

■ アドワーズへ広告を掲載する

● アドワーズへの広告掲載手順

アドワーズモバイルへ広告を掲載するためには、アドワーズのアカウントが必要なので、取得をしておく。

アカウントの取得は、下記より行うことができる。

The image shows the Google AdWords homepage. At the top left is the Google AdWords logo. To its right is a language dropdown menu set to '日本語'. Below the logo is the heading 'Google であなたの商品をアピールしませんか' followed by a paragraph of text. A red circle highlights a button labeled 'お申込みはこちら' (Apply here). Below this are three columns of text describing ad benefits, a link 'ここにあなたの広告' (Your ad here), and a 'Google アカウント' section with fields for email and password.

Google AdWords

日本語

Google であなたの商品をアピールしませんか
予算の大小を気にせずにお客様の広告を Google や Google の広告ネットワーク上に表示できます。お客様の広告を人々がクリックした際に課金されます。

お申込みはこちら

あなたの広告が、その宣伝内容と関連する検索結果の横に表示されると...
ここにあなたの広告

ユーザーがあなたの広告をクリックして...
...あなたの商品購入・サービスお申込みにつながります

Google アカウント
Google AdWords (ログイン) します
メール:
パスワード:

◆アドワーズモバイル広告マニュアル

お申込みはコチラ」をクリックすると、下記のページが開く。

携帯の広告を出すためには、「標準モード」からしか出すことが出来ない。

そのため、ここでは「標準モード」を選択し次へ進む。

Google AdWords 広告

お好きな方をお選びください。

初心者モード
キーワード広告を初めてご利用のお客様におすすめです。広告料金は、あらかじめ月額単位で上限を決めることができ安心してご利用いただけます(なお、標準モードへはいつでも切り替えることができます)。

自分のウェブ ページがあります。
 自分のウェブ ページがなく、作成方法がわかりません。

標準モード
テキスト広告のほか、モバイル広告、掲載したいサイトを指定できるサイトターゲット広告、イメージ広告、動画広告などの多彩な広告フォーマットのご利用が可能です。また、料金も1日単位で設定でき、かつ、キーワードごとに入札単価を詳細に設定できます。また、複数の広告キャンペーンの制作や、コンバージョントラッキングを無料でご利用いただけます。*

*登録にはウェブサイトが必要です。ウェブサイトをお持ちでない場合は、初心者モードを選択してください。

よく分かりません。 [オプションを詳細に比較する。](#)

次へ»

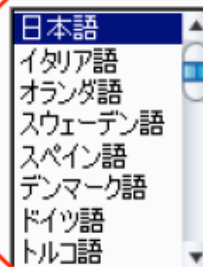
◆アドワーズモバイル広告マニュアル

言語でターゲットを設定では、『日本語』を選択する。

言語でターゲットを設定

ターゲットとするユーザーの言語を指定してください。

複数の言語を選択する場合は、*Ctrl* キーまたは *command* キーを押したままクリックしてください。



地域でターゲットを設定

◆アドワーズモバイル広告マニュアル

地域でターゲットを設定では、『国および地域』 を選択する。

『キャンペーン名』 『新しい広告グループ』 『言語でターゲットを設定』

『地域でターゲットを設定』 の入力が終わったら、『次へ』 を選択し次へ行く。

地域でターゲットを設定

広告を表示する領域のサイズを次の中から選択してください。

- 国および地域** - お客様の広告は、選択した地域の検索ユーザーに表示されます。
- 都道府県または市区町村単位** - お客様の広告は、指定した地域や都市で検索を行うユーザーに表示されます。
(場所や広告フォーマットによっては使用できない場合もあります。)
- カスタマイズ** - お客様の広告は、お客様のビジネス拠点または選択した場所から指定の距離範囲内で検索を行うユーザーに表示されます。
(広告フォーマットによっては使用できない場合もあります。)

[ターゲット地域は広告の掲載結果にどのように影響しますか。](#)

