

BUPPAN!! ウェビナー 5月

楽天RPP情報、その他

樂天市場 RPP 最新情報

楽天市場 RPP広告とは？

- 新しいCPC広告
- Rakuten Promotion Platform の略称
- 店舗内全商品が広告対象になる
- すべて自動配信になりキーワード指定不可
- 除外商品の設定が可能（上限50,000商品）
- 商品毎の単価設定は可能
- コンテンツマッチが強制的に配信される
- 最低単価が25円～
- パフォーマンスレポートが無料で見れる

要点をまとめると

- 全て自動配信（キーワード指定不可）
- コンテンツマッチが強制

今後の配信ウエイト

- 5月中はRPP 50~65%
 今月時点で旧CPCよりRPPが上回る
- 6月から旧CPC広告終了し、RPP100%に移行

現在はユーザー毎に表示が分かれている

- ユーザーA RPPだけ表示される
- ユーザーB 旧CPCだけ表示される
- RPPチェックできる環境を確保する
- 判断基準は、タイトルが通常検索と同じかどうか
- 表示されているかチェックしながら調整

PCとスマホで掲載商品と順位が同じ

- PCは3枠、スマホは5枠
- 旧CPCではそれぞれ違う商品や表示順

本日までの傾向

- 今のところ各店舗パフォーマンス良好です
- ROAS300~1000%以上、多いところでは2000%~4000%
 - ROASとは？
 - $\text{売上} \div \text{広告費} \times 100$
 - 100万円の広告で100万円売上だと、ROAS100% 200万円売り上げると200%
 - 粗利30%だと最低300%はほしい
- ただし、今後悪化していく事は予想されます

日付	CTR	売上金額(店舗内クロスデバイス含む)	売上件数(店舗内クロスデバイス含む)	CVR(店舗内クロスデバイス含む)	ROAS(店舗内クロスデバイス含む)	注文獲得単価(店舗内ク
2018年04月22日	2.63 %	79,396 円	18	16.51 %	1,821.00 %	243 円
2018年04月23日	2.77 %	40,232 円	12	14.45 %	1,211.80 %	277 円
2018年04月24日	2.46 %	37,478 円	11	12.50 %	1,064.71 %	320 円
2018年04月25日	1.88 %	43,013 円	10	18.18 %	1,955.13 %	220 円
2018年04月26日	2.71 %	18,494 円	7	12.28 %	811.14 %	326 円
2018年04月27日	2.41 %	46,843 円	10	16.66 %	1,951.79 %	240 円
2018年04月28日	2.38 %	40,233 円	12	16.43 %	1,377.84 %	244 円
2018年04月29日	1.64 %	48,064 円	12	15.38 %	1,540.51 %	260 円
2018年04月30日	2.04 %	43,927 円	10	9.43 %	1,036.01 %	424 円
2018年05月01日	3.18 %	86,753 円	20	16.39 %	1,777.72 %	244 円
2018年05月02日	2.90 %	65,046 円	17	15.74 %	1,505.69 %	255 円
2018年05月03日	2.62 %	46,322 円	13	11.92 %	1,062.43 %	336 円
2018年05月04日	3.32 %	49,819 円	16	12.12 %	943.54 %	330 円
2018年05月05日	2.32 %	51,151 円	17	15.45 %	1,162.52 %	259 円
2018年05月06日	3.22 %	105,067 円	26	14.94 %	1,509.58 %	268 円
2018年05月07日	2.71 %	54,871 円	17	14.28 %	1,152.75 %	280 円

より早い時期からRPP広告の登録をしてる
商品ほど露出されやすい状況が続いている

- 早くからスタートしている商品が表示されやすい
- 25円で上位に複数表示されているケースも多い
- おそらく実績を早くから積んでいる為、広告評価が上がっている為だと考えられる、これは旧CPCでも同じ

商品別のパフォーマンスレポートが準備中

- 時期は不明だが、商品別のレポートを全店舗向けに出していただけるように準備中
- 商品ごとのパフォーマンスが確認できる
- すごいところは商品別のCTRが見えるようになるところ
- CTRのABテストが正確にできるようになるので、サムネイル改善に活用できるようになる
- CTRは改善は、最重要と言えるレベルの改善ポイント



