

PPC広告

赤字にならない方法



【Blog】<http://happy-boo.seesaa.net/>
アフィリエイトで月収50万目指す！

田中 順子 (ジュジュ)

著作権について

「 PPC 広告 赤字にならない方法 」は著作権法で保護されている著作物です。
本書の取り扱いには以下の点にご注意ください。

本書の著作権は、 **田中順子** にあります。

田中順子 の書面による許可無く、本書の一部または全部をあらゆるデータ蓄積手段（印刷物、電子ファイル、ビデオ、テープレコーダー等）により、複製、流用及び転載、転売（オークション含む）する事を禁じます。

第1条：禁止事項

本書に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。

甲は本書から得た情報を乙の書面による事前許可を得ずして出版、講演活動及び電子メディアによる配信により一般公開することを禁じます。

特に本ファイルを第3者に渡す事は厳しく禁じます。

甲は自らの事業、所属する会社及び関連組織（販売店・代理店等）においてのみ本書に含まれる情報を使用できるものとします。

第2条：責任の範囲

本書の情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても乙は一切の責任を負いません。

では、さっそくですが、PPC広告を出すためのポイントをお話します。
PPC広告を出している方にむけて書いたものです。

PPC広告は、売る商品を決めてからだします。
ホームページのTOPとか、ブログのTOPのURLでの誘導はしません。

意味を間違えると、赤字になりますので注意してください。

商品ページのURLにPPC広告をかけます。

まず売りたい商品をASPで探します。
その前に、最初にPPC広告をかけてみようと思うものは、物販アフィリエイトにしてください。
情報商材アフィリエイトはほとんど審査が通りません。

物販アフィリエイトのASPから商品を選んで出します。
もちろん、ドロップ SHIPPINGの商品からでも選んでいいのです。

【商品の選び方】

ASPで商品を探す場合、必ず、広告主の説明は読んでください。

リ스팅広告の禁止

弊社名・サービス名等でのリ스팅広告入札を禁止します。

このような説明があるときは、PPC広告はだせません。
違反すると、広告主との提携を解除されますので注意してください。

PPC広告に商品をだすときは、赤字にならないように考えなければいけません。

PPC広告に出すためのASP商品を選ぶ目安としては、
商品報酬単価が、だいたい500円からのものを選びます。

価格の何%が成果報酬と書いてあるものでも、商品価格を計算して、
だいたい500円以上なら私はPPC広告をかけます。

商品のジャンルはなんでもいいです。

とにかく、商品を探すときは、リスティング広告を出してもいいか、報酬単価はどのくらいを見
ます。

【PPC広告の出し方】

売れ筋商品をPPC広告にかける場合は、キーワードによっては入札単価が高く、商品の品
切れや、クリック数だけ多くてPPC経費がかさむ場合が多いので、私はあえて人気商品はP
PC広告にはかけません。

売れ筋商品はこちらを参考にしてください。(あくまでも参考にしてください)

