

【楽天市場】  
門外不出！RPP広告調整方法徹底解剖！

株式会社Proteinum

Training

©2024Proteinum



1. RPP広告の概要
2. RPP広告の掲載ロジック
  - RPP広告目安CPCロジック検証
3. RPP広告の構造
4. どのような形で設定するのがよいか？
5. RPP広告の調整手順
  - 具体的なRPP広告の運用手順例

# RPP広告の概要



RPP広告を制する者は楽天市場を制す、と言っても過言ではありません。状況に合わせて、RPP広告を最大限活用し、売上アップにつなげていきましょう。

## RPP広告とは？

## 活用方法

### 概要

- 検索結果最上部に表示される広告枠
- ROASが500%程度となることが多く、費用対効果が高い広告の1つ
- 設定CPCを調整し、表示頻度を調整することが可能
  - ▶ 週2,3回の調整、イベント時の調整が必要
  - ▶ 調整対象
    - ✓ キャンペーン
    - ✓ 商品CPC
    - ✓ キーワードCPC

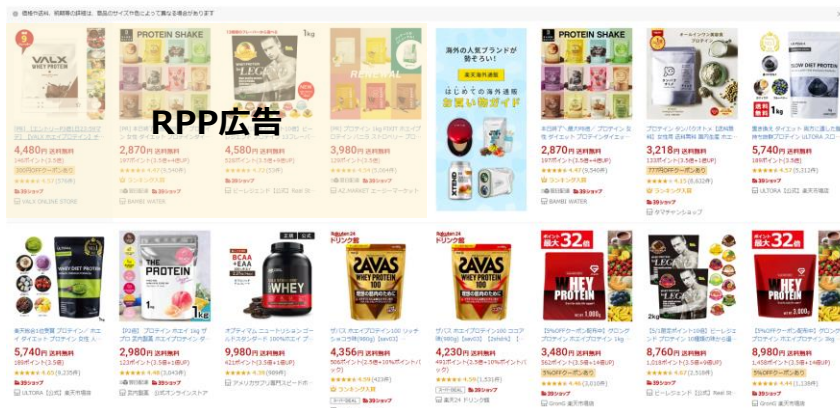
### ROAS最適化

- 1番スタンダードな設定方法
- 商品の利益率から基準となるROASを定め、ROASに合わせて修正を実施する

### ROAS度外視

- ROASが低くなったとしても、検索キーワードからの売上をあげるために、CPCを下げずに検索結果に表示させ続ける
- 新規商品発売時やビッグワードからの流入獲得時に実施するケースが多い

