



AdWords の新しいインターフェースのご案内

キャンペーン管理の変更について

導入と概要

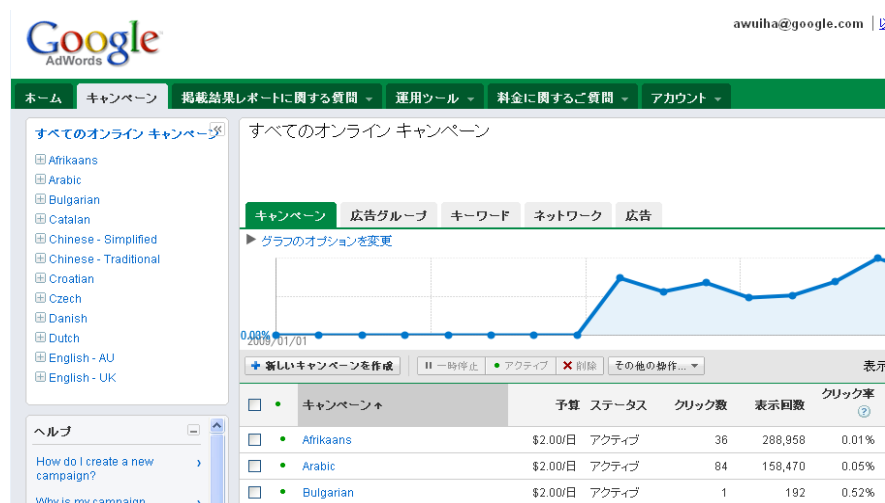
AdWords は皆様のおかげで大きく成長しました。2005 年以降、広告主様による AdWords の新しい利用方法に対応すべく 20 以上のツールや 10 以上のレポートを追加してきました。

それに伴い、AdWords のウェブ インターフェースも成長を遂げました。今回 Google では、キャンペーンの管理方法に重点を置いて、改善の必要な点の分析を行い、その結果として AdWords の新しいインターフェースを開発いたしました。

インターフェースの主なアップデート:

新しいインターフェースでは、キャンペーン管理の面で小規模な変更がいくつか加えられています。主な変更点は次のとおりです。

- **簡単な管理画面操作** がアカウント ツリーによって実現。
- **インライン編集** でキーワード、入札単価、広告、プレースメントをページ遷移なしで編集。
- **統合されたレポート** がキャンペーン管理ページで利用可能。
- **ロールアップ表示** でキャンペーンのすべてのキーワード、広告、プレースメントを並び替え表示。
- **すばやいフィルタリング** によって重要なデータを絞り込んで表示
- **掲載結果の概要グラフ** で動向をすばやく把握。



新しいインターフェース開発の目的は、次のようなアカウントでの日常的な業務を簡単に行えるようにするというものです。

- データをさまざまな角度から分析し、必要なときに必要なツールを使用する
- 管理画面操作をすばやく行う
- キーワード、広告、入札単価、プレースメントの編集を簡単に行う
- 詳細な統計情報や見やすくなったレポートを通してアカウントを詳細に把握する

このガイドは、AdWords の新しいインターフェースのご利用についてご説明するものです。次のセクションでは、アカウントを操作するとき使用する主な機能の概要をご説明いたします。

I. 管理画面操作

操作タブ

新しいインターフェースでアカウントを開くと、ページ上部の操作タブに変更が加えられていることがわかります。



新しい [運用ツール] タブでは、アカウントのツール ページを表示できます。以前と同じツールにアクセスできますが、新しいインターフェースではその一部が [キャンペーン] タブに統合されました。

[アカウント] タブでは、アカウント設定やアカウントのアクセス権の設定を表示したり編集でき、[料金に関するご質問] タブでは、[料金概略] や [課金設定] ページにアクセスできます。

ページ内が変更されたのは [キャンペーン] タブのみです。その他のタブやタブのプルダウンメニューをクリックすると以前の AdWords のインターフェースが表示されます。

アカウント ツリーでの操作

ページの横には、AdWords Editor のナビゲーション ツリーに似た、ナビゲーション用のアカウント ツリーが表示されます。

管理画面操作のヒント

- アカウント ツリーを使用すると、アカウント内のアクティブなキャンペーンや広告グループにすばやく移動できます
- 新しいロールアップ タブを使用すると、アカウント内または選択したキャンペーンで、すべての広告グループ、キーワード、プレースメント、広告のリストを表示できます
- ページ上部には、アカウントでの現在位置を示すラベルが表示されています。リンクをクリックすると前のレベルに戻れます

