

もう何ヶ月もネット広告を続けているけど

「売り上げ」も「問い合わせ」も

全然増えないと

お困りのあなたへ



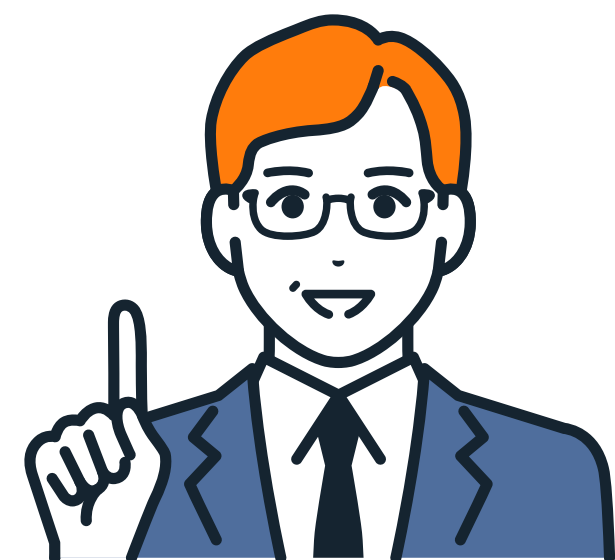
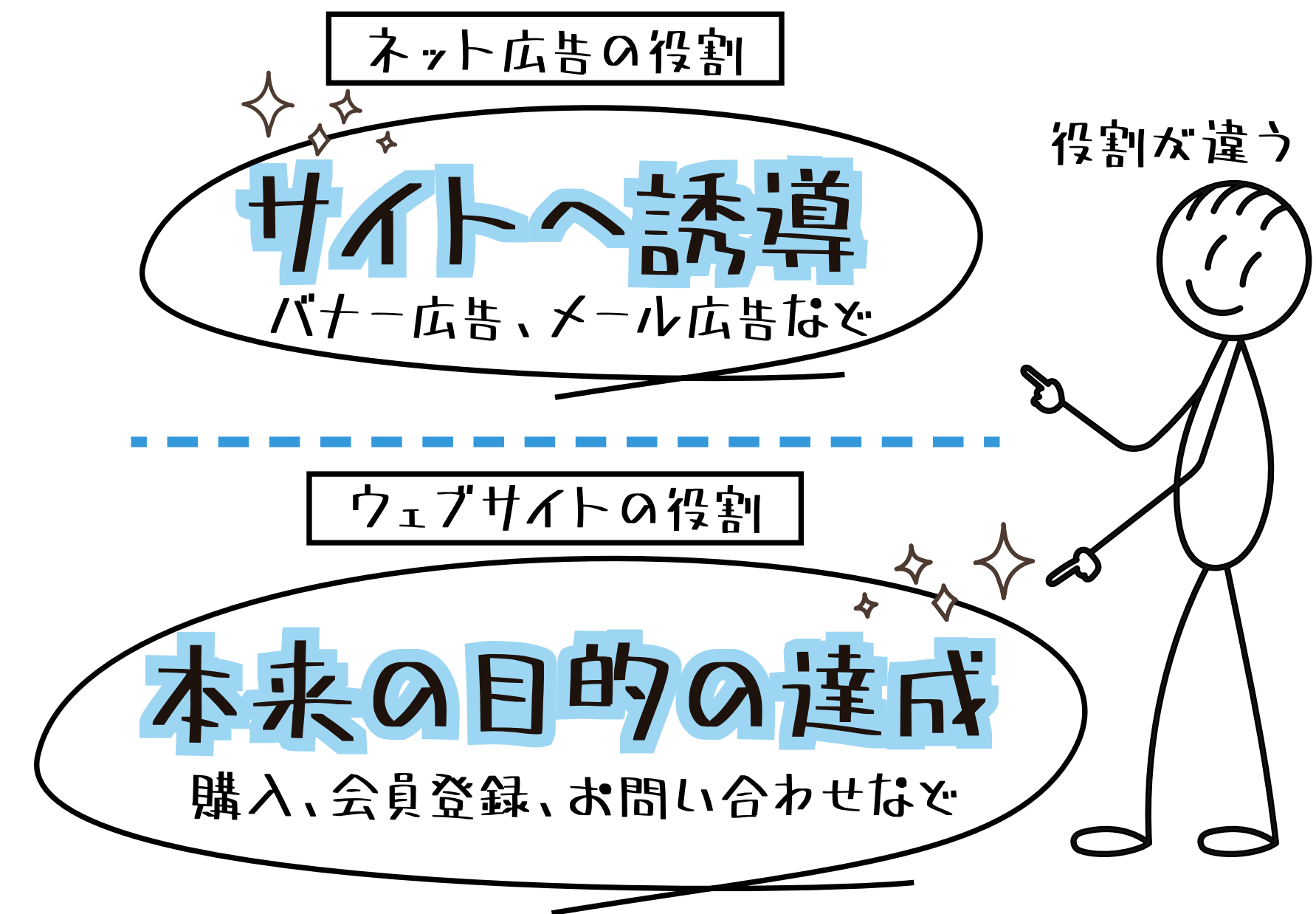
あなたのサイトはこんなことになっていませんか