### 掲載イメージ



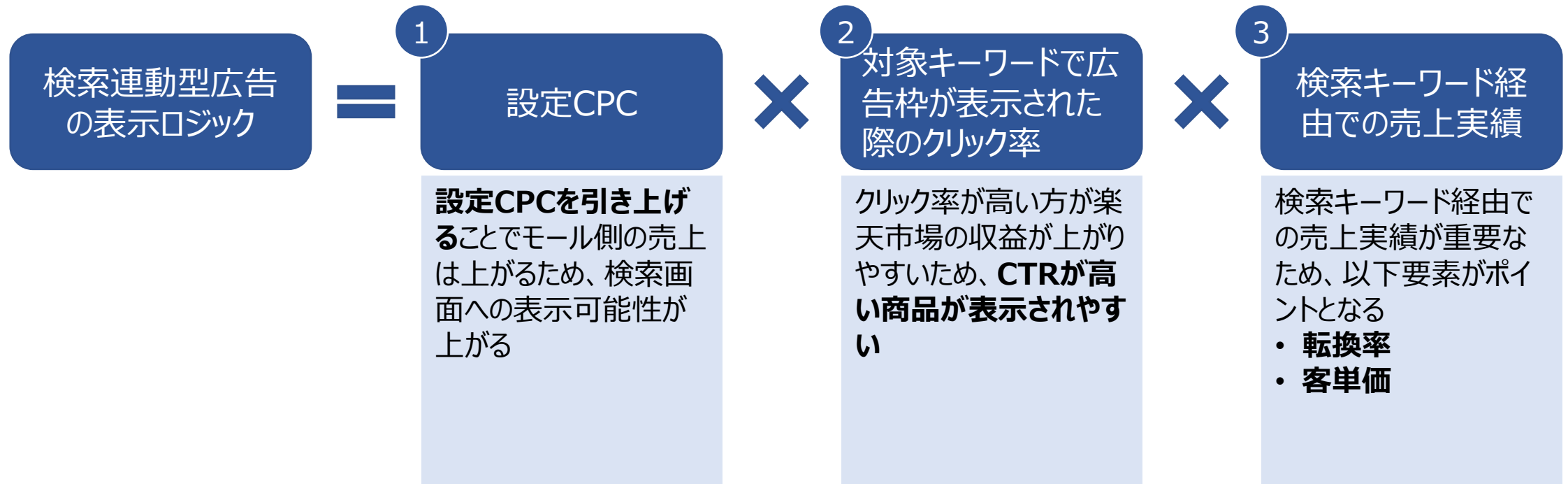
### 検索結果上位の面独占

- ブランド名をキーワードに設定し、自社ブランド名で他社にユーザーが流れることを防ぐ
  - ▶ メーカー様で卸先が競合として存在する場合に有効
- 目安CPCは低くなる傾向にあり、ROASも当然高くなりやすい



# RPP広告の掲載ロジック

検索連動型広告の表示ロジックは、「設定CPC」、「対象キーワードで広告枠が表示された際のクリック率」「検索キーワード経由での売上実績」の要素で決定されると考えられます。特に①②の影響が大きいです。

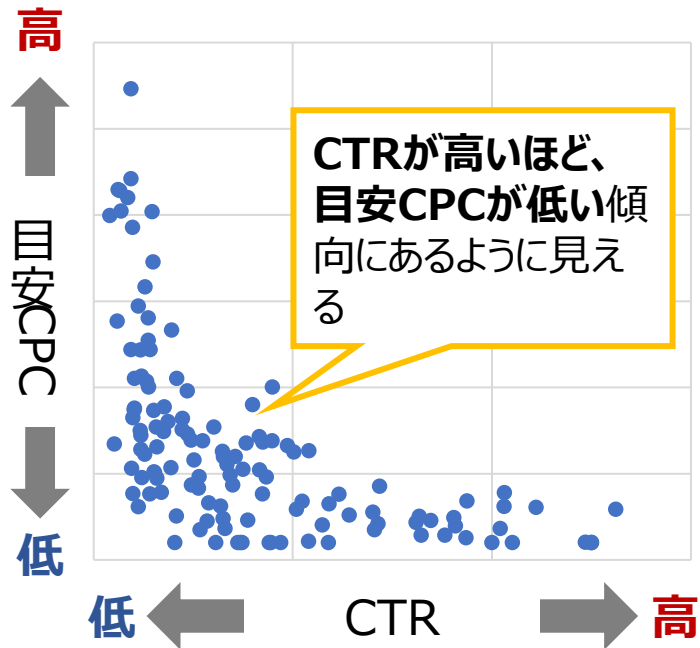


# RPP広告目安CPCロジック検証

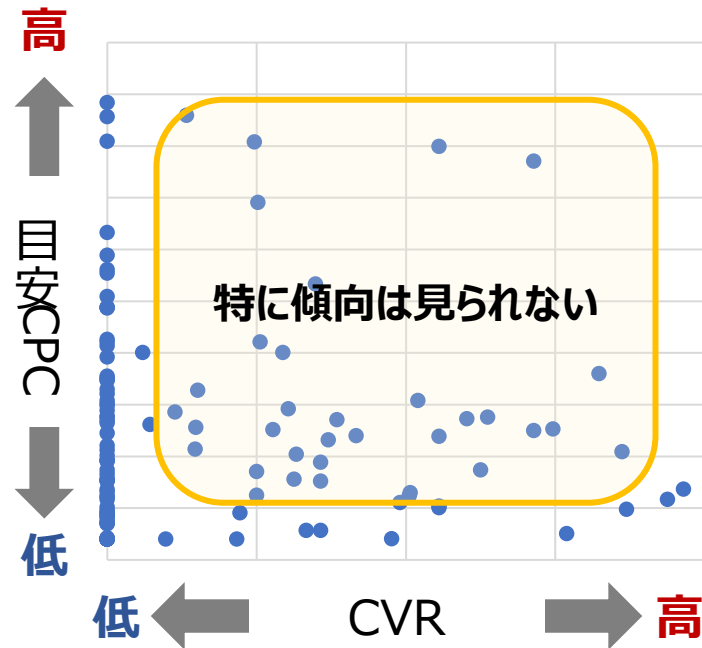


RPP広告の目安CPCがどの数字を基に決まっているのか、数字で改めて検証してみました。明らかにCTRが重要だとわかります。売上やCVRという説もあるのですが、サムネイルを改修することで、CTRをまず上げにいくべきでしょう。