次へ >

◆アドワーズモバイル広告マニュアル

国または地域でターゲットを設定するには『日本』を選択する。

新しいキーワード ターゲット キャンペーンの設定

ターゲットとする顧客 > 広告を作成 > キーワードの設定 > 料金を設定 > 確認および保存

国または地域でターゲットを設定

左側で広告を表示する国または地域を選択し、[追加] をクリックします。国や地域はいくつでも選択できます。お客様の広告は、選択した地域のユーザーに表示されます。

利用可能な国および地域

オーストラリア
オーストリア
オランダ
カナダ
シンガポール
スイス連邦
スウェーデン
スペイン
デンマーク
ドイツ

[追加 >]

[< 削除]

選択した国または地域

日本

[< 戻る]

[次へ >]

◆アドワーズモバイル広告マニュアル

広告を新規作成のページにきたら、『モバイルテキスト広告』を選ぶ。

広告を新規作成

広告の作成: [テキスト広告](#) | [モバイルテキスト広告](#)

例:

[火星への豪華旅行](#)
いま人気の赤い惑星で
無重力を体験してみませんか!
[www.example.com](#)

広告のタイトル: 全角12文字 (半角 25 文字) 以内

広告テキスト 1 行目: 全角17文字 (半角 35 文字) 以内

広告テキスト 2 行目: 全角17文字 (半角 35 文字) 以内

表示 URL: http:// 35 文字以内

リンク先 URL: http:// 1024 文字以内

©2007 Google - [トップページ](#) - [編集ガイドライン](#)

◆アドワーズモバイル広告マニュアル


『モバイルテキスト広告』を選択すると、携帯用の広告入稿ページが開くので
広告文を入力する。

①では、お客からの電話を希望する場合には、「両方」を選択し、
希望しない場合には、「この広告を携帯サイトにリンクする」を選択する。

広告を新規作成


お客様の広告は、ユーザーが携帯電話で [Google 携帯検索](#) を行った場合に表示されます。


モバイルテキスト広告の例:




広告のタイトル: 全角 12 文字以内
説明: 全角 12 文字以内


広告をクリックした携帯電話ユーザーのリンク先を選択してください。

広告から電話をかけられるようにする 

この広告を携帯サイトにリンクする 

両方

表示 URL:  http:// 半角 20 文字以内
URL が 20 文字を超える場合はどうすればよいですか。

携帯リンク先 URL:  http:// 半角 200 文字以内
リンク先 URL には携帯電話向けに作成されたウェブページ指定する必要があります。

◆アドワーズモバイル広告マニュアル

表示用 URL とリンク先 URL の違いは、下記の通りとなる。

- ①の URL は、③のように、広告に掲載される URL となる。実際に飛ぶ先が②に入力する URL となる。

The screenshot shows the AdWords mobile ad setup form. The form includes the following elements:

- Radio buttons for selection: はい, いいえ、顧客からの連絡を希望します, いいえ、この広告にリンクする掲載サイトをすでに持っています
- 表示 URL (Display URL): A text input field containing "http://" followed by a red circle containing the number ①. Below the field, it says "20 文字以内" and "URL が 20 文字を超える場合はどうすればよいですか".
- 携帯リンク先 URL (Mobile Link URL): A text input field containing "http://" followed by a red circle containing the number ②. Below the field, it says "200 文字以内" and "携帯リンク先 URL には携帯電話向けに作成されたウェブ ページを指定する必要があります".
- Bottom navigation: Buttons for "戻る", "広告のリセット", and "次へ >".
- Bottom right callout box: A blue box containing the text "[AD] アドワーズの使い方 - アドワーズを使いこなそう" and "rise-inc.jp/bikyaku/" with a red circle containing the number ③.

