

EC売上UPの虎の巻

Yahoo!ショッピング

ーアイテムマッチ広告

メーカーアイテムマッチ・アイテムマッチ広告

検索キーワードに連動して表示される広告です。商品やキーワードごとにCPCを設定することで、商品購入につながりやすいアクセスを獲得することが可能です。

概要

表示箇所イメージ

広告仕様

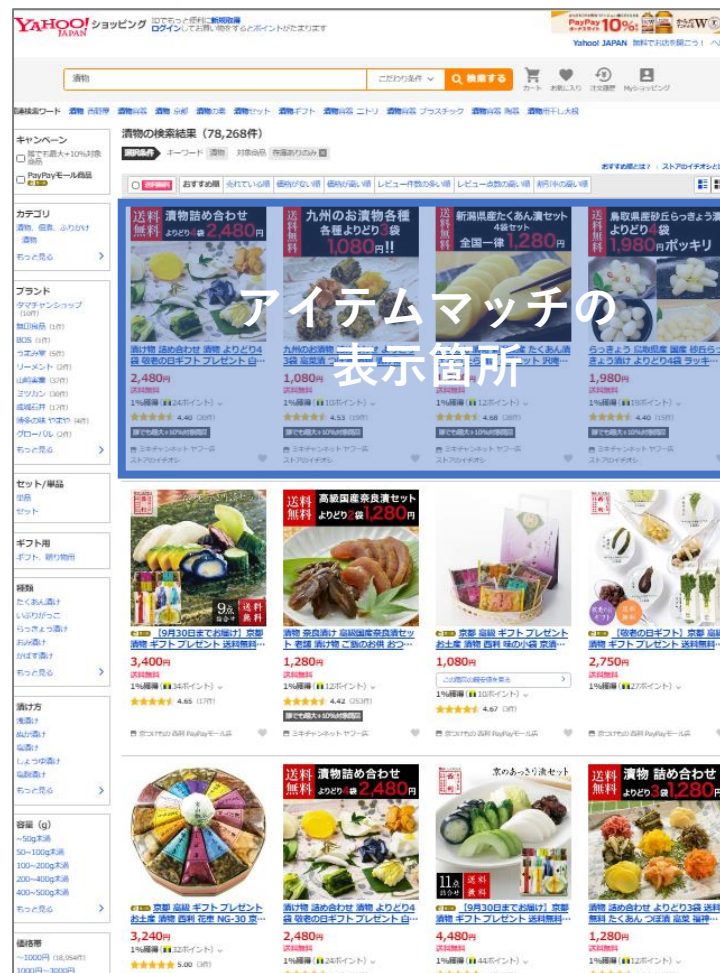
検索キーワードに連動して、検索結果の上部に表示される広告

期待できる効果

- 検索キーワードに連動して表示されるため、購買につながりやすい
- ECモールで最初に攻略すべき広告と言える

必要な作業

- 対象商品ごとにCPCを設定
- キーワードごとにCPCを設定



CPC調整の考え方

検索キーワードに連動して表示される広告です。商品やキーワードごとにCPCを設定することで、商品購入につながりやすいアクセスを獲得することが可能です。

最低限の価格で設定



- **まずは設定できる加減予算で設定**
 - 徐々に引き上げる前提で設定する

効果測定の確認

キーワード	消費額	広告売上	ROAS
A	100	600	600%
B	200	1000	500%
C	400	40	10%

- 効果測定を確認
- 売上が上がっている商品やキーワードのなかで、**自社の基準に対し、ROASが高いもののCPCを引き上げる**
- **ROASが低いものはCPC引き下げ、除外を検討する**

商品・キーワードCPC調整

キーワード	消費額	広告売上	ROAS
A	100	600	600%
D	200	2000	1000%
E	400	40	10%
除外			

- 配信後1週間以上経過したら、効果測定を確認
- 効果がよい商品・キーワードのCPCを上げる
- **効果が悪い商品・キーワードは除外を検討**

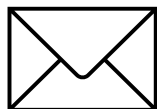
お問い合わせ

Proteinumのサービスにご興味をお持ちいただき、より詳しいサービスの内容や導入事例、利用開始までの進め方など、ご質問やご不明点がございましたら、お気軽にお問い合わせください。



03-6419-7733

(対応時間 平日10:00~18:00)



info@proteinum.co.jp

サービス紹介

<https://proteinum.co.jp>

資料請求 (ダウンロード)

https://proteinum.co.jp/document_zoho/

ご支援実績 (導入事例)

<https://proteinum.co.jp/works/>