ホーム



キャンペーン



商品設定



除外商品



パフォーマンス
レポート

日付	CTR	売上金額(店舗内クロスデバイス含む)	売上件数(店舗内クロスデバイス含む)	CVR(店舗内クロスデバイス含む)	ROAS(店舗内クロスデバイス含む)	注文獲得単価(店舗内ク
2018年04月22日	2.63 %	79,396 円	18	16.51 %	1,821.00 %	243 円
2018年04月23日	2.77 %	40,232 円	12	14.45 %	1,211.80 %	277 円
2018年04月24日	2.46 %	37,478 円	11	12.50 %	1,064.71 %	320 円
2018年04月25日	1.88 %	43,013 円	10	18.18 %	1,955.13 %	220 円
2018年04月26日	2.71 %	18,494 円	7	12.28 %	811.14 %	326 円
2018年04月27日	2.41 %	46,843 円	10	16.66 %	1,951.79 %	240 円
2018年04月28日	2.38 %	40,233 円	12	16.43 %	1,377.84 %	244 円
2018年04月29日	1.64 %	48,064 円	12	15.38 %	1,540.51 %	260 円
2018年04月30日	2.04 %	43,927 円	10	9.43 %	1,036.01 %	424 円
2018年05月01日	3.18 %	86,753 円	20	16.39 %	1,777.72 %	244 円
2018年05月02日	2.90 %	65,046 円	17	15.74 %	1,505.69 %	255 円
2018年05月03日	2.62 %	46,322 円	13	11.92 %	1,062.43 %	336 円
2018年05月04日	3.32 %	49,819 円	16	12.12 %	943.54 %	330 円
2018年05月05日	2.32 %	51,151 円	17	15.45 %	1,162.52 %	259 円
2018年05月06日	3.22 %	105,067 円	26	14.94 %	1,509.58 %	268 円
2018年05月07日	2.71 %	54,871 円	17	14.28 %	1,152.75 %	280 円

検索結果画面以外へのRPP広告の配信 コンテンツマッチについて

- これは、CPC広告でいう、ユーザーコンテンツマッチ的なもの
- カテゴリページの上部など、楽天内各所
- 楽天外部にも配信されるらしいです。。。
実は今までも楽天外部に配信されてました。
驚くほどパフォーマンス悪いです。
- 2018年6月から配信開始予定
- 今回のCPC変更で一番の懸念はここ。。

楽天市場トップ > ランキングトップ > 靴

ジャンル一覧 [全て見る](#)

- 総合
- 靴
 - レディース靴
 - メンズ靴
 - 靴ケア用品・アクセサリ
 - その他

条件で絞り込む

検索キーワード

価格帯

円 ~ 円

条件

感想あり

あす楽対応

[絞り込む](#)

ブランド

- DC
- アーノルドパーマー
- アイランドスリッパ
- アウトドア プロダクツ
- アキレス

[一覧で見る](#)

靴サイズ (cm)

- 20.0
- 20.5
- 21.0
- 21.5

日本製 本革 送料無料 ビジネスシューズ 本革 日本製 紳士靴 4E 疲れにくい

25.0cm ~ 28.5cm 4E

7cm背が高くなる靴 2足で7,800円 背が高くなる靴専門店 300種以上

7800円

キャバ パンプス キャバパンプス 靴 キャバシューズ 煌st one美脚オープントゥキヤ...

キャバ サングル キャバサングル 靴 キャバシューズ 【15.5cmヒール】 艶フロッキー...

Rakuten ブックス

今の注目はコレ!!

👑 最新情報

リアルタイムランキング

このジャンルのランキング一覧 >>

ふるふる振動マシンで簡単ダイエット



【送無】乗るだけダイエット!

2018年5月10日(木)更新 (集計日: 5月9日)

靴ランキング

期間: [リアルタイム](#) | [デイリー](#) | [週間](#) | [月間](#)

性別: [すべて](#) | [男性](#) | [女性](#)

年齢: [すべて](#) | [10~19歳](#) | [20~29歳](#) | [30~39歳](#) | [40~49歳](#) | [50歳以上](#)

1-80位 [81-160位](#) [161-240位](#) [241-320位](#) [321-400位](#) > >>

👑

1位

STAY



送料無料 コンバース スニーカー レディース CONVERSE キャンバス オールスター ローカット C ANVAS ALL STAR OX 【日...