◆アドワーズモバイル広告マニュアル

アドワーズ広告のキーワードは、①に入力をしていく。

全てのキーワードの入力が終わったら次へ進む。

キーワードは、後から追加することもできるので、安心して欲しい。

キーワードの設定

広告を見るユーザーの対象

注意!ここで入力されたキーワードが Google で検索した際に、広告が常に必ず表示されるわけではありません。キーワードは広告との関連性が低い場合や広告の品質が低い場合には広告は表示されない場合がございます。予めご了承ください。キーワード数は一般的に 20 個程度設定すると効果的です。[リストの例](#)

特定の単語やフレーズを 1 行ごとに自由に入力できます。

ここにキーワードを入力してください

例:

火星への旅行
火星へのクルーズ旅行
火星への豪華旅行

その他のキーワード

単語を入力すると、関連するキーワードが表示されます。

[詳細オプション: キーワードマッチ](#)

◆アドワーズモバイル広告マニュアル

最後に、①に一日あたりの予算を、②には1クリック辺りの単価を入力する。

1日辺りの予算が高ければ高いほど、多く広告が掲載される。

1クリック辺りの単価が高ければ高いほど、上位に表示される。

新しいキーワード ターゲット キャンペーンの設定

ターゲットとする顧客 > 広告を作成 > キーワードの設定 > **料金を設定** > 確認および保存

1日平均の広告費用の上限額を設定

1日の予算^②で予算をコントロールできます。1日の予算に達すると、通常その日の広告掲載は停止します(予算は、広告の位置ではなく、掲載頻度をコントロールします)。必要に応じて、予算を変更してください。

お客様の1日の予算を入力してください: ¥ ^① 使用してください: ¥2,500 ^②

[予算設定は広告の掲載結果にどのように影響しますか。](#)

広告1クリックあたりの上限額を設定

広告の掲載位置は、上限クリック単価の設定によって左右されます^②。上限クリック単価は、ユーザーが広告をクリックするたびに支払う単価の上限となります。上限クリック単価はいつでも変更できます。

▶ [詳細オプション: 入札戦略](#)

デフォルトのCPC: ¥ (番) ^②

<< 戻る

次へ >>

◆アドワーズモバイル広告マニュアル

予算の入力が終わると、今まで入力した項目の確認画面が出てくる。

全てを確認し、問題が無ければ、「申し込みを続行」をクリックする。

設定の確認

キャンペーン名: キャンペーン #1
顧客の言語: 日本語 [編集]
顧客の居住地域: 日本 [編集]
通貨: 日本円 (JPY ¥) [編集]
予算: ¥100 (1日あたり) [編集]

広告グループ名: 広告グループ #1

広告:

アドワーズの申込みです - 簡
単です。
rise-inc.jp/bikyaku/
モバイルテキスト広告
[編集]

キーワード: [編集]

携帯

デフォルトの CPC: JPY ¥1 [編集]

さらにサポートが必要ですか?
Google の広告契約に関するお知らせを送ります。次のボーナス機能の 1 つまたは両方を選択してください。

広告の掲載パフォーマンスを向上するためのアドバイスを受信する。
 アンケートや役立つ情報、ケーススタディを記載した AdWords ニュースレターを受信する。

Google AdWords 広告をどのようにお知りになりましたか?
<1 つ選択>

<戻る> **申し込みを続行 >**

◆アドワーズモバイル広告マニュアル

最後に、Gmail や AdSense 等、Google のアカウントがある方は①を、
ない方は②を選択し、③と④を入力し「アカウントを作成」を選択する。

The screenshot shows the 'アカウントの認定' (Account Verification) step of the Google account creation process. It contains the following elements:

- ①**: A radio button option labeled 'AdSense, Gmail, Orkut, iGoogle などの Google のサービスで使用しているメールアドレスとパスワードが載ります。' (I use an email address and password from a Google service like AdSense, Gmail, Orkut, or iGoogle).
- ②**: A radio button option labeled '他のサービスを利用していません。' (I do not use any other services).
- ③**: A red circle highlights the email and password input fields. The email field contains the example 'myname@example.com'. Below the fields, it says '0 文字以上を指定してください。' (Specify 0 or more characters).
- ④**: A red circle highlights the CAPTCHA image showing the word 'inthere' in a stylized font.

At the bottom of the form is a button labeled 'アカウントを作成 >' (Create Account >).