ネット広告を運用して
「アクセス」はかなり増えたのですが、
「売り上げ」「問い合わせ」は
あんまり変化していない。



その原因は、ネット広告以外にもあります！

「ネット広告の運用」は、広告だけを運用していても思うような成果は得られません。
なぜなら**ネット広告の役割は、クリックした人をあなたのウェブサイトへ「誘導」すること。**
訪問者があなたのサイトに辿り着いたところでネット広告の仕事は終わりです。

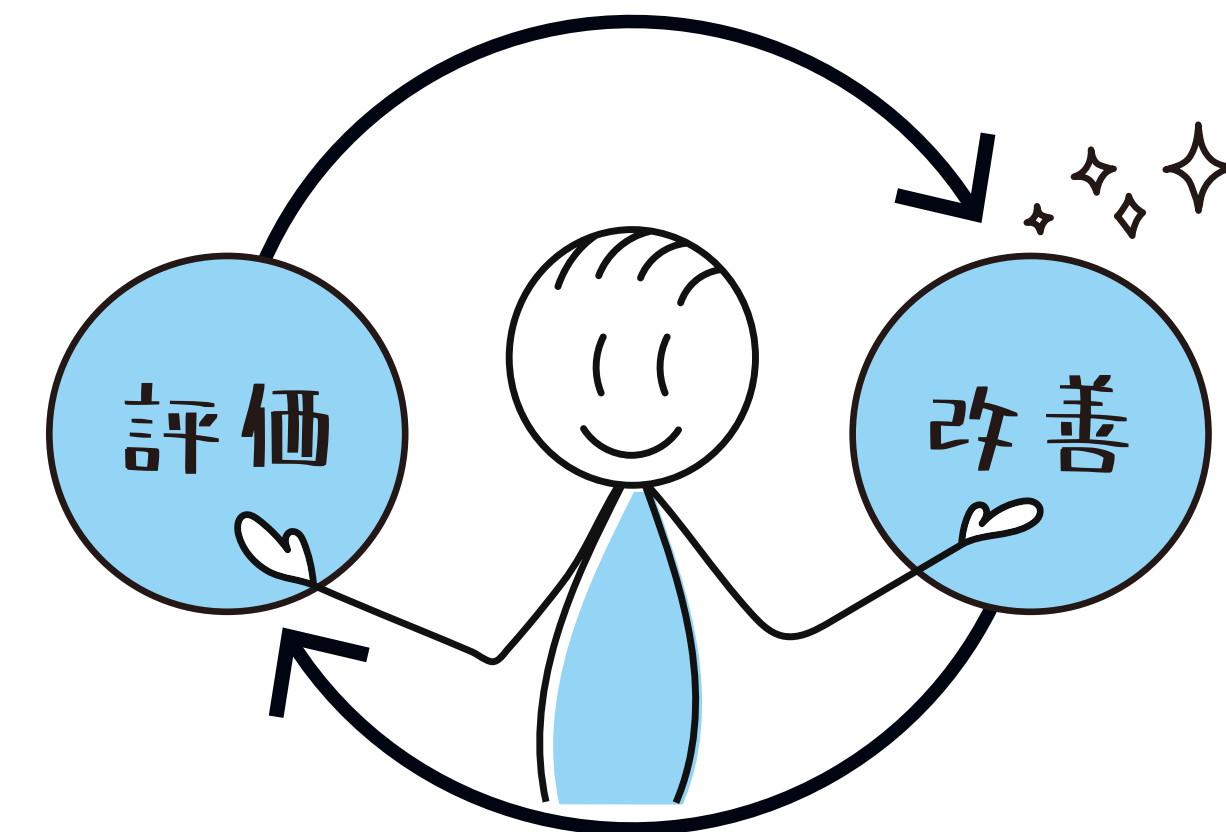


目的の達成へはウェブサイトの内容が鍵となります
離脱されないウェブサイトを目指しましょう。

広告とウェブサイトの最適化を繰り返す

ネット広告は、そのままでは目的達成を期待できません。リンク先のサイトの評価・改善を継続的に行い最適化を繰り返すことが重要です。

