

引き算アフィリエイト

広告出稿時のクリック単価の決め方

目次

■ 広告出稿時の入札価格の決め方	3
------------------------	---

■ 広告出稿時の入札価格の決め方

PPC広告では、あなたの広告がクリックされたときに、費用が発生するという広告でしたよね。

そして、PPC広告では1クリックあたりいくら払うかということを設定することができます。

そのことを「入札価格」と呼びます。

つまり、「入札価格」とはあなたの広告が1クリックされたときに、支払う金額です。

そして、キーワードごとに入札価格の高い人から順番に上位に掲載されます。

(正確には、品質インデックスが関わってくるので、入札価格が高ければ上位になるとは限りませんがここでは、説明上そうさせていただきます。)

上位に表示されればされるほど、たくさんのアクセスが集まります。

しかし、上位に掲載したいからといって、無闇に高い入札価格を設定しても赤字になるだけなので注意が必要です。

PPC広告では、もっとも利益が最適化できる入札価格があります。

ただし、最初は何もデータがないので、最適な入札価格を求めることができません。

ですから、広告出稿時は暫定で入札価格を設定する必要があります。

僕は下記の基準でクリックを設定します。

広告出稿時の入札価格はアフィリエイト報酬の100分の1
※3商品のうち一番報酬額が低い商品の100分の1

たとえば、アフィリエイト報酬が3000円だった場合は、その100分の1の30円を入札価格とします。

なぜ、入札価格をアフィリエイト報酬の100分の1にするかというと…

一つの指標として、**誘導率30%、成約率3%**とします。

つまり、広告をクリックした人の1%が商品を購入する計算になります。

誘導率とは、あなたの広告をクリックしてサイトに訪れた人のうち、アフィリエイトリンクをクリックした人の割合のことです。

成約率とは、販売ページにアクセスした人の内、実際に商品を購入した人の割合のことです。



アフィリエイトリンクが50回クリックされたのに商品が売れない場合、売れない商品と判断します。

これを**損切り**と言います。

入札価格をアフィリエイト報酬の100分の1にすることで、損切り基準に達した時にアフィリエイト報酬を超えないようになっているので、いきなり大きな損失を被ることがなくなります。

上記の理由から、
入札価格をアフィリエイト報酬の100分の1に設定します。

ただし、アフィリエイト報酬が4000円、5000円と高額になってくると入札価格が40円、50円になります。

いきなり、高額な入札価格にしてしまうのはリスクが高いため、最初は**最大でも30円**にしておきましょう。

ある程度、**資金に余裕がある方は、最大50円**にしてもOKです。

ですので、最大価格をご自身の資金と相談しながら、30～50円の間で決めてください。

ここで無理する必要はないので、無理して50円にしなくても大丈夫ですよ。

資金に余裕がない場合は、30円でOKです。

まとめ

- 広告出稿時の入札価格はアフィリエイト報酬の100分の1
- 入札価格は最大でも30～50円にする