★★★★★ レビュー(3,740件)

🏠 エレファントSPORTS

4,860円


[買い物かご](#)

[★お気に入り](#)

👑

2位

STAY



5/9 10時~24H限定! 超目玉■3タイプから選べるフリルサンダル♪ ビーチサンダル レディース フリル 痛くない 歩きや...

★★★★★ レビュー(79件)

🏠 SUGAR BISKET

949円

[買い物かご](#)

[★お気に入り](#)

予算設定額を高くしている方が消化されやすい

- その予算を当月内で消化しようとする動きを取るため、例えば10万で予算設定しているより100万で予算設定している方が消化されやすい
- 予算消化の為、配信範囲が広がれば広がるほど、広告効果が薄くなる可能性が高い
- クリック単価だけでなく、全体の予算も調整してく必要があるかもしれない
- コンテンツマッチ配信を減らせる可能性もある

おそらく自動配信のロジックは 旧CPCの自動配信と同じと予想しています

- 「商品タイトル」と「キャッチコピー」もとにキーワードがインデックスされる可能性が高い（商品詳細は含まれない）
- 広告評価がある、CTRでほぼ広告評価が決まる
- 入札額で 表示/非表示 が決まるが、順位は広告評価できまる
- 入札額よりも広告評価が表示順に最も影響する、200円入札よりも50円入札が上にくることも多い、無闇に上げすぎないように注意
- 楽天がインデックスされているデータをもっている可能性が高く、担当によっては追加お願いできるかもしれない

- 初期の広告評価が運で決まる可能性も。。
- 最初単価を高めにして、評価を得る
サムネイル改善 × 短期的なセール × 入札単価アップ など
- 表示が安定して見えたら少しづつ下げていく
(目安として2週間～1ヶ月ほど)

今後の対策について（あくまで提案）

- 6月まで他社よりも高めの設定にする、先手をとる
 - 最終的に今までと同じくらいの入札価格になると予想できることと、早めに単価上げておいた方が広告評価上がる可能性高い、優位に立てる
出遅れると表示されないスパイラルに。
 - 今はROASも高いし、多少上げてても利益確保できるのでこの期間にあげてしまうのがよいと思います
- 旧CPCの自動配信と同じロジックと予想して動く
- CTRが最重要ポイントになるので、今までよりもCTR改善に注力する
パフォーマンスレポートが見えるようになったら最大限に活かす
- コンテンツマッチ表示をいかに減らせるかも重要、予算設定などでコントロールできるかテストする
- 不安定なシステムだと思って対応する（厳密に調べすぎない）

Facebookに情報シェアをお願いします

BUPPAN!!
秘密のグループ
情報
ディスカッション
あなたの投稿
アナウンス
メンバー
イベント
動画
写真
ファイル

このグループを検索

ショートカット
Buppan知恵袋
BUPPAN!!
SO-DAIRI!!
2018年2月17日 平松さ...
BUPPAN! せどり部
残り2名【BUPPAN!!】...

Atsushi Hagiwara
3月29日
【楽天 新CPC広告情報交換所】
楽天で新しく始まった新CPC広告「楽天プロモーションプラットフォーム」(RPP)について、いち早く傾向をつかむ為に情報交換しましょう！
この投稿のコメントで雑談でもなんでも良いので情報シェアしてください。

いいね！ コメントする

平野 慎二さん、立原 ヨロコさん、他38人

Atsushi Hagiwara メールで届いていると思いますが、【RPP(新CPC広告)】第2弾アーリーバードキャンペーン 3月中に登録すると4月広告費が8%割引！... もっと見る
いいね！ · 返信 · 5週間前

Atsushi Hagiwara 4月1日から旧CPCより新CPCが表示優先されるようになります。
いいね！ · 返信 · 5週間前

乾 真 CPCとRPP広告について若干ですがシェアいたします。
4月全体の表示比率... もっと見る
いいね！ · 返信 · 5週間前
Atsushi Hagiwaraさんが返信しました · 返信1件

Naoto Murase うち請求はされなみたいですが今月テストで現時点で23クリックだけされてました。どれくらい消費されるかは始まってみないとわかりませんが、最初は楽天側も様子見ながらかもしれませんね。

Rakuten プロモーションメニュー

メンバーを追加
+名前またはメールアドレスを入力...

