

# BUPPAN!! ウェビナー

Nov 2017 第一部

「 難しい事はすっとばして、、、

アマゾンスポンサード広告 ～ 毒性の高い検索キーワード

要素を抽出し、CVにつながらない検索キーワードの8割を

除外する方法 を教えます」

# 元々のアジェンダ 1

- 分析の目的は、2種類のアウトプット ~ 昇格候補 と 除外候補

(データの読み方)

- 分析の着眼点： どの数字を見るべきか？
- 基準値の設定： 自分は、どの数字が、どうだったら、どうしたいか？
  - セールスからのアプローチ
    - ACOS
    - CVR
  - 関連性からのアプローチ
    - CTR
    - クリック数
  - 数字を読む際の注意
    - 数字が出た背景を把握しておく

# 元々のアジェンダ 2

(実演 ～ 検索キーワードレポートの分析 今回は除外候補の特定のみ)

- レベル1：実績値ベースでの処理
  - 検索キーワードレベル
- レベル2：メタKW レベル
  - メタKWの特性・関連性による分類と処理
  - バックテストによる効果測定

(さらに進んだ話)

- 設定した広告KWの共食いを防ぐ
- 広告KWと除外KWの共食いを防ぐ
- 見落としがちだけど大事な、データの管理
- 分析作業の半自動化のステップ

ですが、、、

小難しい事は全てやめ。

# 本日のアジェンダ

- (講義) 毒性の高いサーチタームの識別方法
- (講義) KWの除外 二つのレベル
  - 実績値による除外
  - メタKWの特性・関連性による分類と処理
  
- (講義) 毒性の高いサーチタームの識別方法
  
- (実演) 毒性の高いサーチタームの識別
- 効果測定方法 ~ バックテスト
  
- ちょっとだけ進んだ話し
  - 手順を自動に近づける

(講義) 毒性の高いサーチタームの  
識別方法

# 毒性の高いサーチタームの識別方法

- クリックされてもCVにつながらない
- CVするけど赤字
- クリックされない → 関連性が低い

上記の “度合” の問題 → 基準値を決める

# 毒性の高いサーチタームの識別方法 基準値を決める

- クリックされてもCVにつながらない
  - CVR, CV数
  - CVするけど赤字
    - ACOS  $\text{広告経由の売上} \div \text{広告費}$
    - = 粗利率でとんとん
- クリックされない
  - CTR, Click数

## サーチタームの識別時の基準値 注意点

- 数字の背景にある情報を把握しておく

こんな時、どんな数字がどうなるか？

- 例1：新商品でレビュー0件
- 例2：入札単価を高くし、露出を増やしている
- 例3：値下げ（値上げ）している最中

# 毒性の高いサーチタームの識別方法 めちゃくちゃ大雑把な基準値の決め方

- CVR
  - 想定CVRとくらべて決める
  - 実際に広告経由のアクセスをとると、CVRが下がる
- ACOS
  - 商品の粗利率とくらべて決める
- CTR ← 初級者は見なくていい

(講義) KWの除外 二つのレベル

実績値による除外

メタKWの特性・関連性による分類  
と処理

# KWの除外 二つのレベル

- 実績値による除外
  - 実際にデータを見て判断する (Reactive)
  - 完全一致で除外する
- メタKWの特性・関連性による分類と処理
  - 内容から推測して判断する (Proactive)
    - フレーズ一致で除外

ひとつ、やってみるか

実績値からのアプローチ

# 毒性の高いサーチタームの識別方法

- 使用するもの
  - 検索KWレポート
- フィルタを設定（式を入れてみやすく）
  - Subtotal関数
- 並べ替える
  - CV = ゼロ
  - クリック数、インプレッションが多い順

## 注意点 @ 実績値ベースでのサーチターム識別時

- データ数（サンプル数）を充分とって判断

例： 想定 CVR 10%の商品。

何クリック分のデータが欲しい？

もひとつ、やってみるか

ちょっとだけ  
プロアクティブなアプローチ

# 毒性の高いサーチタームの識別方法

- 使用するもの = 検索KWレポート

- やること

フィルタを設定

並べ変える

判定！

## 毒性の高いサーチタームの識別方法（続き）

#1: 毒性の高いと思われる “単語” を見つける

#2: #1 で見つけた単語の 毒性 をチェック

検証：ある単語が含まれるサーチタームを除外したらどうなるか？

#3: 繰り返し

手順①

☆ 地道で確実 でも 手間がかかる方法

# 有害なサーチタームを 楽に 識別する方法

#1: CV0 のサーチタームを出す

#2: 単語 レベルで バラバラにする

#3: 単語ごとのクリック数 で降順に並び替え

#4: 手順① を繰り返す

## 付録

1 : 作業中に使ったエクセルの便利な関数 subtotal。  
subtotal(9,範囲) みたいに使う

2 :

Q. 当選確率 10% のくじ引き。これを 50 回連続で外す  
確率は？

A.  $9/10$  の 50 乗 = 0.52%

(応用) CVR 10% のページに、普通のアクセスを流し込んで、50 クリック発生した後、CV が 0 件の確率は、0.52% である。

# 有害なサーチタームを 楽に 識別する方法

#1: CV0 のサーチタームを出す

#2: 単語 レベルで バラバラにする

#3: 単語ごとのクリック数 で降順に並び替え

#4: 手順① を繰り返し