「広告」と「サイト」



何度も繰り返し最適化

重要なのは、評価、改善を繰り返す「最適化」なのです。

ひとつでも当てはまる方は要注意！

Case 1



お客様の声

広告のリンク先が
トップページだと
探す手間が
かかるな。

Case 2



お客様の声

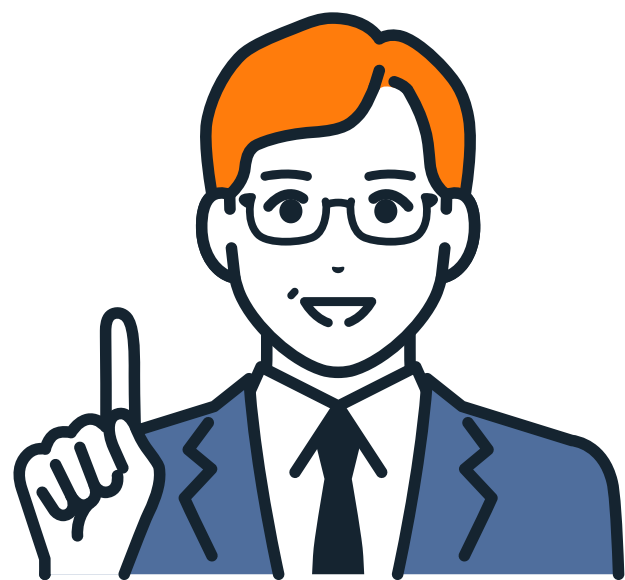
バナーの内容と
リンク先の内容が
違うので離脱
しました。

Case 3



WEB 担当者の声

ネット広告を
始めてからは
サイトの改善は
してません



このままでは、ネット広告の運用を
どれだけ頑張っても成果は得られません！

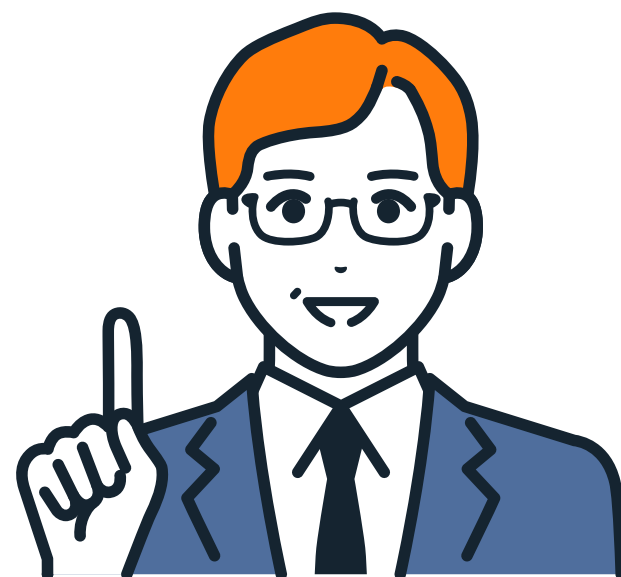
ネット広告で成果を得るには

広告運用開始前

- ① ネット広告を始める前の下準備（企画・サイト構築）
