

株式会社ピーシー・ブレイン お問い合わせ電話番号:047-311-6677

☆今月のメニュー

■トピックス

Google オススメのスマートフォンサイト

■リスティング広告活用

- 最も反応の良い広告手段
- どんなときに利用する?
- 広告で売上アップを加速
- 広告のキーワード設定

■ツール・サービス活用

オンラインストレージサービス
“Dropbox”

広告関連の指標

CPC:Cost Per Click

クリックあたりの広告単価のこと。これにクリック数をかけたものが広告費。

CPA:Cost Per Acquisition

コンバージョン単価のこと。目標は申込み、購入など用途に応じて異なる。コンバージョントラッキングを利用することが必須。これを最適化することが広告管理のメインの業務。

入札価格

品質スコア:

広告が掲載される順位を決定する要因の一つ。スコアが低ければ入札額が高くて表示されない。

こんにちは、ピーシー・ブレインの高山です。

6月には日本代表のワールドカップ最終予選に始まったサッカーイベントの多い月でした。とはいえ欧州選手権の決勝が終わるまでは、まだまだ不規則な睡眠の日々を過ごすことになりそうです。

さて、ホームページの活用方法を中心とした「WEBマーケティングのヒント」というタイトルで、情報をお届けいたします。

Google オススメのスマートフォンサイトとは

昨年12月にGoogleはスマートフォン版の検索エンジンロボット

(Googlebot、クローラー)を導入して、スマートフォンを強化してきていますが、今度は「スマートフォンに最適化されたウェブサイトの構築方法」

(Building Smartphone-Optimized Websites)という情報を公開しました。

この中では、スマートフォン対応としての3つの方式のサイトについての対応を説明しています。

- 1) すべてのデバイス(PC、モバイル、スマートフォンなど)に単一のURLで同じHTMLを提供し、CSSを使用してデバイスごとにデザインを変更するサイト(「レスポンシブ・ウェブデザイン」と呼ばれる構成のもの)
- 2) URLは同じですが、アクセスした端末の情報を利用してPC用かスマートフォン用かなどを判断して動的に異なるHTMLとCSSを提供するサイト。
- 3) スマートフォン用のサイトとPC用のサイトを別々に構築しているサイト。

スマートフォン対応として比較的ハードルが低いのは3)の取り組み方法ですが、この場合はPC用とスマートフォン用のページがそれぞれ存在していることをGoogleに伝えるのが望ましいとされています。Googleに伝える方法はタグにその情報を記載することになりますが、具体的な指定方法については以下の情報を参考にしてみてください。

Building Smartphone-Optimized Websites

<https://developers.google.com/webmasters/smartphone-sites/details>



スマートフォンサイト導入についてのご相談はピーシー・ブレインまでお気軽にご連絡ください

リスティング広告は最も反応の良い広告手段

インターネットでのビジネス展開を考える上で欠かせないのが検索エンジン対策ですが、検索エンジンの利用者が大きく増えることで検索エンジンがメディアとして価値を持つようになり、広告媒体としても強力なものになっています。

当社でも SEO 対策と併せて、リスティング広告を利用していますが、今回はこのリスティング広告の活用について説明していきます。



リスティング広告は、アクセスしている人が探している・見ている内容と連動した情報を表示する広告手法です。ヤフーやグーグルの検索結果ページに表示されている広告は多くの方が目にしているはず。情報を探している、ニーズのある人が目にするため反応も良く、費用対効果が最も良い広告です。

リスティング広告は、他のメディア（チラシ、雑誌、放送など）と比べて次のような特徴があります。

- 商品に関連するキーワードを検索した見込客に絞り込んで広告を表示するため、高い広告効果が期待できる
 - 既に情報を探すとこのアクションを起こしているため条件が合えばクリックする
- 費用対効果が明確。広告の表示回数、クリック数、購入に至った回数、投資効果などを数値で把握できる
 - 正確な情報が記録されるため感覚ではなくデータとして利用できる
- 広告は表示されただけでは課金されず、インターネットユーザーが広告をクリックすると料金が発生する
 - 他の媒体では反応までは保証されない
- ほぼリアルタイムで広告の掲載・停止ができ、フレキシブルなプロモーションが可能
 - 管理ツールが提供されているため出稿者みずからコントロールできる