◆アドワーズモバイル広告マニュアル

以上で、アドワーズのアカウントの取得は完了である。

広告の審査が通ると、アドワーズから ID とパスワードが発行される。

キーワードの追加や広告文の追加を行う際には、発行された ID とパスワードでログインをし、作業を行う。

なお、既にアドワーズのアカウントがある方は、次の手順で携帯へ広告を出稿する。

◆アドワーズモバイル広告マニュアル

まず、アドワーズへログインをし、キーワードターゲットを選択する。

The screenshot shows the Google AdWords interface. At the top, there are navigation tabs: **キャンペーン管理** (Campaign Management), **レポート** (Reports), **Analytics(ログ解析)** (Analytics), and **アカウント情報** (Account Information). Below these are sub-links: **アカウントスナップショット**, **キャンペーンの一覧**, **運用ツール**, **コンバージョントラッキング**, and **ウェブサイト オプティマイザー**. A search bar on the right says "設定済みの広告を検索:" with a "検索" button.

There are two notification boxes. The first is green and says: "New! ケータイメールに通知に申し込むと、AdWords アカウントに関する情報のメッセージが携帯電話に直接送信されます。お申込みはこちら | ヘルプ | このメッセージを表示しない". The second is yellow and says: "広告は掲載されていません。キャンペーンと広告グループがすべて一時停止または削除されています。広告の掲載を再度検討していただける場合は、Google AdWords チームがアカウントに関するご質問やご不明点にお答えいたします。はい | 今は利用しない".

Below the notifications is the "キャンペーンの一覧" (Campaign List) section. It shows "今日 (2007/10/24)" and a date selector for "今日" (today) with a "実行" (Execute) button. There are also filters for "オンライン キャンペーン" and "非表示".

At the bottom, there is a table header for campaign details. The columns are: **キャンペーン名** (Campaign Name), **現在の状況** (Current Status), **1日の予算** (Daily Budget), **クリック数** (Clicks), **表示回数** (Impressions), **クリック率** (Click Rate), **平均クリック単価** (Average Cost Per Click), **平均 CPM** (Average Cost Per Mille), and **ご利用金額** (Amount Billed). A red circle highlights the link "+ 広告キャンペーンの新規追加: キーワードターゲット | サイトターゲット" (Add new ad campaign: Keyword Target | Site Target).

◆アドワーズモバイル広告マニュアル

『キャンペーン名』と『新しい広告グループ』にわかりやすい名前をつける。

The screenshot shows the Google AdWords interface for mobile advertising. At the top, there are navigation tabs: 'キャンペーン管理' (Campaign Management), 'レポート' (Reports), 'Analytics(ログ解析)' (Analytics), and 'アカウント情報' (Account Information). Below these is a breadcrumb trail: 'アカウントスナップショット | キャンペーンの一覧 | 運用ツール | コンバージョントラッキング | ウェブサイト オプティマイザー'. The main heading is '新しいキーワード ターゲット キャンペーンの設定' (Setting up new keywords, targets, and campaigns). A breadcrumb trail below the heading reads: 'ターゲットとする顧客 > 広告を作成 > キーワードの設定 > 料金を設定 > 確認および保存'. The main content area is titled 'キャンペーンと広告グループの作成' (Creating campaigns and ad groups). It contains two sections: 1. 'キャンペーンに名前を付ける' (Naming the campaign): A text input field contains 'キャンペーン #1' and a 'サンプル' (Sample) link. A red circle highlights the input field. Below it, text states: 'キャンペーンは、すべての広告においてアカウント構成のトップレベルに位置します。' (Campaigns are positioned at the top level of the account structure for all ads). 2. '新しい広告グループに名前を付けます' (Naming the new ad group): A text input field is empty and a 'サンプル' (Sample) link is next to it. A red circle highlights the input field. Below it, text states: '広告グループはキャンペーンのサブセットで、広告と選択したキーワードを対応させます。広告グループの名前は顧客に表示されないため、自分で管理しやすいように設定します。' (Ad groups are a subset of campaigns, linking ads and selected keywords. Since ad group names are not shown to customers, set them up for easy management). On the right side, there is a sidebar titled 'お客様のアカウント' (Your account) with a sub-section 'キャンペーン' (Campaigns). It shows a table with two columns: '広告グループ' (Ad group) and '広告' (Ad). The first row shows '広告' (Ad) under both columns. The second row shows 'キーワード' (Keyword) under both columns.

