

引き算アフィリエイト

ユニファイドキャンペーンとは？

目次

■ユニファイドキャンペーンとは？	3
■ユニファイドキャンペーンの2つの問題点とは？	4
■問題1：ユニファイドキャンペーンのURL問題	5
①スマホからPCサイトを見るのは大変	5
②PC・スマホどちらから成果が発生したか解らない	6
■URL問題の解決策とは？	7
■問題2：スマホのクリック価格問題	8
■スマートフォン入札価格調整率を理解する	9

■ユニファイドキャンペーンとは？

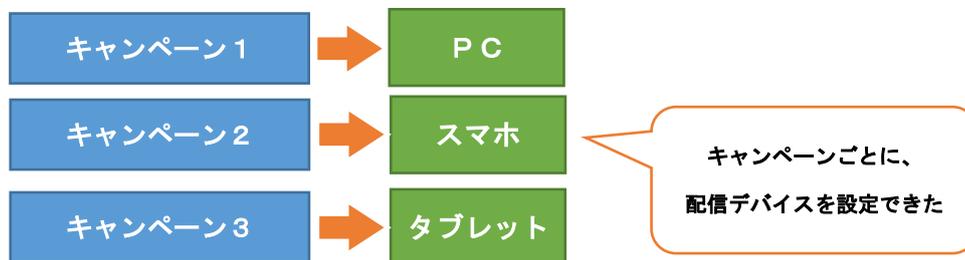
このマニュアルではユニファイドキャンペーンと言うものについて、説明していききたいと思います。

ユニファイドキャンペーンは2013年7月から、新しく導入された仕組みです。

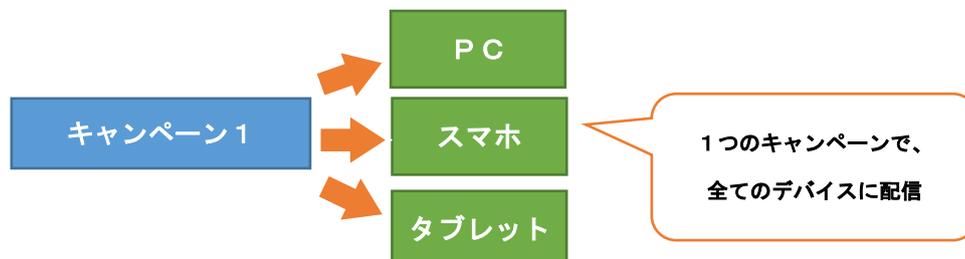
これは、デバイスの垣根をなくし、一つのキャンペーンですべてのデバイスへ広告を配信・管理できるようにしたものです。