広告を利用すると良いのはどんなとき？

ホームページへのアクセスを集める施策としては、SEO 対策がよく知られています。SEO 対策では、限定（絞り込まれた）された特定のキーワードに対して検索順位を上げることが目標とされていますので、基本的には1つのホームページに対して1つのキーワードを対策することになります。例えば、「松戸市 不動産」というようなキーワードで対策を行った場合、「柏市 不動産」といったキーワードへの対策は一つのホームページ上ではやりにくいのです。

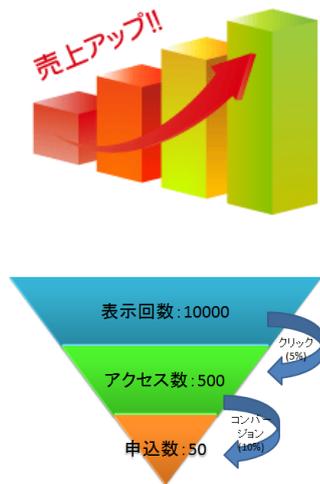
もちろんホームページ内でページを分けて、キーワードに応じたページを用意することはできますが、最近の検索エンジンの傾向としては一組のテーマキーワードに対して一定以上のコンテンツボリュームがないと評価されません。ですので、異なるキーワードを設定したい場合は SEO 対策としては、別のホームページを追加することが必要になってきます。

このように余裕があればホームページを追加で作ってもよいのですが、それよりも手軽な方法があります。それが、広告の利用です。

新たにホームページを追加するためには費用も時間がかかりますが、広告の場合は広告費を用意すれば実施できます。



広告を利用して売上アップを加速



ホームページのアクセス数に対する反応率が計測できていて、状況が把握できていれば広告への投資額を増やすことで売上をスムーズに増加させることができます。

例えば、

10 件のアクセスに対して 1 件の申込みが発生するようなページがあったと仮定します。単価が 100 円のキーワードで広告を利用してこのページに誘導しようとする申込みを 1 件得るためには 10 アクセス＝クリックが必要で、1,000 円の広告費がかかります。

この状態で月に 5 万円の広告費をかけると、500 クリック (=500 アクセス) を獲得することができ、50 件の申込みを得ることができます。

ここで 10 倍の広告費用(50 万)をかければ、単純計算で 10 倍の申込みを獲得することができます。実際には広告額の増加とともに反応率が低下する傾向があるため、同じ割合で売上が伸びる訳ではありませんが、投資額にほぼ比例した反応を得ることができるのでそれに応じた売上を見込むことのできる非常に強力なツールです。

※このときには広告の表示回数も 10 倍必要になるのでキーワードの選定などにも配慮が必要です

キーワード設定の考え方

キーワード	検索する広告	ローカル検索ボリューム	月間グローバル検索ボリューム
入力した検索語句に関連するキーワード: 関連性で並び替え			
ダイエット		2,740,000	2,740,000
ダイエット 効果		60,500	49,500
ダイエット 美容		8,100	6,400
ダイエット 運動		27,100	27,100
ストレッチ ダイエット		5,400	4,400
話題 ダイエット		1,900	1,900

リスティング広告では、設定するキーワードは検索者の目的が明確なほど反応が良くなります。

これは次の 2 つ検索キーワードを比べてみるとよく分かります。

- 1) 「海外旅行」
 - 2) 「ハワイ オアフ島 ホテル ペット同伴 宿泊 オーシャンビュー」
- 1)はいわゆるビッグキーワードと呼ばれるもので、検索回数、検索する人数も多いのですが、どちらが具体的に「いますぐ申し込みたい」人であるかは明らかでしょう。
- 2)のパターンは、検索回数は多くない（それこそ年に数回というようなケースもあり得る）のですが、見た人の反応は極めて高いと想像できます。このようなキーワードの組みあわせは設定が面倒なため競合は少なく効果は高いので、敢えてこの組みあわせを多数設定するやり方もあります。