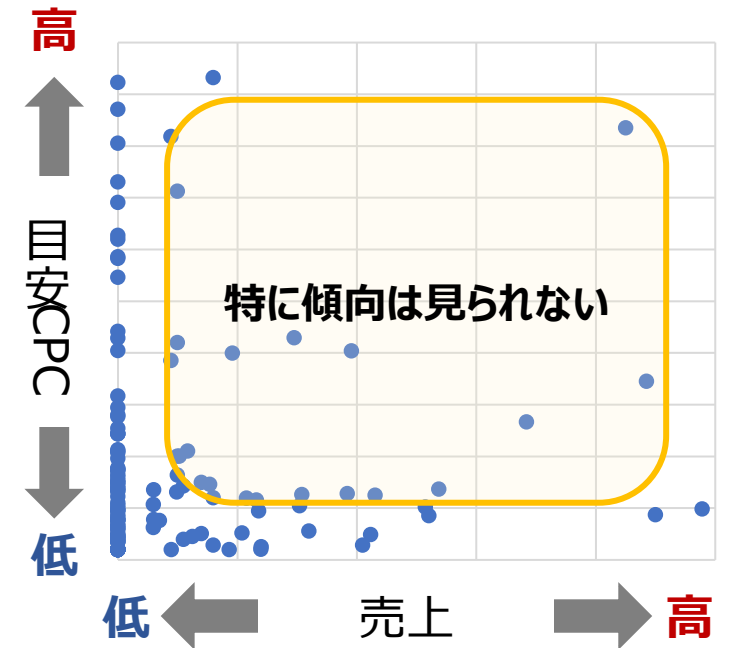
## 目安CPC×CTR



## 目安CPC×CVR



## 目安CPC×売上



# RPP広告の構造



RPP広告は、「キャンペーン」、「商品CPC」、「キーワードCPC」で構成され、CPCの優先順位は「キーワードCPC」>「商品CPC」>「キャンペーン」となっています。

予算はキャンペーンで設定

## キーワードCPC

商品	キーワード	CPC
A	プロテイン	220
A	タンパク質	120
B	ホエイ	50
B	ガゼイン	40
C	EAA	100

>

## 商品CPC

商品	CPC
A	200
B	100
C	80
D	50
E	80

>

## キャンペーン

CPC

20



# どのような形で設定するのがよいか？

商品CPCで運用するのか、キーワードCPCで運用するのか、意見が分かれるケースがあります。弊社ではキーワードCPCで運用するのですが、なぜキーワードCPCで運用するか、解説します。

## CPC設定の優先順位

キーワードCPC > 商品CPC > キャンペーンCPCの順に優先される

キーワードCPC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 最優先される</li> <li>• 設定キーワードからの流入のみが対象</li> </ul>
----------	---



商品CPC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 次点</li> <li>• 対象商品に関連するキーワードを楽天側で選定</li> </ul>
-------	---



キャンペーンCPC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 最後</li> <li>• 検索結果に表示される商品全てが対象</li> </ul>
-----------	---

## コスト発生の仕方

キーワードCPCは**多くのキーワードで表示でき、コストも安くなりやすい**

キーワード	キーワードCPC	商品CPC
A	200	表示されない
B	40	150
C	50	
D	40	
E	100	
合計	430	< 600

## どのような形がベストか？

キャンペーン・商品CPCで**漏れを防ぎつつ、売上につながるキーワードを取りに行く**

キーワード	キーワードCPC	商品CPC	CPN CPC
A	200	40	10
B	設定しない		
C			
D			
E	100		

# RPP広告の調整手順



RPP広告は効果測定を確認し、調整対象を選定してから、CPCを調整します。

## 効果測定を確認

日付	商品ページ	商品管理	キーワード	CTR(%)	目安CPC	キーワード
2023年11.xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
2023年11.xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
2023年11.xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
2023年11.xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
2023年11.xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
2023年11.xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
2023年11.xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