メンバー 539人
おおすすめのメンバー 非表示にする
友達
根本千絵 メンバーを追加
宮武 真由美 メンバーを追加
斉藤 啓太 メンバーを追加
もっと見る

説明
【BUPPAN!!知恵袋へ】→<http://buppan.bz/>
BUPPAN!! は、現役のネット物販トッププレイヤーの達... もっと見る

グループを作成
グループを作成して、友達や家族、チームメイトと簡単に情報をシェアしましょう。 **グループを作成**

近日予定のグループイベント **すべて表示**

残り2名【BUPPAN!!】ウェビナー 収録スタジオ生参加 今日 19:00
AP品川アネックス
Kyota HanayamaさんからBUPPAN!!のイベントへの招待がありました

キャンセルされました - 【速

楽天SEO ○○○が影響している!?

楽天SEO CTRが大きく影響している!?

- もともと一部で噂されていた情報
- 肌感覚でも、そうでは無いかな？と考えていた事
- 過去の経験から、AdWordsやGoogle SEOにはCTRが影響する、基本的にはどこかの真似してシステムを作るのでCTRが関係しているのは有力
- まったく同じような商品で同じワードで間違いなくAが売れているのにBが上位表示される
- 同じワードで売れていない方が上位に表示されている
- その他サムネイルを変えた直後から検索順に動きがみられる

- 検索ワードごとの評価と予想される
- ますます、サムネイルが重要
- 正確に検証できていないが、ほぼ確実と置いていただいても問題ないと思います
- 2016年5月に伝えた、転換率の影響は相関関係かもしれない、どちらにしても転換率上げると上がるので、引き続き指標にしてよいと思います

商品名	市場検索経由のアクセス総数	検索キーワード	アクセス数	転換率	市場検索順位	改善アクション
1	214		74	24.32%	1位	Good
			36	0.00%	95位	アクセス数を増やそう 転換率を上げよう
			19	26.32%	1位	Good
			13	23.08%	2位	アクセス数を増やそう
			13	23.08%	1位	Good
2	166		67	1.49%	15位	アクセス数を増やそう
			53	3.77%	13位	アクセス数を増やそう
			13	0.00%	101位以下	転換率を上げよう
			9	0.00%	101位以下	転換率を上げよう
			6	0.00%	57位	アクセス数を増やそう 転換率を上げよう
3	146		64	7.81%	1位	アクセス数を増やそう 転換率を上げよう
			38	7.89%	3位	アクセス数を増やそう 転換率を上げよう
			15	20.00%	3位	Good
			5	20.00%	12位	Good
			4	25.00%	1位	アクセス数を増やそう

楽天の5のつく日売れる!?

毎月**5と0**のつく日 **5 10 15 20 25 30**日は、楽天市場でのお買い物が

楽天カードご利用で



ポイント**5**倍

さらに

楽天プレミアム・ゴールドカードなら**7**倍

※SPU(スーパーポイントアッププログラム)で実施している通常特典の「楽天カードご利用でポイント3倍」が、5と0のつく日は5倍となります。

※毎月獲得上限ポイント数：楽天カード、楽天ゴールドカード 8,000ポイント（全ランク、その他会員共通）、楽天プレミアムカード 18,000ポイント（全ランク、その他会員共通）

エントリーはこちら ▶

ポイントアップ対象期間：2018年5月10日(木)0:00 - 23:59

ポイントアップにはエントリーが必要です（[エントリー履歴](#)）

お買い物後でも期間内のエントリーであれば対象になります

進呈するポイントには上限や条件がございます。キャンペーンの詳細は[こちら](#)▼

条件 **エントリーが必要**

対象サービス

通常購入

楽天ブックス

楽天kobo

楽天マート

楽天の5のつく日売れる!?