	予算	ステータス	クリック数	表示回数	クリック率
● Afrikaans	\$2.00/日	アクティブ	23	188,781	0.01%
● Arabic	\$2.00/日	アクティブ	45	75,351	0.06%
● Bulgarian	\$2.00/日	アクティブ	1	91	1.10%

アカウント ツリーを使用すると、アカウント内のどのページからでもアクティブなキャンペーンや広告グループにすばやく移動できます。(現時点では、一時停止中または削除済みのキャンペーンや広告グループはアカウント ツリーには含まれません。)

また、以前と同じように、キャンペーン管理ページの上部や表の中にあるリンクをクリックして、アカウントの元のページに戻ることもできます。

2. 掲載結果の確認

アカウントおよびキャンペーン単位でのロールアップ

アカウント内の広告やキーワードをより柔軟に表示したり並べ替えられます。アカウントですべてのキャンペーンを表示すると、[広告グループ]、[キーワード]、[ネットワーク](詳細については後述)、[広告] という新しいタブが表示されます。どれか一つのキャンペーンを選択すると、[キーワード]、[ネットワーク]、[広告]、[設定] という

掲載結果の統計情報の表示

- アカウントのロールアップタブを使用すると、注意を必要とするキーワードや広告などをすばやく表示できます。
- ロールアップタブを表示する場合、アカウントツリーを使用すると、異なるキャンペーンのキーワード、広告、プレースメントの完全なリストをすばやく表示または非表示にできます。
- フィルタとロールアップタブを併用すると、複数のキャンペーンや広告グループで、指定したルールに従ってキーワード、プレースメント、広告をすべて表示できます
- 検索クエリレポートを呼び出して、掲載結果の低い検索キーワードから除外キーワードの候補を得られます。



ロールアップタブを使ってキーワード、広告、単価、プレースメントなどのアカウントの諸要素を検討すると、全体的なパフォーマンスを向上させるためのヒントが得られます。

フィルタ

データのフィルタを設定することで、あなたがその時に確認したい広告、キーワード、またはプレースメントのみに絞り込んで抽出することができます。

キーワードのフィルタを作成

クリック率: 右より低い 1.00 % 削除

+ 別のフィルタを追加 | すべて削除

適用

[フィルタと表示] で [フィルタを作成] を選択すると、1つまたは複数のフィルタを設定できます。たとえば、売り上げを伸ばすための機会を探すには、アカウントでコンバージョン率が高く費用の低いキーワードのみをフィルタで抽出するか、コンバージ

オン単価が低くインプレッションが少ないコンテンツ ネットワーク上のプレースメントをフィルタで抽出します。

このフィルタとロールアップ タブを併用することにより、アカウントの重要な部分に絞り込んで分析を行うことができます。

統合されたレポート

広告掲載の詳細情報を提供するレポートに簡単にアクセスできるようになりました。

[キーワード] タブで [検索クエリ レポートを表示] をクリックすると、選択したキーワードのレポートが表示され、広告の表示につながった検索キーワードを確認できます。その後、検索キーワードを通常のキーワードまたは除外キーワードとして簡単に追加して、トラフィックの品質を向上させることができます。

または、[ネットワーク] タブの「自動的に検出されたプレースメント」を確認すると、広告配信先別の掲載結果レポートと同様に、コンテンツ ネットワークで広告が表示されているサイトや URL を表示できます (詳細については後述)。

変更作業でのヒント:

- インライン編集を使うと、アカウントの特定の部分をページ遷移なしですばやく変更できます。
- 複数のキーワード、プレースメント、または入札単価を変更するには、調整するアイテムを選択し、[編集] ボタンを使って一括変換します。
- キーワードを別の広告グループで使うには、[コピー] ボタンを使うと数回クリックするだけで作業を完了できます。
- [ダウンロード] ボタンを使うと、アイテムを .csv ファイルにエクスポートして、オフラインで変更を行えます。

