

第6章 Web広告を出す前に

Web広告を使って集客を考えているのなら、まずはGoogleとYahoo!のリスティング広告から始めましょう。

クリック費用を最小化に抑え、なおかつ成果を出すためには「ミドルキーワード」と「スモールキーワード」から選ぶことをおすすめします。

例えば「40代の婚活パーティー！渋谷で開催！」という広告を出します。検索するユーザーの気持ちになりきり、キーワードを考えてみますと…

「40代 婚活パーティー」

といったミドルキーワードが想像されます。また、

「40代 婚活パーティー 渋谷」

というような、スモールキーワードでのより具体的な検索の可能性もあるのです。「婚活パーティー」だけのビッグキーワードの方がもちろん検索回数は多いのですが、場所や年齢などを踏まえて検索したい人のマインドとは合致しないのです。

そしてビッグキーワードの場合、表示回数が多いですが、ユーザーのマインドと合わずクリック回数が低下して、結果として品質スコアも低下するので、1クリックあたりの費用が高くなってしまいます。

クリック率を上げるためにも、ユーザーの検索意図に合った「ミドルキーワード」と「スモールキーワード」を選ぶようにしましょう。さらにクリック率を上げるために…

- ・ユーザーが入力したキーワードを広告文に含める
- ・ターゲットを「はっ」とさせ、気を引く広告文にする

さらにクリックした先のランディングページは、キーワードと関連性の強いページにしてください。「40代 婚活パーティー」で検索しているのに、ランディングページが全年代や全地域の婚活パーティーのトップページだった場合、そこから40代向けのページや近隣の地域を探す前に、離脱してしまうユーザーが多いのです。

大切なのは、「ユーザーの検索キーワード」「広告文」「ランディングページ」の3つの関連性なのです。

以上を踏まえ、お客様のWebサイトがリスティング広告を出す場合、どのようなキーワードがいいのか、どのような広告文が効果的なのかをご提案させていただきます。

貴社のWebサイトを分析！

※ここには分析結果が表示されます。