

引き算アフィリ

利益額をグーンとアップさせる

3つの方法とは？

目次

■はじめに	3
■利益額をグーンとアップさせる3つの方法とは?	4
① 広告のクリック率を上げる	4
② 誘導率を上げる	6
③ 成約率を上げる	8
■計測期間はどれくらいがいいの?	9
■変更するときの注意点	10

■はじめに

さて、前回のマニュアルでは、
最適な入札価格を求める方法をお伝えしました。

前回のマニュアル通りに入札価格を変更することで、
利益率60%を出すことができるようになります。

「おかげさまで利益率が上がりました！」

という場合はOKです。

しかし、その反面・・・

「売れる商品だということが分かったので
もっと売上を伸ばしたいのですがどうすればいいですか？」

ということをおもっているかもしれませんね。

そこで、このマニュアルでは、
利益額をグーンとアップさせるための3つの方法について説明します。

ただ、このマニュアルは中級者編です。

実際に売上をもっと伸ばしたいのであれば、
違う商品でサイトを作ってガンガン出稿していきましょう。

扱う商品の数やサイト数が増えれば増えるほど、
売上が上がり、かつ安定していきます。

なので、とりあえずは知識として覚えておくだけでOKです。

■利益額をグーンとアップさせる3つの方法とは？

それでは具体的に利益額をアップさせる方法について説明します。

その方法がこちらの3つです。

- ① 広告のクリック率を上げる
- ② 誘導率を上げる
- ③ 成約率を上げる

① 広告のクリック率を上げる

何度もお伝えしている通り、
広告のクリック率はPPCアフィリエイトにおいて非常に重要な要素です。

クリック率の高い広告を作れるようになれば、
安い入札価格で上位に掲載できるようになるからです。

⇒ [K4-102：品質インデックスを上げる方法.pdf](#)

●具体的な方法

マニュアル通り作業していれば、
1つの広告グループに3つの広告が入っていると思います。

その中で、一番クリック率のいいモノをだけ残し、
他の広告は停止させましょう。

その後、さらに新しい広告文を2つ追加します。

その時に、既存の広告文とは違うライティング技術を使用することを
心がけてください。

そうすることで、高いクリック率の広告文を作成できるようになります。

⇒ [K3-103 : 誘導率と成約率を極限まで高めるPPCアフィリエイトライティング講座.pdf](#)

② 誘導率を上げる

誘導率を上げることは、利益額アップに直結します。

何故かといいますと、誘導率が2倍になれば、
同じ広告費で成果も2倍になるからです。

例えば、報酬500円、成約率1%の商品があったとします。
広告が1000回クリックされたとき、
誘導率が1%のときと2%のときでそれくらい利益に差が出るでしょうか。

▼シミュレーション

クリック数	入札価格	広告費	誘導率	成約数	成果	利益
1000	5	5000	1%	10	5000	±0
1000	5	5000	2%	20	10000	+5000

結果、**誘導率が2倍になれば成果も2倍になる**が、
広告費は同じなので、それだけ利益が上がるということですね。

●具体的な方法

誘導率を上げるためにはサイト内の下記の箇所を変えてみましょう。

- ・キャッチコピー
- ・サブキャッチコピー
- ・説明文

あなたのプリウスを査定するならコチラ

車の査定をするなら「一括査定」が便利！

車の買取価格は業者によって値段がピンキリです。

A社では80万円の買取価格なのに、
B社では110万円で買い取ってくれる・・・、

という事もあり得るんですね。

そこで、車の査定で少しでも損をしないために、
「車の一括査定」をご紹介します。

複数の業者に一括で査定見積もりができて、
あなたの車の最高査定額が分かります♪

「車の一括査定サービス」は複数ありますが、
まとめておきましたので、参考にしてください。

特にサイトのキャッチコピーは、
ユーザーがサイトに訪れて最初に目にする箇所です。

ここで、広告文の内容とキャッチコピーの内容があまりにも乖離していると、
すぐにユーザーは離脱してしまいます。

広告文とキャッチコピーは必ず意味が通じる内容で作成してください。
そうすることで、ユーザーの離脱を防ぐことができます。

③ 成約率を上げる

成約率を上げるのは上級者向けなので、はじめの内は気にしなくてもOKです。

成約率というものは、商品販売サイトの出来栄えに大きく左右されます。

ですので、アフィリエイトの努力で上げることは、なかなか難しいです。

それでもライティング技術を駆使することで、成約率を上げることも不可能ではありません。

●具体的な方法

成約率を上げるためには、サイトの説明文を変更しましょう。

既存の説明文とは違うライティング技術を使用することを心がけてください。

そうすることで、どちらの説明文の成約が高くなるか判断することができます。

⇒ K3-103 : 誘導率と成約率を極限まで高めるPPCアフィリエイトライティング講座.pdf

■計測期間はどれくらいがいいの？

効果を計測するための期間は最低でも 1 週間を取りましょう。

キーワードによって、土日にクリックされるものもあれば、水曜日にクリックされるものもあります。

なので、なるべく同じ条件で計測するために、

1 週間単位で計測しましょう。

■変更するときの注意点

広告文やサイトを変更する際に1つ絶対に守っていただきたいことがあります。

それは、1回につき1箇所しか変更しないということです。

1回に複数の箇所を変更してしまうと、
どの箇所を変更したお陰でデータの数値が変わったのか
分からなくなってしまいますからです。

厳密に話すと、広告文を変更することによって、
誘導率や成約率にも影響を及ぼすことがあります。

また、キャッチコピーやバナーなどを変えることによって、
成約率にも影響を及ぼすこともあります。

たとえば・・・

- ・ 広告文
- ・ キャッチコピー
- ・ アイキャッチ画像
- ・ 説明文

を同時に変更して下記のような結果が出たとします。

- ・ クリック率UP
- ・ 誘導率DOWN

クリック率がUPするのは広告文を修正した影響だと分かるのですが、
誘導率がDOWNした原因が、

「広告文にあるのか？キャッチコピーにあるのか？
それともアイキャッチ画像にあるのか？説明文にあるのか？」

どれにあるのかが分かりません。

ですので、広告管理をする際は、
1回につき1箇所しか変更しない
ということを必ず守るようにしましょう。

以上で利益率をグーンとアップさせる方法の説明を終わりたいと思います。

お疲れ様でした。