

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