ユニファイドキャンペーンの導入で1つのキャンペーンですべてのデバイスに出稿管理ができるということなんです。

【従来のキャンペーン】



【ユニファイドキャンペーン】



■ユニファイドキャンペーンの2つの問題点とは？

ユニファイドキャンペーンを
まだまだ使いこなせていないアフィリエイトが多いです。

なので、ここでしっかりとユニファイドキャンペーンについて理解し、
既存のPPCアフィリエイトをごっそり追い抜いてしまいましょう！

なぜ、使いこなせていないかというと、
ユニファイドキャンペーンには、2つの問題点があります。

それがこちらです。

問題1：URL問題

問題2：スマホの入札価格問題

それでは、一つずつ詳しい内容と
その解決策をお伝えしていきます。

■問題1:ユニファイドキャンペーンのURL問題

最初の問題が、PCサイトとスマホサイトのURL問題です。

ユニファイドキャンペーンになって、
1つのキャンペーンで全てのデバイスに広告配信できるようになったのはいいのですが、

肝心のサイトURLは1つしか設定できないのです。

つまり、PCユーザーはPCサイトのURLに飛ばして
スマホユーザーはスマホサイトのURLに飛ばすということが
出来なくなったということです。

これが何で問題かといいますと、2つ問題があります。

- ①スマホからPCサイトを見るのは大変
- ②PC・スマホどちらから成果が発生したか解らない

①スマホからPCサイトを見るのは大変

まず、スマホでPCサイトを見るのは
大変だということです。

あなたもスマホを持ちであれば一度は経験されていると思いますが、
スマホでPCサイトを見るのは大変ではないですか？

少しでもユーザーが見つらいと感じてしまったら、
すぐに離脱してしまいます。

なので、スマホユーザーにはスマホ専用のサイトを
用意してあげる必要があります。

②PC・スマホどちらから成果が発生したか解らない

2つ目の問題がPC・スマホどちらから成果が発生したか解らないということです。

商品によって、

「PCでは売れるけどスマホでは売れない」

「スマホでは売れるけどPCで売れない」

と、デバイスごとに売れ方が違います。

PPCアフィリエイトでは、このデバイスごとの売れ方の違いについても把握しておかなければいけません。

何故かと言うと、

たとえば「PCでは売れるけどスマホでは売れない」という状況の時、

PCでは黒字なのに、スマホでは赤字であわせるとトントンになったとしましょう。

このときに、スマホから売れないということが分かればスマホの配信を止めることができますよね。

では、どうすればデバイスごとに売れ方を把握することができるかというとアフィリエイトリンクをデバイスごとに変えるのです。

しかし、それを実現するには、

PCサイトとスマホサイトを用意する必要があります。



■URL問題の解決策とは？

この2つの問題の解決策としては、
リダイレクト機能を使うということです。

リダイレクト機能とは、PCサイトにスマホユーザーが来た場合、
自動でスマホサイトに切り替わるという機能です。

このリダイレクト機能を使うことで、
Yahoo!プロモーション広告にはPCサイトのURLしか登録していませんでも
スマホユーザーがアクセスすると自動でスマホサイトが
表示されるようになります。



「リダイレクト？そんな難しいことは解らない！」

と思っているかもしれませんが、ご安心ください。

配布しているテンプレートにはリダイレクト機能が既に搭載されています。

ですので、普通にマニュアル通りにサイトを作成するだけで、
ユニファイドキャンペーンに最適化されたサイトが作成できます。

■問題2:スマホのクリック価格問題

次に、スマホの入札価格の設定方法がかなり取っ付き難いという問題です。

ユニファイドキャンペーンの導入により、
スマホの入札価格を直接設定することができなくなりました。

そのかわりスマホの入札価格は、
PCの入札価格から計算されます。

「PCの入札価格の〇倍がスマホの入札価格になりますよ」
ということです。

この「〇倍」を決めることで、
間接的にスマホの入札価格を決めることができます。

「〇倍」を決めるための項目が
「スマートフォン入札価格調整率」とよばれるものです。

このように説明だけ聞くと意味が分からないと思います。
僕も最初は全く意味が分かりませんでした。

でも、安心してください。実際に触っていくうちに
理解できるようになりますからね。

デバイス	引き上げ率/引き下げ率	入札価格の計算例
PC	引き上げ率 ▼ 0	% 例:入札価格100円が 100 円
スマートフォン	引き上げ率 ▼ 0	% 例:入札価格100円が 100 円
タブレット	引き上げ率 ▼ 0	% 例:入札価格100円が 100 円

※以下の範囲での設定が可能です。(1%単位、半角数字で入力)
引き上げ率:0%~900%
引き下げ率:1%~90%、または100%
※設定した入札価格調整率は変更が可能です。
※「引き下げ率」を選択し「100」を入力すると、該当のデバイスには広告を配信しない設定となります。

■スマートフォン入札価格調整率を理解する

スマートフォン入札価格調整率を理解するためには、実際に自分の頭で考えて計算するのが一番です。

具体例をたくさん用意したので、僕と一緒に計算してみましょう。

スマートフォン入札価格調整率は下記の範囲で入力できます。

引き上げ率	引き下げ率
0%～300%	1%～90%、100%

なんとなくでいいので頭に入れておきましょう。

まず、スマホの入札価格は、PCの入札価格とスマートフォン入札価格調整率を掛けあわせたものです。

計算式で表すとこのようになります。

スマホの入札価格 [円]

