチタイプ：絞り込み部分一致2

配信が広がる範囲を指定する、というイメージ

完全一致のように絞り込みながら  
部分一致のように拡張する

部分一致キーワードを  
絞り込み一致に変更するだけで  
効果が見込める可能性も

# 各キーワードのマッチタイプの設定方法

マッチタイプはキーワードを入力する画面で指定可能！

例：「助成金 要件」で広告を出す場合

部分一致	そのまま
完全一致	[助成金 要件]
フレーズ一致	“助成金 要件”
絞りこみ部分一致	+助成金 要件

# Google AdWords

## 広告文作成方法



# 広告文出稿の外せない4ヶ条

## 1. Google、Yahoo!の広告ポリシー

## 2. 顧客視点

→ 検索するユーザーは答えを求めている！  
疑問、悩みの答えがリンク先にあると思われれば  
クリックされる可能性は高くなる

## 3. 競合の調査（検索をする）

→ 競合と同じ訴求をして広告が埋もれないようにする

## 4. 広告文で売らなくていい

→ 広告文の役目は「クリックをさせる」ということ  
実際に売るのはLPの役目

# 広告文ABテスト

広告文を考える上で、ABテストは**必須**！

- ・ 広告文ABテストとは・・・  
→異なる訴求の広告文を2つ用意して広告の効果を比較する
- ・ とにかくテストベースで運用することが、改善の近道

# 広告文ABテストの鉄則

- ・最初のテストは、  
まったく違う切り口の広告文でテストして、  
反応がいい広告を改善していく！
- ・必ず比較する要素は1つにすること！  
→例：同じキーワード、同じLP、違う広告文
- ・広告文のテストは同じ広告グループ内で！  
→データの蓄積を分散させない
- ・期限や目標を決めてテストをする！

# 細かいABテストには「広告文バリエーション」！

2017年11月に追加された機能

「**広告バリエーション**」が細かいABテストに最適

通常のABテストではどうしても各広告の  
予算の配分にバラつきがあるが…

- ・ 広告予算の配分してABテストが行える！
- ・ テスト期間を指定できる！

→ **より公平な条件での広告文テストが可能**