

今回はPPC広告のコンバージョン(CV)の計測方法について解説する。C方法は多いので、一度確認してPPC広告の成果を判定する重要な指標である。

PPC広告経由でHPを訪問したユーザーが予約システム、あるいは予約フォームから予約申し込みを行い、予約完了のページ、いわゆる「サンクスページ」が表示された場合に、CV

インターネット 第109回 徹底集客

インターネット 第109回

としてカウントする。

PPC広告の管理画面から、専用のCVタグを取得し、このタグを「サンクスページ」に設置することによりCVの計測が可能となる。これを行わないと、PPC広告を実施しても、広告から来たお客さまが最終的に予約をしたかどうかという一番大事な点がか

る。月単位でPPC広告の成果を集計している場合、前月のCV数が集計後に増えることもあるので、注意が必要である。

PPC広告を開始した後は、まず広告が表示されているかどうかを確認し、次は広告がクリックされているかどうかを確認する。そして予約(CV)が獲得できるようになったら、多くのCVを獲得すること、すなわちCV率(CVR)を上げることがPPC広告本来の目的である。

CVRは転換率ともいい、クリック数に対して予約が成立する確率であり、CVRを上げることが多くの予約獲得につながる。CVRを向上させる視点や戦略的な取り組みについては、後の回で説明することとする。乞うご期待。

(株式会社アブリティオンサルタント・株式会社プライムコンセプト 的場弘明) 隔週掲載

コンバージョンの計測方法