3. 追加や変更の作業

新規作成の手順

キャンペーンと広告グループの作成プロセスも変更され、アカウントを柔軟に拡充できるようになりました。

すべてのオンライン キャンペーン > Greek - Greece >
広告グループ: Online Advertiser 2

広告 広告グループのデフォルト単価 (上限クリック単価) 編集 ⓘ

検索 未設定
コンテンツ: 自動プレースト 未設定

最初の広告がここに表示されます

キーワード ネットワーク 広告 設定 タブ オプション ▼

New text ad Choose another ad type

広告のタイトル: 最初の広告 25 以内

広告テキスト 1 行目: 35 以内

広告テキスト 2 行目: 35 以内

表示 URL: 35 以内

リンク先 URL: http:// 半角 1024 文字!

広告のプレビュー

最初の広告
東京駅直結! 都内アクセス便利
全室ネット対応、和室、運賃割引あり
www.example.com

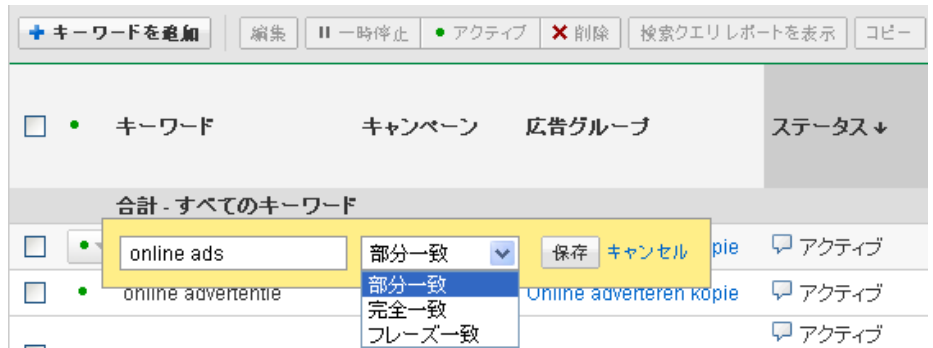
保存して次へ Do this step later

広告の作成、キーワードの追加、入札単価の設定をどの順番でも行えます。追加作業は、作成済みのキャンペーンや広告グループを管理するのと同じタブで行えます。もしくは、ワンページ作成プロセスを使って新しい広告グループをすばやく作成することもできます。

インライン編集

インライン編集により、アカウントの編集をすばやく行うことができます。アカウン

トで編集可能なアイテムをクリックすると、別のページに移動することなく直接変更を加えることができます。



[ネットワーク] タブを管理するためのヒント

- コンテンツ ターゲットでキーワードを使用している場合、自動的に検出されたプレースメントでは、広告が表示されたコンテンツネットワーク上のサイトを表示します。キーワードは引き続き、管理しているいずれかのプレースメントを広告のターゲットにします。
- 自動的に検出されたプレースメントを使用して、管理しているプレースメントを新たに補充します。
- 管理しているプレースメントで個別に入札単価を設定して、個々のプレースメントでの掲載結果を最適化します。
- プレースメントでの掲載結果が低い場合、除外する前に入札単価を下げてみます。
- プレースメントでの掲載結果が常に低かったり、ビジネス目標を到達していない場合は、プレースメントを除外します。
- 十分なクリック数を確保するために、コンテンツ ネットワーク全体で広告を掲載し、管理しているプレースメントへのトラフィックを確認してから広告の配信を制限します。

4. ネットワーク タブと自動的に検出されたプレースメント

ネットワーク タブ

AdWords の以前のインターフェースにあった [プレースメント] タブは、[ネットワーク] タブとなりました。Google 検索、検索パートナー サイト、およびコンテンツ ネットワークで表示される広告に関する掲載結果の統計情報の概要が表示されます。

また、広告が表示されたコンテンツ ネットワーク上のプレースメントのドメイン単位および URL 単位のレポートを表示し、そのプレースメントを管理できます。

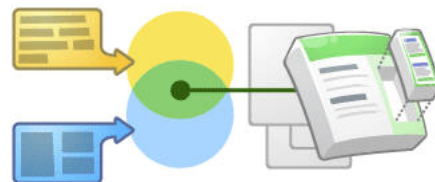
検索		クリック数	表示回数	クリック率
Google 検索		5	1,060	0.47%
検索パートナー		33	10,228	0.32%
合計 - 検索		38	11,288	0.34%

