

2020.02.10

BUPPANウェビナー

amazon検索アルゴリズムと

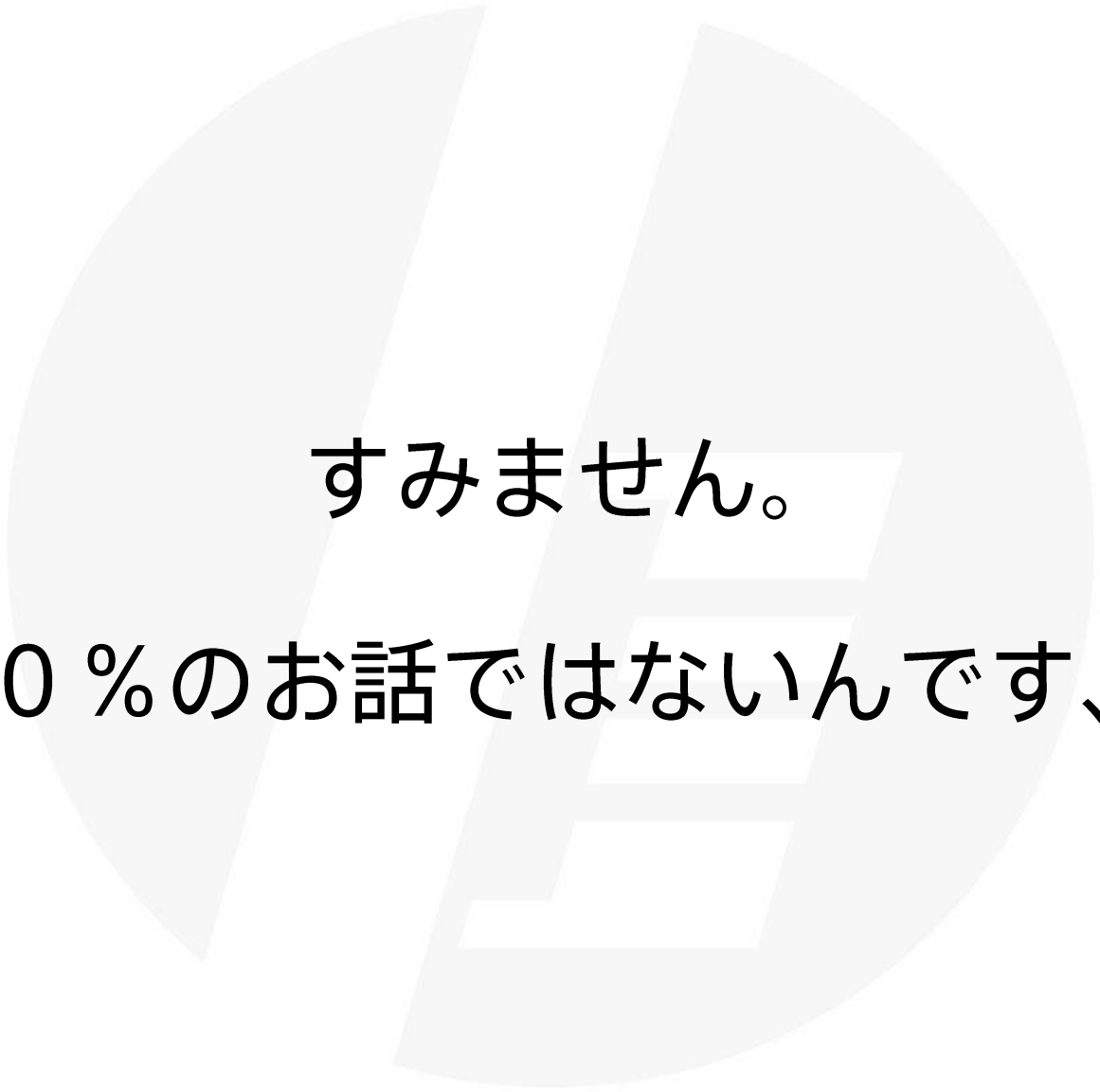
SP広告設定の見直し

話す人：原之藁

# 本日のもくじ

1. amazonアルゴリズムの変動
2. SP広告設定を見直そう
3. 変化に気付くために日々やるべきこと
4. 時間が余ればamazon販売のよくある質疑応答のシェア

# アルゴリズムの変動



すみません。  
100%のお話ではないんです、、、

# 購入数量だけでは上がりきらない

- SP広告の利用の有無による影響
- バックリンク（被リンク）
  - ベストセラーとの相関関係
  - 外部広告を回すのにも意味がある
  - アフィリエイターも有効では？
- レビューの質？量？
  - レビュー投稿基準が変わった
  - CVRとの相関関係

SP広告のある設定を変える

こんな話をよく聞きます。

- 入札単価を上げてても検索結果に表示されない  
(または非常にインプレッションが少ない)
- 関連性薄いけど狙ってるキーワードが表示されない
- CVRは高いのでアクセス集められれば上位を取れる

# 固定入札に変更しよう



## キャンペーンの入札戦略 ①

- 動的な入札 - ダウンのみ  
Amazon は、販売につながる可能性が低い場合に入札額を随時引き下げます。2019 年 01 月より前に作成されたキャンペーンでは、この設定を使用していました。 [詳細はこちら](#)
- 動的な入札 - アップとダウン  
Amazon は、広告が販売につながる可能性が高い場合に入札額を随時引き上げます（最大 100%）。販売につながる可能性が低い場合には、入札額を引き下げます。 [詳細はこちら](#)
- 固定額入札  
Amazon は、正確な入札額と、出品者が指定した手動での調整額を使用します。販売の可能性に基づいて入札額を変更しません。 [詳細はこちら](#)

### 3. 変化に気付くために 日々やるべきこと

- ・主要キーワード検索順位チェック（通常検索）
- ・主要キーワード検索順位チェック（広告検索）
- ・ビジネスレポート / 広告レポートチェック
- ・レビューチェック
  - ・画像、表示順位、厄介なのは投稿文なしレビュー

よくある質疑応答のシェア

- アカウント作成について（紐付けとか）
- アカウント停止になった時の対処
  - ブランド登録
  - 在庫
- 売り出し開始の価格設定
- 数字が大きく変わった時の判断
- 他



Fin