

今回はPPC広告のアカウントの構造と各階層の特長について解説する。そもそもアカウントとは、施設帯端末への配信比率の調整のIDのようなものであり、施設の登録情報、広告費用の支払方法の選択、全体の予算などの情報を管理する最上位の管理単位である。

そのアカウントの下で①キャンペーン②広告グループの下には複数の広告

インターネット 第108回

徹底集客

③広告・キーワードのグループが存在する。

三つの階層がある。アカウントの中に複数のキャンペーンがあり、各キャンペーンの中に複数の広告グループがあり、各広告グループ

があり、複数の広告グループの設定が可能である。

③広告・キーワードは、この中に設定される。地域名、サービス、施設名

称など、共通のキーワードが設定できる広告を分類

①キャンペーンは、アカウントの直下では、一番大

①キャンペーン②広告グループ③広告・キーワードの数については設定できる上限数が決まっている。

スポーツードサーチでは、①キャンペーンは1アカウントあたり100個②広告グループは1キャンペーンあたり2千個③広告は1広告グループあたり50個、キーワードは1広告グループあたり2千個」となっている。

アカウントの構造

まずアカウント、①キャンペーン②広告グループ③広告・キーワードから構成されるアカウント構造を正しく理解していただきたい。特に①キャンペーン分類は重要である。PPC広告を始めるにあたり、アカウント全体の構造を明確にしてから、広告の作成作業を行っていたきたい。

(株)会社アピリティコンサルティング・株式会社プライムコンセプト 的場弘明 〓隔週掲載