コンテンツ		クリック数	表示回数	クリック率	平均クリック単価	ご利用金額	コンバージョン数	コンバージョン単価	コンバージョン率
■	コンテンツ: 手動プレースメント	0	0	0.00%	US\$0.00	US\$0.00	0	US\$0.00	0.00%
■	コンテンツ: 自動プレースメント	359	2,085,564	0.02%	US\$0.47	US\$167.40	0	US\$0.00	0.00%
合計 - コンテンツ		359	2,085,564	0.02%	\$0.47	\$167.40	0	\$0.00	0.00%

管理しているプレースメント

まず、管理しているプレースメントについて考えてみましょう。キーワードと管理しているプレースメントがどのように関係しているか下に簡単に説明いたします

キーワード: **バラ, Roses**



プレースメント:
www.example.com

両方に一致するページを見つけます

広告グループにキーワードがある場合、必ずキーワードに基づいたコンテンツ ターゲットでコンテンツ ネットワーク上のページに広告が表示されます。

たとえば、広告グループに「バラ」というキーワード テーマがある場合、広告はバラに関連したコンテンツ ネットワーク上のページにしか表示されません。その後、広告グループに管理しているプレースメントを追加すると、そのプレースメントはキャンペーン設定に応じて異なって機能します。

ネットワーク全体の関連するページで広告を掲載する場合、管理しているプレースメントがあったとしても、広告が表示されるページに変わりはありません。ただし、管理しているプレースメントを追加するとそのプレースメントで特定の入札単価を設定できます。トラフィックを増やしたいプレースメントでは入札単価を増やし、掲載結果の目標に達していないプレースメントでは入札単価を下げるすることができます。

管理しているプレースメントの関連するページだけで広告を掲載する場合、管理しているプレースメントを追加するとコンテンツ ネットワークで広告が表示されるページ数を増やすことができます。ただし、広告は管理しているプレースメント内の、キーワード リストのテーマに関連したページでのみ表示されます (広告グループにキーワードがない場合、管理しているプレースメントのどのページにも表示される可能性があります)。

自動的に検出されたプレースメント

自動的に検出されたプレースメントとは、コンテンツ ネットワークで広告が表示された関連性の高いプレースメントのことです。AdWords の以前のインターフェースでは、広告配信先別の掲載結果レポートをレポート センターで作成することによってこれらのプレースメントを確認することができました。新しいインターフェースでは、[ネットワーク] タブでそれらのプレースメントを直接表示することができます。自動的に検出されたプレースメントを参考にすると、広告グループに追加するための、管理しているプレースメントに追加する候補を得ることができます。

■ コンテンツ: 自動プレースメント					
<input type="checkbox"/> プレースメントと入札単価を管理		<input type="checkbox"/> プレースメントを除外		<input type="checkbox"/> URL レポートを表示	
<input type="checkbox"/> ダウンロード					
<input type="checkbox"/> ドメイン	キャンペーン	広告グループ	クリック数	表示回数	
合計			359	2,085,564	
<input checked="" type="checkbox"/>	gratismarkt.nl	Dutch	Online adverteren kopie	0	248
<input type="checkbox"/>	trucksworld.eu	Dutch	Online adverteren kopie	1	2

自動的に検出されたプレースメントを使用すると、コンテンツ ネットワークのどの部分で掲載結果が最適かを把握し、すばやく行動することができます。[プレースメントと入札単価を管理] ボタンを使用して、手動プレースメントのリストに自動的に検出されたプレースメントを追加し、個別の入札単価を設定することが可能です。あるいは、特定のプレースメントで広告が表示されないようにするには、[プレースメ

ントを除外] ボタンを使用して、そのプレースメントをキャンペーンまたは広告グループから確実に除外することができます。

V. ご意見をお送りください

新しいインターフェースについてご意見がございましたら、アカウントの [意見を送信] からお知らせください。

awuiha@google.com | [以前のインターフェース](#) | [意見を送信](#) | [ヘルプ](#) | [ログアウト](#)
お客様 ID: 901-811-2180

料金に関するご質問 ▾ アカウント ▾

2009/01/15 - 2009/01/20 実行

期間を指定 ▾
タブ オプション ▾

ロード ネットワーク 広告