- Yahooショッピング^oに対向した楽市場の施策
- 0のつく日、5のつく日 楽天カード使用でポイント5倍
- 通常時の約120~150%UP (Yahooは通常の約3倍)
- 0よりも5のつく日が売上上がりやすい
- このタイミングで店舗内ポイント施策を合わせる
- 定期的に山を作るのは重要
- お気に入りを活用できる (お気に入りユーザーにプッシュ)

よく見られている商品ページと、各ページの売上などが確認できます。

集計対象の選択

PC
 モバイル
 スマートフォン

期間の設定

[プルダウンに最新の日付を入れる](#)

■ 日次データ 2018年 5月 9日 日次データ表示
■ 週次データ 2018年 04月30日(月)~05月06日(日) 週次データ表示
■ 月次データ 2018年 4月 月次データ表示

・日/週/月単位で、下記の期間まで確認できます。

- 日次データ 現在から過去2ヶ月まで
- 週次データ 現在から過去6ヶ月まで
- 月次データ 24ヶ月前まで

・指定の期間でアクセスが多かった上位1000ページが対象です。

【お知らせ】

- ・スマートフォンの平均滞在時間、離脱数、顧客属性情報が2014年9月1日分より参照可能となりました。
- ・お気に入り商品情報が2015年7月分より参照可能となりました。

■商品ページランキング

設定条件： 月次データ 2018年04月

商品ページの絞り込み

商品散布図

全21件中 1~21件 表示 1

基本情報						お気に入り商品情報			
#	ページ名/URL	ジャンル名	カタログID	アクセス数	アクセス人数	登録ユーザ数	総ユーザ数	在庫	ユーザ属性
	店舗全体	-	-	15,733	6,461	-	-	-	-
1	[Blurred]	[Blurred]	[Blurred]	7,470	4,971	261	13,308	442	表示する

楽天のペナルティがいつそう厳しく

楽天のペナルティがいつそう厳しくなってきました

- 最近規約違反による罰則が多発しています
- 楽天はAmazonより厳しいです、基本的に規約はしっかり守った方がよい
- ロジックを見つけて隙間を狙うのもできない
急激な変化が見られた時点で調査される
- 一度罰則を受けるとマークされて巡回頻度が上がったり、いじめのように隅々指摘されるようになる
- 不正をしなくても、楽天のレビューは比較的増やしやす、数も重視されない

最近の実例

- 自作自演レビュー（過去遡ってチェックされます）
- 外部誘導（リンクだけでなく、AmazonランキングやYahooショッピングランキングもNGのようです）
- システムの不正利用（架空注文）
- 2重価格エビデンス違反（実態の無いエビデンス）
- 商標権侵害商品の販売（わずかでも一発退店）
- 楽天ではないが、デザインをコピーした商品を販売し1億4000万円の賠償金

Yahooショッピングがますます売れる

- 以前から伝えてますが、ヤフーショッピングの売上が各社伸び続けています。ここ最近改めて実感しています。
- 競争性がとても低いので、楽天やAmazonと比べるとわずかな労力で商品の立ち上げができます。
- ヤフーショッピングの特性さえ把握してしまえば、基本的な売り方はどこも同じです。
- Amazonとユーザー属性が近いように見えます
- 楽天と比較すると、5分の1～3分の1競争性によっては超えることも、利益ベースだとヤフーショッピングの方が上がることも多い

- 競争性が低い分、楽天を超えることも多い
- ポイント全額利用が異常に多い
Tポイントを使っているのかもしれない
- 隙間なので、早いうちの参入をおすすめします
- どちらにしてもAmazon依存は危険だと思う
底辺をヤフショや楽天で固めておきたい

ヤフショPRオプション下げても 影響なかった事例

- 設定の影響は即時反映（15分で反映したケースを確認）
- 実績ある上位表示された商品はPRオプション下げても影響少ないケースが多い
（PRオプションは思っているほどSEOに影響するウエイト高くない）
- 6% → 3% 検索順位 売上ともに影響なし
（検索1位 長期実績のある商品）
季節変動が少なく、毎月ほぼ同じ売上の商品
前月比も影響なかった
- PRオプションよりも同じ予算をセールや広告に回して注文数を増やす方がよい場合もある（ケースバイケース）

- 上位で安定して注文が入るようになったらPR下げても安定する可能性も高いので調整してみる必要もある
- PRオプション 値下げ クーポン ポイント 広告予算など、どこにウエイトを置くのが効率的か研究が必要、状況に応じて変える
- 初動はPR強めにかけて、軌道に乗ってきたら徐々に調整
- 注文数などでカバーできるようになるとPRオプションを下げる事ができて、その予算を他に回したり、利益を確保する事ができる