⚠ 予算オーバーには注意を！

リスティング広告は、クリックあたりの予算を設定することで、広告の順位をコントロールすることができます。このため、つつい上位表示されるようにと広告費用を高め設定してしまふことがあります。上位表示されればクリックされやすくなりますが、その掲載費用も高くなるため、急速に広告費が高くなります。気がついたら予算オーバーとなる訳です。アドワーズの後払い方式の広告では、よく分からない

ままに設定して一晩で百万単位の広告費を使ってしまうようなケースも実際におきています。今どきの広告管理ツールは、掲載条件を細かく指定する事ができます。例えば B2B ビジネスで対象となる見込み客が休業となる週末や夜間は掲載しないとか、地域を限定する、また検索エンジン以外の媒体での掲出を選別するなどによって、見込み度の低いクリックによる課金を防ぐことができます。

株式会社ピーシー・ブレイン

〒270-2253
千葉県松戸市日暮 1-2-6
勝どきビル3F

電話番号

047-311-6677

Fax

047-311-6678

E-mail

info@pcbrain.co.jp

受付時間：

9:00～17:30

地域で一番ネットを使った
商売に詳しいコンサルティング企業

- Web マーケティングコンサル
- ネット集客支援
- ホームページ制作
- SEO リフォーム
- WEB システム開発

当社 Web サイト:

<http://www.pcbrain.co.jp>

<http://www.webquick.jp>



ツール・サービス活用 ～ Dropbox

ここでは便利に使えるツールやサービスの活用方法をお伝えします。
今回は、**Dropbox** というサービスです。ここ 1, 2 年で急速に知名度が
上がっているため既に利用している方もいるかも知れません。



Dropboxとは、オンライン上にファイル・フォルダを保存するストレージサービスの一つです。



ファイルの保存をするといっても特別な操作は必要ありません。PCにソフトウェアをインストールするとDropboxというフォルダがユーザーフォルダの中に作られます。この中に書き込んだファイルは自動的にオンライン上に送信され保存されます。では、Dropboxの活用方法についてお伝えしましょう。

・複数のPCで簡単に共有

1つのサービスアカウント（利用にはアカウント登録が必要です）に対して、複数のPCなどを登録することができます。

登録したPC間ではDropboxフォルダが共有されるため、離れた場所にあるPC同士でも自動的にファイル・フォルダが同期され同じように取り扱うことができます。

これは意識しなくてもファイルの最新版が常に維持されている訳で、とても便利です。

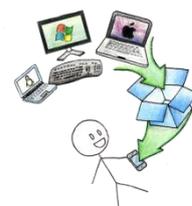
オフィスのデスクトップと持ち歩きノートの間での利用や、本社と営業所間など複数拠点のPC同士での共有、オフィスと自宅でのデータ共有などが手軽に実現できます。



・異なるデバイスでも共有

Dropboxが利用できるのはPCだけではなくありません。iPhone, Androidといったスマートフォン、iPad向けのアプリが提供されているので、モバイル端末からも簡単に使えます。

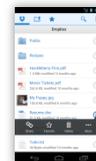
例えばiPadを利用して営業資料を参照したい、プレゼンをしたい時も、資料を転送するためにいちいちPCに接続する必要がなくなります。PC上のDropboxフォルダに保存しておけば良いのです。



Dropboxを使えば、資料が足りないとか、他の資料やデータも見せたいといったことが簡単にできます。

・複数の利用者で共有

Dropboxの共有フォルダを利用すると、複数の利用者の間でフォルダの共有（自動同期含む）ができるようになります。社内、社外問わず利用できるため、プロジェクトなどでファイルを共有する際に威力を発揮します。



ニュースレターの感想、取り上げて欲しいテーマ、相談など、ぜひご意見をお聞かせ下さい！
→ FAX:047-311-6678 / 電子メール：info@pcbrain.co.jp

株式会社ピーシー・ブレイン

発行責任者：高山卓巳

〒270-2253

千葉県松戸市日暮 1-2-6

勝どきビル3F

TEL: **047-311-6677** FAX: **047-311-6678** Email: info@pcbrain.co.jp