

他広告費との比較（具体例）

一部の人が知らない特別な秘密 ♥ 集客 + ブランディング こっそり教えます♪

リスティング出稿されている方へ
こんなお困りごとありませんか？

- ①予算がすぐに尽きてしまう
- ②予算はあるが、毎月の
広告費が巨額になっている

■クリック型課金広告とサジェスト対策の違い

気軽に始められるのがサジェスト対策であります。

	クリック型課金広告	サジェスト対策
競合	普通	少ない
内部施策	少し必要	不要（手間がなし）
時間	最短、即日表示可能	2日～1週間（Googleは平均1ヶ月）
成功率	予算と運用面次第だが、高い	高い
柔軟性	特定の表現は不可能	新市場を自ら作成出来る
持続力	料金に応じて	検索エンジン次第
料金	ワード次第で桁違いの単価あり 広告費 + 運用費（人件費）が重なる	ビッグワードでも一律 掲載料のみ、成果報酬で安心
課金	同業他社によるクリックもあり	何回クリックされても課金額は変わらないので安心
効果測定	効果測定はしやすい	サーチコンソールを導入など、若干数値は高い
管理面	キーワードの選定と質など、知識が無いと難しい	表示させたいキーワードを伝えるだけ
SEO 順位	検索エンジンにはほぼ影響がない	ユーザーがクリックしてアクセスが上がる事で SEO 順位にも影響
集客力	広告と一発で分かるので、押したい気持ち起きない	リスティングと違い全国に一律 PR 可能
ブランディング力	継続掲載をすることで、ブランディング力アップ	広告と見せないで、自然に人気のある会社として ブランディング力アップ

■サイト誘導までの流れ

リスティング広告

- ①オーガニック検索
- ②広告をクリック
- ③直接サイトに飛ぶ

サジェスト対策

- ①検索ワード入力
- ②サジェストをクリック
- ③検索結果に表示されたサイトをクリック
- ④サイトに飛ぶ

サジェスト対策は上記の通りステップが1つ増えますが
費用対効果を考えると大変お得です。

■クリック型課金運用における注意点

①ビッグキーワードを登録している

月間検索回数が非常に多いので、広告予算を掛ければ多くのクリックを獲得することは可能ですが、同時に言葉の持つ意味合いも広いので、必ずしも望んでいるユーザーを集客できるとは限りません。また、ターゲット以外のユーザーにたくさんクリックされてしまっている可能性があります。

②クリック単価が高い

上位表示にこだわっている

特に競争が激しいキーワードや競合他社がリスティング広告を出稿している場合、ある特定のキーワードで上位に表示したい気持ちが先行し、クリック単価（入札単価）が高くなる傾向があります。

キーワードと広告文の関連性が低い

リスティング広告の仕組みは、関連性の高い広告は優遇され、安い入札価格で上位に掲載することができるようになっています。逆に関連性の低い広告は、同じ掲載順位を維持するにも高い入札価格が求められます。結果として、キーワードと広告文の関連性が低いと、クリック単価が高くなり、予算の消化も早くなってしまいます。広告グループをテーマ毎に細分化し、キーワードと広告文の関連性を高めることは不可欠です。

③キーワード数が多すぎる

キーワードを大量に追加することは、広告表示回数を増やすことですからクリック率があまり変わらないとすれば、クリック数も増え、広告予算も膨大になってしまいます。

「Yahoo! キーワードサジェスト表示対策」導入事例

業種：クリニック様 キーワード：加齢臭

キーワード月間検索回数

「加齢臭」25,860

※推定インプレッション数 × 30 日

検索回数中の
クリック獲得率

$1,020 \div 25,860 =$

3.9%

SEO（2 ページ目表示）

キーワード：加齢臭

月間訪問者数：0.1% 25

SEO 月間訪問者の

40.8 倍

クリック獲得!!

Yahoo! リスティング広告

平均クリック単価：228 円

月間クリック数：750

月間広告費用：171,000 円

広告費に換算すると

$228 \text{ 円} \times 1,020 =$

232,560 円分

クリック獲得!!

キーワードサジェスト対策 (20 日表示)

加齢臭 消臭 クリニック名 689 クリック

20 日間合計 689 クリック

30 日換算で 1,020 クリック

キーワード 加齢臭	SEO		Yahoo! リスティング広告		キーワード サジェスト	
日/月	1日	30日	1日	30日	1日	30日
クリック数	0.8	25	25	750	61	1,020

キーワードサジェスト対策で

月間アクセス数が約 131% アップ!!