

今回より、約30回に渡って、リステイング広告（ホームページ上への有料広告）の効果的な活用方法について、基礎の基礎から分かりやすく伝えていく。

宿泊施設のHPを運用する上で、HPへの訪問数を増やし、HPからの予約を増やすことは常に頭から離れない重要なテーマである。そのために、ヤフーや

## 徹底集客

### インターネット 第102回

グーグル検索で上位表示を狙うSEO対策や、リステイング広告を実践している施設も多いことと思われる。

しかし、これらの対策や広告を効果的に活用するためには、幅広い知識と経験、そして運用のための多大な時間を要する。施設に適切な人材がいない場合は、専門業者に対策や運用代行を

依頼することも一つの方法であるが、この場合も施設側がある程度の基礎知識を有していることが、より効果を発揮するためには必要である。

そこで、次回よりリステイング広告について、全くの初心者でも運用を増やせるように、ある程度の運用しないまでも専門家をうまく使えるに足る内容を

リステイング広告でよく利用されるのは、ヤフー

ロモーション広告とグーグルのアドワーズ広告である。その中でも本コラムでは、主にヤフーフロモーション広告の一つであるスマートフォンサーチ広告（検索

## リステイング広告を始めてみよう

連動型広告）について解説し、必要に応じてアドワーズ広告についても紹介していきたい。

紙面の都合により、マニュアル的な詳細は記載できないので、あくまでもポイントの解説とし、具体的な方法については、ヤフーフロモーション広告のヘルプや公式ラーニングポータルサイトなどを参照していただきたい。

また、リステイング広告の効果を実測するためには、アクセス解析も重要である。そこで、グーグルアナリティクスでの効果測定の方法についても解説していく。

やはり方次第で、予約増加の大きな効果を発揮するツールである。ぜひ次回からのコラムを楽しみにしていただきたい。

（株式会社アピリティコ  
ンサルタント 的場弘明）

隔週掲載