楽天の商品ランキング

<http://event.rakuten.co.jp/ranking/>

Yahoo 検索窓で、これらの商品を調べると、たくさんのライバルがいます。
それだけ売れる確率が高いと言う証拠にもなりますが、慎重に考えてください。

Yahoo 検索窓

<http://www.yahoo.co.jp/>

はい！ここまでで、あなたがやったことは？

よ～く、考えて～……

人気商品を Yahoo 検索窓で調べましたよね？

調べましたか？

どうやって調べましたか？

なんという言葉を検索窓に入れましたか？

たぶん、「**商品名**」を入れたと思いますが、どうでしょうか？

商品がほしいと思う人は、「商品名」を入れて検索をします。

ここが重要ですよ。

PPC 広告はキーワードを購入すると思ってください。
余計なキーワードで PPC 広告を出してしまうと、赤字になります。

もし、この商品名を、例えば、「 とは」というキーワードになると、
調べ物になります。

調べるためだけのキーワードです。

PPC広告は、**自分が出した商品を調べられては困るのです。**

ということわかりますか？

“調べる”ということは、まだ購入意識がないということです。

PPC広告は、購入していただくために出しているものです。
アクセスだけの目的だと、赤字になりますよ。

PPCで成約が取れないという理由

1、キーワードの選び方に問題がある
2、もともとその商品自体に人気がない
3、ライバルが多すぎて、PPC広告順位が下位

1、キーワードの選び方に問題がある

PPC広告でのキーワードの選び方は、
商品の購入を目的にするキーワードを考えて出します。

最初は、1商品にかけるキーワードは1つでも2つでもいいのです。
まず、最初に「**商品名**」でPPC広告にかけます。
その商品が売れたら、キーワードを少しずつ増やします。

何度も言うようですが、調べ物にならないようなキーワードを考えてくださいね。

2、もともとその商品自体に人気がない

商品自体に人気がない場合でも成約は取れません。
クリックされていなければ、広告費はかかりませんので、そのまま広告を出しておきます。
突然、売れ出すこともあります。

私も、経験がありますが、その商品は今まで1ヶ月に2万円くらいの報酬なのに、10万円になったことがあります。
何が起るかわからないのです。

クリックだけで成約が取れない場合は、オーバーチュア管理画面で、提携表示OFFにしておくことも出来ます。
この辺は、やってみてコントロールしていくしかありません。

3、ライバルが多すぎて、PPC広告順位が下位

PPC広告を出している商品キーワードでライバルが多いのは、売れています。
ただ、PPC広告にも順位がありますね。

昔と違って、広告単価を上げると、順位が上がる仕組みではありません。
オーバーチュアが変わってから、儲けられなくなったという話を聞いたことがあります。
たぶん、今まで広告単価を上げて上位表示させていた方は、順位を落とされたからでしょう。

今は広告の質がよいものが上位になるようになっていきます。
つまり、広告単価を安いものに設定しても、順位が上がる可能性があるということです。

【商品の出し方】

まず、1つASPから商品を選びます。

例えば、『ピリーズブーツキャンプ』
成果報酬が1400円だったかな？

自分が1日にどれだけ広告費をかけられるか考えてみてください。
500円しか支払いたくなければ、1クリック9円に設定したら、55回クリックされたらOFFになります。

もし、その55回のうち、1つでも成約があれば、

1400円 - 500円 = 900円

900円の儲けになります。

じゃあ、キーワードを増やしてみますね。

- ・ピリーズブーツキャンプ 9円
- ・ピリーキャンプ 9円
- ・ピリーエクササイズ 9円
- ・軍隊体操 9円
- ・ぶんぶんエクササイズ 9円

それぞれ、9円で広告を出すとします。

すべて1クリックされたら、それだけでも45円かかることになります。

500円で設定されていたら、各10回クリックされたら広告表示がOFFになってしまいます。

それでも、その中で成約が取れば問題はありません。

だから、1商品のキーワードを増やすと、それだけ分散されるため、リスクも大きくなるということ

も頭に入れておかなければいけません。

私の場合は、1個の商品に対して、1日の広告費を決めていません。

PPCに出している商品は、100近くあると思いますが、それらすべてで1日に払う金額を決めています。

慣れるまでは、商品の数を少なくして自分で管理できるようにしたほうがいいでしょう。

【 PPC 広告の順位は？ 】

PPC 広告を出すとき、1位になれば、確率から言うとやはりクリック率はいいです。

でも、1位だけが売れているわけではありません。

2位とか、3位、5位でも売れるときは売れます。

だから、あまり「1位にならない」と悲観する必要はありません。

実際に、私が出しているもので1位のものはほとんどないでしょう。

でも、売れていますよ。

1つの商品にこだわるのではなく、いろんな商品をたくさん出すといいです。

順位が落ちてでも売れるものは、キーワードを追加してみることも考えます。

キーワードを追加するときでも、先ほど言ったように、購入に結びつくようなキーワードを考えます。決して調べるときに使う言葉にはしないように。

複合キーワードとか、間違いキーワードを使ってキーワードを追加します。

【P P C用のブログの作り方】

ブログは無料ブログでも、P P C広告を出すことは出来ます。
ただ、無料ブログだと、時々メンテナンスがあったりすると、表示されなくなりますね。
それを知らずにいたら、クリック単価だけ支払うことになります。