キャンペーン管理 レポート Analytics(ログ解析) アカウント情報

アカウントスナップショット | キャンペーンの一覧 | 運用ツール | コンバージョントラッキング | ウェブサイト オプティマイザー

新しいキーワード ターゲット キャンペーンの設定

ターゲットとする顧客 > 広告を作成 > キーワードの設定 > 料金を設定 > 確認および保存

キャンペーンと広告グループの作成

キャンペーンに名前を付ける: サンプル

キャンペーンは、すべての広告においてアカウント構成のトップレベルに位置します。?

新しい広告グループに名前を付けます: サンプル

広告グループはキャンペーンのサブセットで、広告と選択したキーワードを対応させます。広告グループの名前は顧客に表示されないため、自分で管理しやすいように設定します。?

お客様のアカウント

キャンペーン	
広告グループ	広告グループ
広告	広告
キーワード	キーワード

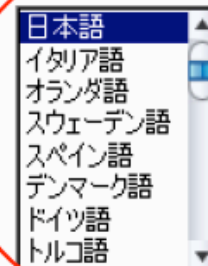
◆アドワーズモバイル広告マニュアル

言語でターゲットを設定では、『日本語』を選択する。

言語でターゲットを設定

ターゲットとするユーザーの言語を指定してください。

複数の言語を選択する場合は、*Ctrl* キーまたは *command* キーを押したままクリックしてください。



地域でターゲットを設定

◆アドワーズモバイル広告マニュアル

地域でターゲットを設定では、『国および地域』を選択する。

『キャンペーン名』 『新しい広告グループ』 『言語でターゲットを設定』

『地域でターゲットを設定』の入力が終わったら、『次へ』を選択し次へ行く。

地域でターゲットを設定

広告を表示する領域のサイズを次の中から選択してください。

- 国および地域** - お客様の広告は、選択した地域の検索ユーザーに表示されます。
- 都道府県または市区町村単位** - お客様の広告は、指定した地域や都市で検索を行うユーザーに表示されます。
(場所や広告フォーマットによっては使用できない場合があります。)
- カスタマイズ** - お客様の広告は、お客様のビジネス拠点または選択した場所から指定の距離範囲内で検索を行うユーザーに表示されます。
(広告フォーマットによっては使用できない場合があります。)

[ターゲット地域は広告の掲載結果にどのように影響しますか。](#)

次へ >

◆アドワーズモバイル広告マニュアル

国または地域でターゲットを設定するには『日本』を選択する。

新しいキーワード ターゲット キャンペーンの設定

ターゲットとする顧客 > 広告を作成 > キーワードの設定 > 料金を設定 > 確認および保存

国または地域でターゲットを設定

左側で広告を表示する国または地域を選択し、[追加] をクリックします。国や地域はいくつでも選択できます。お客様の広告は、選択した地域のユーザーに表示されます。

利用可能な国および地域

オーストラリア
オーストリア
オランダ
カナダ
シンガポール
スイス連邦
スウェーデン
スペイン
デンマーク
ドイツ

追加 >

< 削除

選択した国または地域

日本

<< 戻る

次へ >>

◆アドワーズモバイル広告マニュアル

広告を新規作成のページにきたら、『モバイルテキスト広告』を選ぶ。

残りの作業は、アドワーズのアカウントを申し込む作業と殆ど変わらないので、申込みをする際と同じように進める。

新しいキーワード ターゲット キャンペーンの設定

ターゲットとする顧客 > **広告を作成** > キーワードの設定 > 料金を設定 > 確認および保存

広告を新規作成

広告の作成: テキスト広告 | [イメージ広告](#) | [ローカル ビジネス広告](#) | **[モバイルテキスト広告](#)** | [Click-to-play 動画広告](#)