以下の項目を中心に確認する

- ROAS
- 売上額
- CTR

## 商品・キーワードの選定

商品名	キーワード	CPC	ROAS
xxx	xxx	xxx	xxx
xxx	xxx	xxx	xxx
xxx	xxx	xxx	xxx

CPCを調整する商品やキーワードを選定する

- ROASが高すぎる、低すぎる
- クリックがほとんどされていないなど

## CPCの調整

広告種別	広告管理番号	商品名	商品画像	広告ID	商品CPC	キーワード
□	00044003met	錠 Oregan 消化のインナープロバイオティクス... 【Oregan プロバイオティクスサプリメント】 腸内環境を整えるプロバイオティクス... 【Oregan プロバイオティクスサプリメント】		4,980 円	130 円	錠 Oregan プロバイオティクス... 【Oregan プロバイオティクスサプリメント】
□	00044007met	錠 Oregan 消化のインナープロバイオティクス... 【Oregan プロバイオティクスサプリメント】 腸内環境を整えるプロバイオティクス... 【Oregan プロバイオティクスサプリメント】		4,780 円	130 円	錠 Oregan プロバイオティクス... 【Oregan プロバイオティクスサプリメント】
□	000441131met	錠 アラジン 消化のインナープロバイオティクス... 【アラジン プロバイオティクスサプリメント】 腸内環境を整えるプロバイオティクス... 【アラジン プロバイオティクスサプリメント】		5,040 円	150 円	錠 アラジン プロバイオティクス... 【アラジン プロバイオティクスサプリメント】
□	000441132met	錠 アラジン 消化のインナープロバイオティクス... 【アラジン プロバイオティクスサプリメント】 腸内環境を整えるプロバイオティクス... 【アラジン プロバイオティクスサプリメント】		4,110 円	150 円	錠 アラジン プロバイオティクス... 【アラジン プロバイオティクスサプリメント】

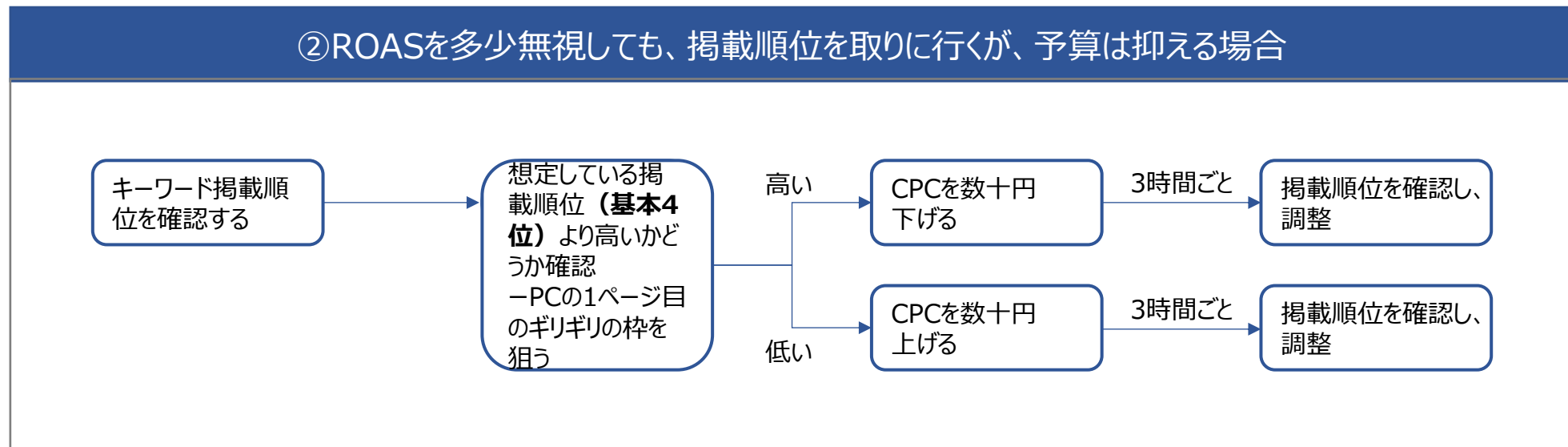
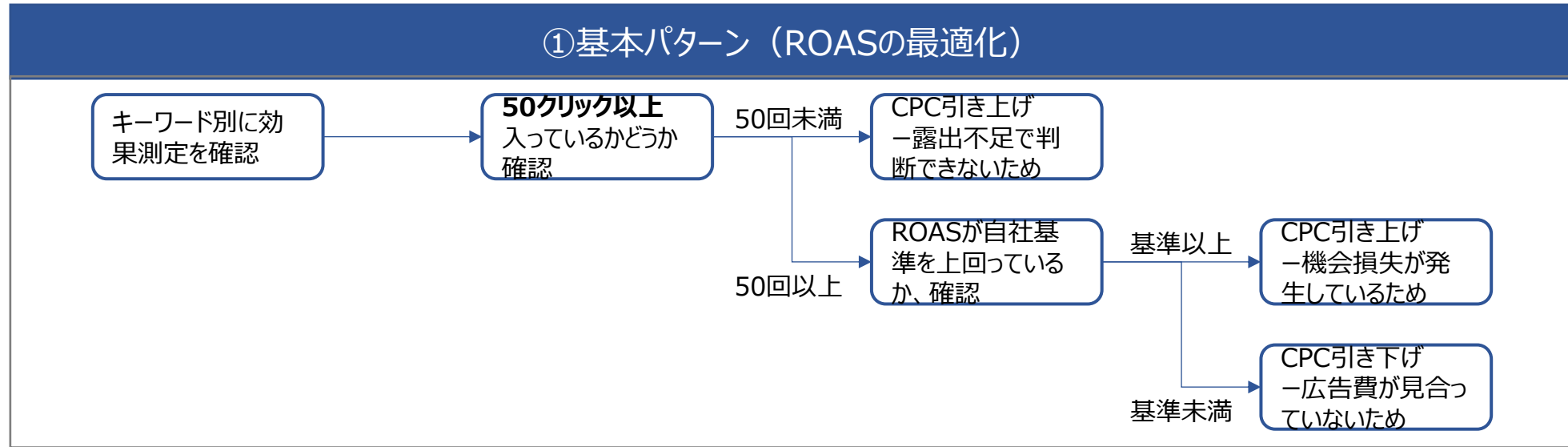
対象商品・キーワードのCPCを調整する