私はMTブログ(ムーバブルタイプ)でP P C広告を出しています。
サイトも作っていますが、時間がかかるため、MTブログでサクサク作っています。

例えばこれ

 **チョコレート石鹸 ETEC**

チョコレート石鹸 ETEC(イーテック)

[1つ、1つ、手作り、愛情いっぱい石けんです](#)



chocolat de bain www.cosme-etec.jp
☆☆☆☆☆☆ 100%素肌☆☆☆☆☆☆

chocolat de bain

[素肌美人って言われたい](#)

原料にこだわった天然100%純石鹸です。



chocolat de bain
www.cosme-etec.jp

価格: **2,940円**(税込)

ページはこんな感じで作ります。
これは、記事画面だけをキャプチャーしたものです。
ブログは右サイドバーが付いています。

これだけ？と思うかもしれませんが、
でも、これだけです。(;^_^A あせあせ

ポイントは、

- 1、記事タイトルに、商品の名前を入れること。
- 2、書き出しにも商品の名前とリンクを入れること。
- 3、スクロールしないように記事を収めること。
- 4、薬事法に反しないもの、広告主の規定された文章を入れること
- 5、誇大表現はしないこと

ほとんど文章がなくても、売れる物は売れます。

なぜだと思いませんか？

そういう仕掛けにしているからです。

PPC広告をかけるときに、商品名を入れましたね？

商品名を知っている人が検索してきているわけですので、あなたの文章は必要ないのです。
余計な文章を書いて、迷わせてはいけません。

キーワードのかけ方で、記事の作り方も多少違ってくると思います。
保険の資料請求をしてもらおうと考えるなら、キーワードは何にしますか？

保険と一言でいっても、いろんな保険があります。
PPC広告を出すときは、保険の種類まで絞らなければ、広告費はかかります。

例えば、あなたが「住友生命の保険の資料請求をしたい」と思って、「資料請求」と検索窓にキーワードを入れてもものすごくたくさんのサイトが出てきますね？
どれを選んだらいいのか迷います。

では、次に、複合キーワードをかけますね。
「保険 資料請求」

これでも、いろんな保険の会社があるわけです。
生命保険だけでなく、ペット保険まで出てくるかもしれません。

だから、「**どこの保険の資料請求がしたいか**」を考えるのです。

「住友生命 資料請求」

これだと、望んだ住友生命の資料請求のサイトが出てきます。
そうになったら、ほとんどの場合、住友生命の資料請求がされます。

「生命保険 資料請求」だと、生命保険会社はたくさん出てきます。
せっかく、住友生命にしようとしているのに、ここで迷いますね。

PPC広告は相手が望むキーワードで、
検索エンジン上位にすると物が売れる仕組みになっているのです。

もちろん、すべてではありませんが、広告に出すもののキーワードを絞った方が、広告費も最小限に抑えて成約も取れます。
だから、PPC広告を出すときは商品名を入れること。
複合キーワードにしても、商品名は入れることです。

【おまけ】

PPC 広告を出すページにアドセンスは貼らないようにしてください。
オーバーチュアの審査に落ちます。
一度落ちると、次の審査になかなか受かりません。

一度落ちてしまって何がいけないのかわからないときは、
オーバーチュアに直接電話して聞くといいです。
オーバーチュアの審査は人間がしているようです。^^
親切に教えてくれるらしいので電話してみるといいです。
メールだと、決まりごとしかいいませんので。

「PPC 広告赤字にならない方法」をお読みいただきありがとうございます。

かなり、ポイントを言ったつもりですけど、参考にしてみてください。

やったことがない人は、オーバーチュアに登録して管理画面に慣れることが最初です。
少しポイントを頭の片隅に入れておくと役立つと思います。

田中順子こと、ジュジュでした。(o^-^o) ウフッ