- ② ネット広告の適切な運用

広告運用開始後

- ③ ネット広告とウェブサイトの評価・改善



以上の3つをしっかりと実行することが必要です。

① ネット広告を始める前の下準備

企画

- ・ネット広告の目的と目標を明確にする
- ・目標の達成に必要な広告の内容を考える
- ・広告のリンク先のページに必要な内容を考える

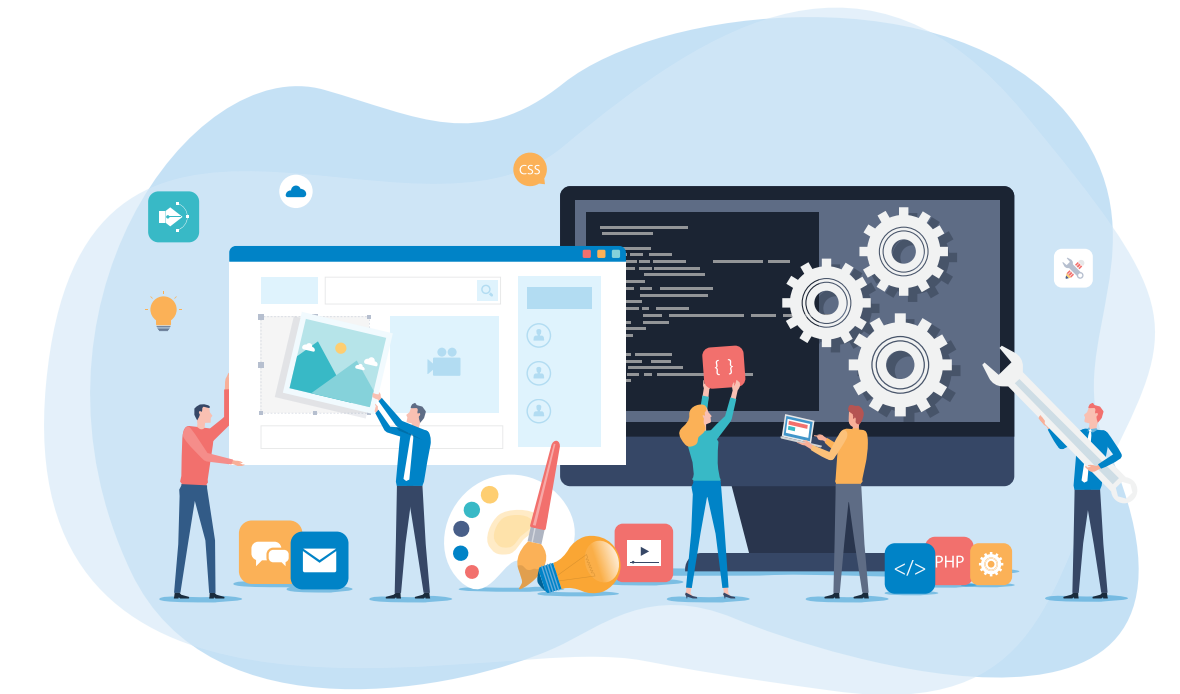


例えば、広告を使って売り上げを伸ばしたい商品・サービスがあるとして。では、その商品・サービスが掲載されているページは、広告をクリックして訪問してくれた方が「商品を買おう！ or サービスに申し込もう！」と思えるページになっていますか？訪問者をしっかり想定して、興味や関心に即したページに改善するか、訪問者用の興味や関心に即した特設ページの制作が必要です。