例:

[火星への豪華旅行](#)
いま人気の赤い惑星で
無重力を体験してみませんか!
[www.example.com](#)

広告のタイトル: 全角12文字 (半角 25 文字) 以内

広告テキスト 1 行目: 全角17文字 (半角 35 文字) 以内

広告テキスト 2 行目: 全角17文字 (半角 35 文字) 以内

表示 URL: 35 文字以内

リンク先 URL: 1024 文字以内

■アドワーズへ広告を掲載する

● アドワーズへの広告掲載手順

広告を掲載するサイトに、個人情報を入力する

フォームがある場合にはできるだけ SSL に対応したフォームにする必要がある。

SSL とは、クレジットカードや個人情報を送信する際に、第三者に閲覧できないようにするものである。

SSL に対応したフォームにするためには、申請が必要となるので、広告を掲載する前に申請をしておく。

■アドワーズへ広告を掲載する

キャンペーンの保存が終了すると、
1～3時間後には、広告が掲載される。

実際に掲載されているかどうかは、携帯で確認をする。

■アドワーズの広告文作成

● 広告文の作り方

アドワーズ広告の広告文と説明文の文字数は、下記の通りである。

広告文 12 文字（全角） × 説明文 12 文字（全角）

広告文と説明文は、ベネフィットを伝えるよりも、

お客の『痛み』『悩み』『不安』にフォーカスした文の方が反応が高い。

■アドワーズの広告文作成

●反応が低い広告文の例

広告タイトル：自宅で一人で美脚になる

説明文：784人が成功した脚やせ方

上記のようなベネフィットを強調した広告文のクリック率は1.6%~1.9%と、お客の反応を得ることができなかった。

■アドワーズの広告文作成

●反応が高いメルマガ広告文

広告タイトル：太い足はみせるな

説明文：そう彼に言われた私ですが

広告タイトル：脚だけは細くなりません

説明文：そう思っていた私ですが...

お客が抱えている、『痛み』『悩み』『不安』にフォーカスした
広告文に変更したところ、クリック率が2.5%~2.9%と、上昇した。

■アドワーズの広告文作成

●お客の『痛み』『悩み』『不安』の集め方

お客の『痛み』『悩み』『不安』は下記のサイトで見ることができる。

■教えてgoo : <http://oshiete.goo.ne.jp/>

■Yahoo!知恵袋 : <http://chiebukuro.yahoo.co.jp/>

■mixi : <http://mixi.jp/>

■モバゲータウン : <http://www.mbga.jp/>

【演習】 アドワーズの広告文作成

■お客の『痛み』『悩み』『不安』を集める。

教えて goo・Yahoo!知恵袋・mixi・モバゲータウンから集める。

■広告文・説明文を作成する

一広告文 12 文字・説明文 12 文字以内で広告文を作成する。

■キーワードの見つけ方

●反応の高いキーワードを見つける

お客の反応が高いキーワードは下記の3つの方法で見つけることができる。

- ①：思いつくキーワードの全てを書き出す。
- ②：アマゾン・教えてgoo・mixi等のサイトからキーワードを見つける。

■キーワードの見つけ方

●反応の高いキーワードを見つける

お客の反応が高いキーワードは下記の3つの方法で見つけることができる。

①：思いつくキーワードの全てを書き出す。

あなたが販売する、『商材』『商材のジャンル』『お客』などから、
思いつく限りのキーワードを入力する。

■キーワードの見つけ方

②：アマゾン・教えてgoo・mixi等のサイトからキーワードを見つける。

キーワードを探す際に参考となるサイトは下記の通りである。

■アマゾン：<http://www.amazon.co.jp/>

■教えてgoo：<http://oshiete.goo.ne.jp/>

■Yahoo!知恵袋：<http://chiebukuro.yahoo.co.jp/>

■mixi：<http://mixi.jp/>

■モバゲータウン：<http://www.mbga.jp/>