

コンバージョン単価を下げたい場合

A.
CPCを下げる

CPCの高い流入をへらす

競合が少ないキーワードを追加
複合キーワードを追加
キーワードの入札単価を個別に調整
デバイスごとの入札単価調整
ユーザー属性(年齢・性別)ごとの入札単価調整
スケジュール(時間帯・曜日)ごとの入札単価調整
地域ごとの入札単価調整
オーディエンスごとの入札単価調整

広告品質を改善する

キーワードと広告文の関連性を高める
ランディングページの利便性を改善する
CTRを上げる

CVRの高い流入を増やす

CVクエリの追加
マッチタイプの変更
リターゲティングの実施
RLSAの設定

CVRの低い流入を減らす

除外キーワードの設定
キーワードの停止
キーワードの入札単価を個別に調整
デバイスごとの入札単価調整
ユーザー属性(年齢・性別)ごとの入札単価調整
スケジュール(時間帯・曜日)ごとの入札単価調整
地域ごとの入札単価調整
オーディエンスごとの入札単価調整

ランディングページ改善

ファーストビューの変更
ヒートマップの導入
ボタンの配置・色の変更
コンテンツの見直し(追加・削除)
入力フォームの改善(項目を減らす等)
読み込み速度の改善

コンバージョンのハードルを下げる

価格・特典等のオファーを見直す
マイクロコンバージョンの導入
無料メルマガ等でファンクション挟む

- 広告グループのテーマを絞り込む
- 出稿キーワードを見直す
- 出稿キーワードを広告文に含める
- リンク先ページと広告文・キーワードの内容が合致しているか確認

- 有用性の高いコンテンツ作成
- サイトの信頼性を高める
- 各デバイスでの操作性を改善
- 読み込み速度の改善

- 広告文を改善する
 - ・訴求軸を変える
 - ・具体的な数値を入れる
 - ・キャッチーな単語を入れる
 - ・ABテストを行う
 - ・主要キーワードを含む
- 広告表示オプションを設定する
 - ・サイトリンク表示オプション
 - ・コールアウト表示オプション
 - ・構造化スニペット表示オプション
 - ・電話番号表示オプション
 - ・リードフォーム表示オプション
 - ・住所表示オプション
 - ・価格表示オプション
 - ・アプリアンク表示オプション
 - ・プロモーション表示オプション

B.
CVRを上げる

CPA : コンバージョン単価
 CPC : クリック単価
 CTR : クリック率
 CVR : コンバージョン率
 RLSA : 検索リマーケティング