# 具体的なRPP広告の運用手順例（1/3）

商品別に運用方針を定め、狙いに合わせた運用を行っていきます。

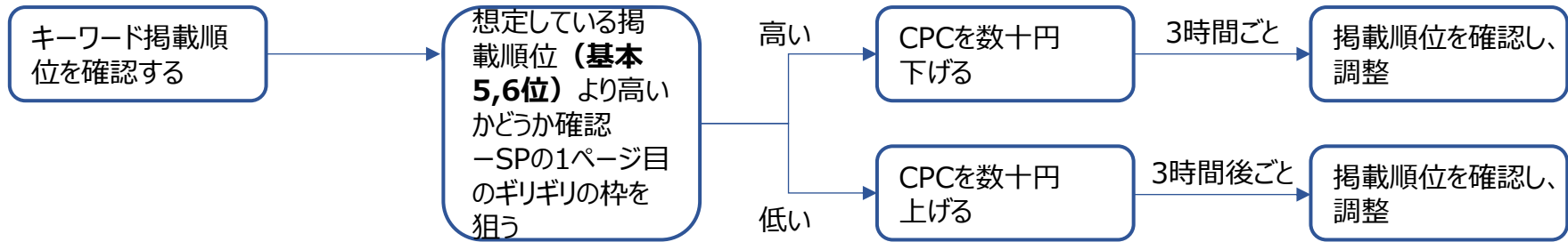




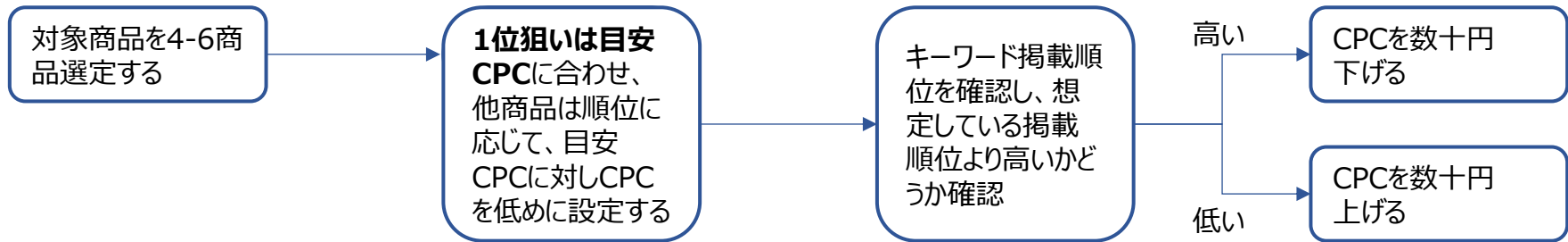
# 具体的なRPP広告の運用手順例（2/3）

商品別に運用方針を定め、狙いに合わせた運用を行っていきます。

## ③スマホだけ表示させに行く場合



## ④面を押さえる場合





# 具体的なRPP広告の運用手順例 (3/3)

商品別に運用方針を定め、狙いに合わせた運用を行っていきます。