① ネット広告を始める前の下準備

サイト構築

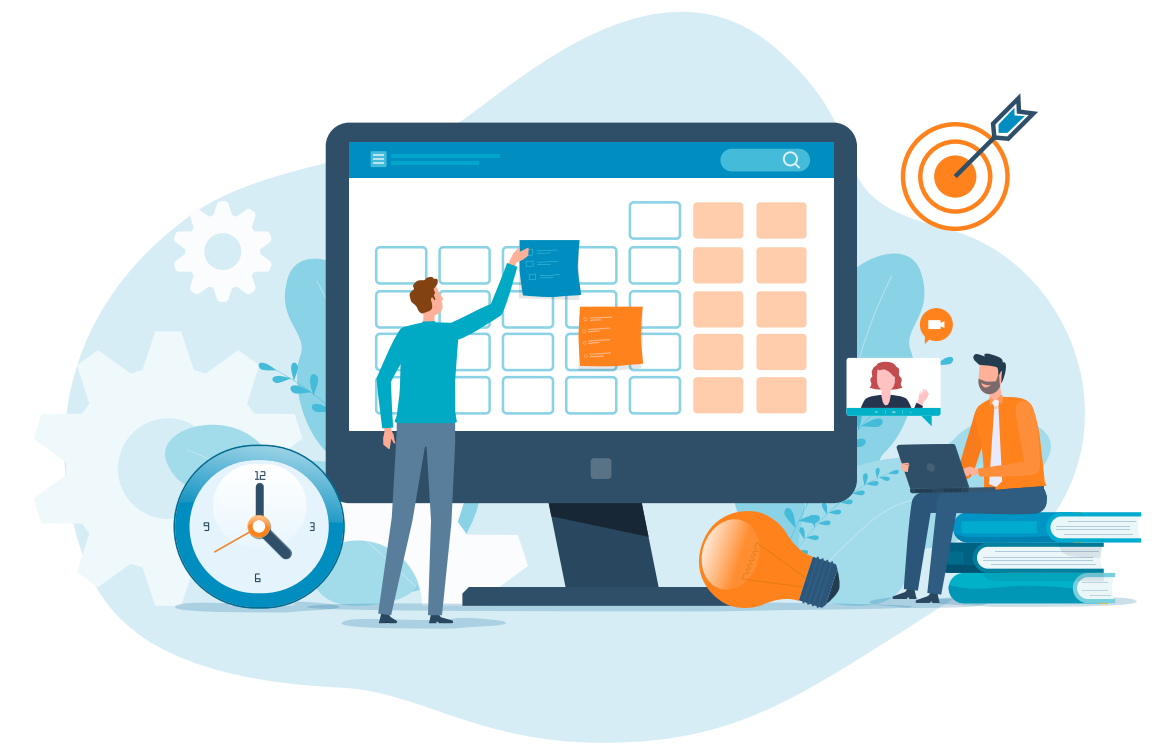
- ・ウェブサイトのデザイン、コーディング
- ・GoogleアナリティクスやGTMなどの解析タグの設置
- ・A/Bテストなどによる比較検討



広告からの訪問者をお迎えするために、広告のリンク先となるページを最適化しましょう。メッセージや画像、全体の構成も大事ですが、訪問者が理解してくれているか、満足されているかを知るためには、アクセス解析の実行を忘れてはなりません。**Googleアナリティクスなどの解析サービスを連携しておくことはもちろん、Googleタグマネージャー（GTM）などで解析タグを設定することで、訪問者の行動をより細かなところまで把握しておけば、その後の③「ネット広告とウェブサイトの評価・改善」**に大変役に立ちます。

② ネット広告の適切な運用

- ・ 広告の目的やターゲットに応じたキーワード、配信地域などの選定
- ・ リンク先のページと同期した広告文、バナー画像の作成



「① ネット広告を始める前の下準備」で用意したウェブサイトの内容を踏まえて、ネット広告の設定を行ないましょう。例えばGoogle広告の場合は、広告文やバナー画像の作成が自動化できますが、機械学習による自動生成では、本来の目的に沿った広告にならない場合が多いので、手間を惜しまず、手動で広告文やバナーを作ることをお勧めします。

③ ネット広告とウェブサイトの評価・改善

広告管理画面から広告運用のレポートを見ると、

- ・どの程度クリックされているのか
- ・どの地域で見られているのか
- ・どの年齢層の方が見られているのか



などなど、さまざまな情報が得られます。しかし、広告をクリックした後の、ウェブサイトに来られた訪問者の行動も、詳しく知る必要があります。訪問者は、リンク先のページを読んでいるのでしょうか？商品購入や申し込みを行なわなかった方は、なぜ行なわなかったのでしょうか？それを知るには、**「① ネット広告を始める前の下準備」で行なったアクセス解析の設定が役に立ちます。**

