

今回はコンバージョン数を増やすためのキーワードの設定について解説する。

第100回「キーワードの選定とマッチタイプ」において、最初はなるべく多くのユーザーに検索しやすく、類義語を含む「部分一致」をおすすめした。しかし、インプレッションは多くなかせるが、「部分一致」の場合は、予期しない検索語句でも広告が表示されて

インターネット 第120回 徹底集客

しまつことがある。例えば、「○○温泉」「○○温泉旅館」というキーワードの場合を想定する。「○○ランキング」「○○温泉源泉かけ流し」など、登録したキーワードとは異なる検索語句でも広告が表示される。「部分一致」は登録したキーワードの一部が含まれている場合や類義語で検索された場合に広告が表示されるからである。

では実際にどのような検索語句で検索された場合に広告が表示されているか。設定したキーワードの検索エリーを表示してみる。驚くほど関係がない検索語句でも広告が表示されていることが分かる。今まで、クリック率が高いキーワードだと考えていたキーワードが実は、想定しているワードが実質、設定した検索語句の場合に広告が表示されていた、という点である。これが「部分一致」を設定した場合に注意しなければいけない点である。では、どのようにしたらよいであろうか。一つは、広告が表示されてほしくない検索語句を、「除外キーワード」として登録することである。先の例では、「ランキング」「源泉かけ流し」を登録する。この際注意する点は、「除外キ

ワード」にもマッチタイプがあり、「部分一致」を指定すると、今度は表示してほしい検索語句の場合でも広告が表示されないことになってしまう場合があることである。マッチタイプは「ブレイズ一致」に設定しておくとよい。

また、「○○温泉 求人」「○○温泉 地図」など、広告を表示させたくない語句との組み合わせについては、あらかじめ「求人」「地図」を除外キーワードとして登録するとよい。

「部分一致」に慣れてきたら、「ブレイズ一致」や「完全一致」も利用してみよう。広告が表示される回数は減少するが、無駄なクリックを防ぐことができる。有効なクリックが増える、結果的にはコンバージョン率が向上するので、コンバージョンを増やす効果がある。

(株式会社アビリティコンサルティング・株式会社ブライムコンセプト 的場弘明) 隔週掲載

PPC講座<運用管理④>