$= \text{PCの入札価格} + (\text{PCの入札価格} \times \text{スマートフォン入札価格調整率})$

となります。

そんな説明よりも、具体例を見たほうがわかりやすいので、コチラをみてください。

PCの入札価格とスマートフォン入札価格調整率が
表の条件のときのスマホの入札価格を求めましょう。

【例1】

PCの入札価格	スマートフォン入札価格調整率
100円	引き上げ100%

スマホの入札価格 [円]
= PCの入札価格 + (PCの入札価格 × スマートフォン入札価格調整率)
= 100円 + (100円 × 100%)
= 100円 + 100円
= **200円**

【例2】

PCの入札価格	スマートフォン入札価格調整率
100円	引き上げ300%

スマホの入札価格 [円]
= PCの入札価格 + (PCの入札価格 × スマートフォン入札価格調整率)
= 100円 + (100円 × 300%)
= 100円 + 300円
= **400円**

【例3】

PCの入札価格	スマートフォン入札価格調整率
200円	引き上げ0%

スマホの入札価格 [円]
= PCの入札価格 + (PCの入札価格 × スマートフォン入札価格調整率)
= 200円 + (200円 × 0%)
= 200円 + 0円
= **200円**

【例4】

PCの入札価格	スマートフォン入札価格調整率
100円	引き下げ50%

スマホの入札価格 [円]

= PCの入札価格 + (PCの入札価格 × スマートフォン入札価格調整率)

= 100円 + (100円 × -50%)

= 100円 - 50円

= **50円**

【例5】

PCの入札価格	スマートフォン入札価格調整率
100円	引き下げ100%

スマホの入札価格 [円]

= PCの入札価格 + (PCの入札価格 × スマートフォン入札価格調整率)

= 100円 + (100円 × -100%)

= 100円 - 100円

= **0円 (スマホ配信停止)**

ただ、実践して頂くにあたり、上記の計算はすることはありません。

それよりも、PCの入札価格とスマホの入札価格から、スマートフォン入札価格調整率を求めることが必要になってきます。

たとえば、PCの入札価格を100円、
スマホの入札価格を200円にしたい場合。

スマホの入札価格は直接設定できませんので、
「スマートフォン入札価格調整率」で設定するしかありません。

上記の場合、スマートフォン入札価格調整率はどうすればいいのでしょうか？

という事が問われてきます。

そこで必要な式がこちらです。

スマートフォン入札価格調整率 [%]

$$= (\text{スマホの入札価格} - \text{PCの入札価格}) \div \text{PCの入札価格} \times 100$$

そんな説明よりも、具体例を見たほうがわかりやすいので、
コチラをみてください。

PCの入札価格とスマホの入札価格が
表の条件のときのスマートフォン入札価格調整率を求めましょう。

【例6】

PCの入札価格	スマホの入札価格
100円	200円

スマートフォン入札価格調整率 [%]

$$= (\text{スマホの入札価格} - \text{PCの入札価格}) \div \text{PCの入札価格} \times 100$$

$$= (200\text{円} - 100\text{円}) \div 100\text{円} \times 100$$

$$= 100\text{円} \div 100\text{円} \times 100$$

$$= 1 \times 100$$

$$= 100$$

$$= \text{引き上げ率 } 100\%$$

【例7】

PCの入札価格	スマホの入札価格
100円	120円

スマートフォン入札価格調整率 [%]

$$= (\text{スマホの入札価格} - \text{PCの入札価格}) \div \text{PCの入札価格} \times 100$$

$$= (120\text{円} - 100\text{円}) \div 100\text{円} \times 100$$

$$= 20\text{円} \div 100\text{円} \times 100$$

$$= 0.2 \times 100$$

$$= 20$$

$$= \text{引き上げ率 } 20\%$$

【例8】

PCの入札価格	スマホの入札価格
50円	200円

スマートフォン入札価格調整率 [%]

$$= (\text{スマホの入札価格} - \text{PCの入札価格}) \div \text{PCの入札価格} \times 100$$

$$= (200\text{円} - 50\text{円}) \div 50\text{円} \times 100$$

$$= 150\text{円} \div 50\text{円} \times 100$$

$$= 3 \times 100$$

$$= 300$$

$$= \text{引き上げ率} \underline{300\%}$$

【例9】

PCの入札価格	スマホの入札価格
50円	250円

スマートフォン入札価格調整率 [%]