③ ネット広告とウェブサイトの評価・改善

評価

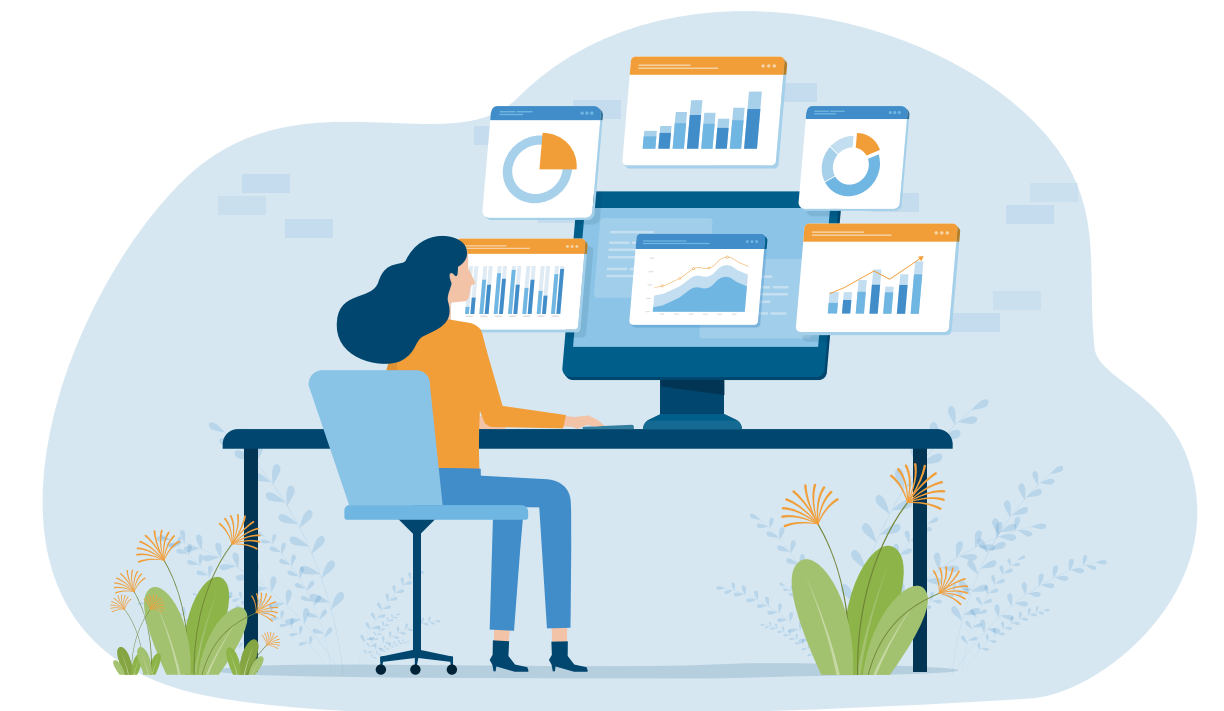
- ・サイト解析によるネット広告の効果の解析
- ・GTMなどによるスクロール率、コンバージョン数の解析
- ・A/Bテストなどによる比較検討の結果の確認
- ・キーワードの選定、広告文、バナー画像の改善提案
- ・リンク先の内容の改善提案

解析結果を見ると、訪問者のうち、「ページにたどり着いたが、全く読まずに離脱している」という人が最も多いことがわかり、その次に多いのが、「ページを最後まで読まずに途中で離脱している」という人だということがわかったとします。では、「全く読まずに離脱している」訪問者が離脱する原因は何でしょうか？「途中で離脱している」訪問者が離脱する原因は何でしょうか？原因を探り、その解消法を考え、実行することで、広告効果を改善します。

③ ネット広告とウェブサイトの評価・改善

改善

- ・キーワードの選定、広告文、バナー画像の修正



例えば、「全く読まずに離脱している」訪問者が離脱する原因として、「広告のリンク先ページの内容が、広告で期待したものと違う」場合があります。クリックされた際に検索しているキーワードや掲載ページなどから、訪問者の意図を推測し、その意図に沿った内容にページを改善します。広告のキーワードも、より対象としたい訪問者へと絞り込むための調整を行います。

③ ネット広告とウェブサイトの評価・改善

改善

・リンク先の内容の修正



「途中で離脱している」訪問者が離脱する原因としては、**「離脱している場所に分かりづらい/関心を薄めてしまう情報がある」**場合があります。アクセス解析でページのスクロール率を見ながら離脱しているポイントを探り出し、内容に問題がないか検討して、改善を行ないます。

