

# コンバージョン数を増やしたい場合

RLSA : 検索リマーケティング  
 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

**A.**  
CVRを上げる

- CVRの高い流入を増やす
  - コンバージョンしたクエリの追加
  - 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

**B.**  
クリック数を増やす

- CTRを上げる※
  - 広告文を改善する
  - 広告表示オプションを設定する
- IMPを増やす
  - IMPシェアを高める
  - ターゲットを拡張する

- 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

- 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
- アプリリンク表示オプション
- プロモーション表示オプション

- 予算を上げる
- 入札単価を上げる
- 地域を絞り込む
- 広告品質を改善する
  - ① キーワードと広告文の関連性を高める
    - ・ 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
  - ② ランディングページの利便性を改善する
    - ・ 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
  - ③ CTRを上げる※

- 新規キーワードの追加
- マッチタイプの拡張
- 地域を広げる
- スケジュール(時間帯・曜日)を広げる
- ユーザー属性(年齢・性別)を広げる