$$= (\text{スマホの入札価格} - \text{PCの入札価格}) \div \text{PCの入札価格} \times 100$$

$$= (250\text{円} - 50\text{円}) \div 50\text{円} \times 100$$

$$= 200\text{円} \div 50\text{円} \times 100$$

$$= 4 \times 100$$

$$= 400$$

$$= \text{引き上げ率} \underline{400\%?}$$

但し…引き上げ率は0%~300%なので、

$$= \text{設定できない}$$

つまり、【例8】と【例9】を比べて見て頂くと分かることが、

スマホの入札価格は、PCの入札価格の4倍までしか設定出来ません。

これは重要なことなので覚えてくださいね。

【例 10】

PCの入札価格	スマホの入札価格
200円	100円

スマートフォン入札価格調整率 [%]

$$= (\text{スマホの入札価格} - \text{PCの入札価格}) \div \text{PCの入札価格} \times 100$$

$$= (100\text{円} - 200\text{円}) \div 200\text{円} \times 100$$

$$= -100\text{円} \div 200\text{円} \times 100$$

$$= -0.5 \times 100$$

$$= -50$$

$$= \text{引き下げ率} 50\%$$

【例 11】

PCの入札価格	スマホの入札価格
300円	30円

スマートフォン入札価格調整率 [%]

$$= (\text{スマホの入札価格} - \text{PCの入札価格}) \div \text{PCの入札価格} \times 100$$

$$= (30\text{円} - 300\text{円}) \div 300\text{円} \times 100$$

$$= -270\text{円} \div 300\text{円} \times 100$$

$$= -0.9 \times 100$$

$$= -90$$

$$= \text{引き下げ率} 90\%$$

【例 1 2】

PCの入札価格	スマホの入札価格
300円	10円

スマートフォン入札価格調整率 [%]

$$= (\text{スマホの入札価格} - \text{PCの入札価格}) \div \text{PCの入札価格} \times 100$$

$$= (10\text{円} - 300\text{円}) \div 300\text{円} \times 100$$

$$= -290\text{円} \div 300\text{円} \times 100$$

$$= -0.9666\cdots \times 100$$

$$\approx -97$$

$$= \text{引き下げ率}97\%?$$

但し…引き下げ率は0%~90%なので、

$$= \text{設定できない}$$

つまり、【例 1 1】と【例 1 2】を比べて見て頂くと分かることが、

スマホの入札価格は、PCの入札価格の10分の1倍までしか設定出来ません。

これは重要なことなので覚えてくださいね。

【例 1 3】

PCの入札価格	スマホの入札価格
300円	0円 (スマホ配信停止)

スマートフォン入札価格調整率 [%]

$$= (\text{スマホの入札価格} - \text{PCの入札価格}) \div \text{PCの入札価格} \times 100$$

$$= (0\text{円} - 300\text{円}) \div 300\text{円} \times 100$$

$$= -300\text{円} \div 300\text{円} \times 100$$

$$= -1 \times 100$$

$$= -100$$

$$= \text{引き下げ率}100\%$$

如何でしょうか？
理解できましたでしょうか。

このように、スマホの入札価格は、
PCの入札価格を基準に計算されます。

「こんな難しい計算、私には出来ない！
私にはやっぱりPPCアフィリエイトなんて無理！！」

と感じている方もおられるかもしれません。

ただ、最初は理解できなくても問題ありません！

なので、諦めずに頑張ってください！

以上で、ユニファイドキャンペーンについての
解説を終了したいと思います。

お疲れ様でした。

まとめ

- スマホのクリック単価 [円]
= PCのクリック単価 + (PCのクリック単価 × スマートフォン入札価格調整率)
- スマートフォン入札価格調整率 [%]
= (スマホのクリック単価 - PCのクリック単価) ÷ PCのクリック単価 × 100
- スマホのクリック単価は、PCのクリック単価の4倍まで
- スマホのクリック単価は、PCのクリック単価の10分の1倍まで