③ ネット広告とウェブサイトの評価・改善

改善

・再度A/Bテストなどによる比較検討

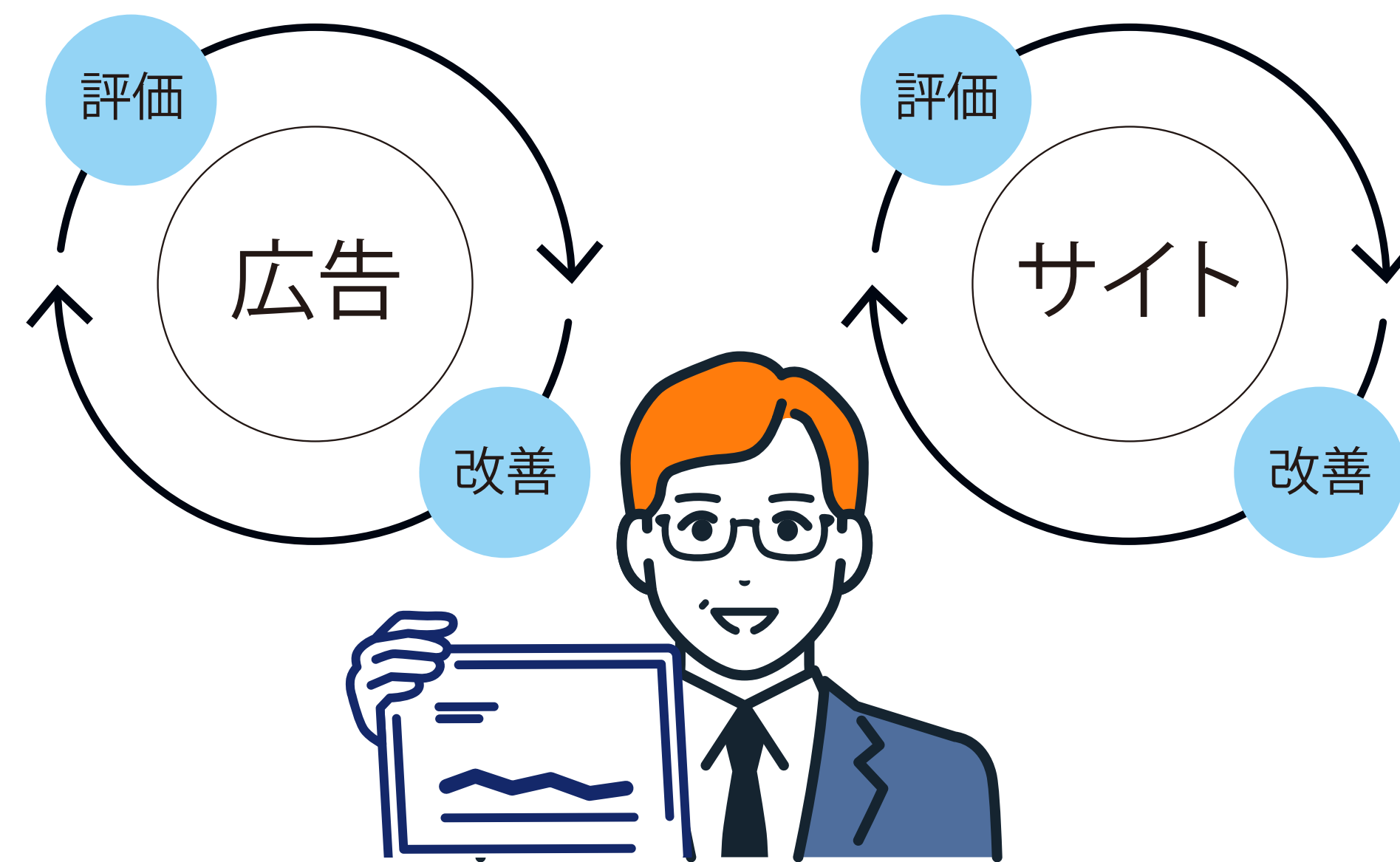


いずれも仮説ですが、サイトを改善するためにはまず仮説を立てることが重要です。いくつかの仮説を立てられる場合は、A/Bテストによって、複数の改善案を同時に実行して、訪問者の行動を比較します。仮説が正しいかどうかは、実行してみないことには分かりません。ですから、「仮説を立て、実行し、検証する」を繰り返すことで、広告とウェブサイトを徐々に改善していくのです。

評価・改善を継続的にを行い、 最適化を繰り返すことが大切です。

改善は「1回やれば終わり」
ではありません。

広告効果を上げていくためには、
ネット広告もウェブサイトも、



評価・改善のサイクルをしっかりと回して
ネット広告を最大限に活用しましょう！

わたしたちが、ネット広告運用の
お手伝いをします。

「LINE」または「メールフォーム」からご相談ください。



LINE

LINE チャットで相談する



メールフォームで相談する



Planning ROCKETS