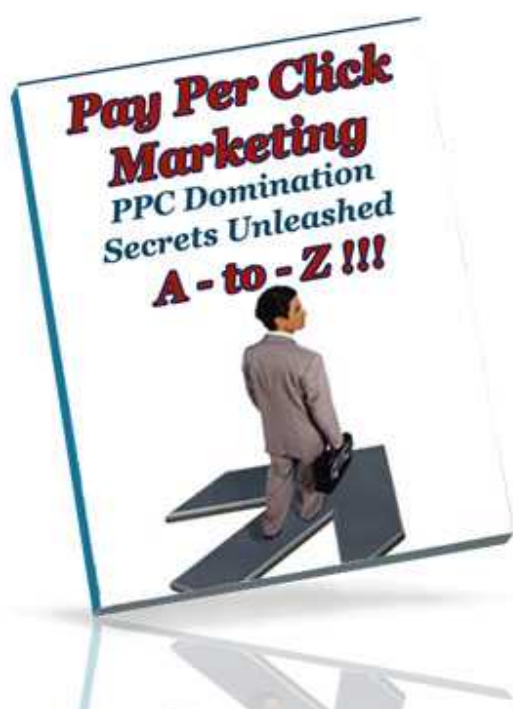


PPC(クリック課金広告) マーケティング A to Z



フリーギブアウェイライト

このE - B O O Kの100%無料配布権をプレゼントいたします。

- [Yes] 無料配布することができる。
- [Yes] パッケージ化することができる。
- [Yes] ボーナスにすることができる。
- [Yes] 有料・無料の会員制サイトに追加することができる。
- [No] この商品のみを有料販売することはできません。
- [No] 改変・改良はできません。

その他の無料配布権付E - B O O Kはこちら

<http://www.resale-rights-business.jp/report.html>

無料プレゼントもある！【infomake】無料メールマガジン

<https://1lejud.com/stepmail/kd.php?no=9361>

免責事項

商品はあなたの利益を保証するものではありません。

商品の使用によって万が一損害・損失が発生した場合、当社は一切責任を負いません。

無料配布は配布者の責任で行ってください。

スパム行為・迷惑行為による無料配布は完全に禁止です。

目次

はじめに	4
検索エンジン最適化(SEO)か？クリック課金広告(PPC)か？	7
PPC 広告の手頃な料金	11
PPC 広告による適切なアクセス量	12
PPC 広告の要素	13
PPC 広告の活用方法	14
PPC 広告で販売促進を最大化する	15
PPC 広告の入札管理	19
入札管理ツール	22
PPC 活用管理	23

はじめに

現在、インターネットは製品やサービスを広告するための重要な媒体となりました。

出版、ラジオ、およびテレビに広告を出しているたいていの企業はインターネット広告も利用しています。

しかし、何百万人ものコンピューターユーザーが訪れる何百万ものウェブサイトがある中で、ターゲット顧客に見てもらえ、確実にユーザーがサイトに訪れるようにするには、いったいどうすればいいのでしょうか？

ここでそのコツを少し挙げてみましょう。

1. **ターゲット顧客がよく訪れるウェブサイトに広告を設置しますが、これをする前に、それがターゲットになるのかを定義する必要があります。**

彼らが通常訪れるサイトに広告を設置すると、あなたの広告に注目してくれる可能性が広がり、ターゲット顧客がどんどん見てくれるようになります。

また、ウェブサイト上の検索エンジンのプレースメント広告、訪問数、外部リンク、およびそこに置かれた他の広告を参考にしてください。

外部リンクというのは、自分のウェブサイトにリンクされている他のサイトです。

外部リンクは、たとえ消費者が他のサイトを見ていたとしてもあなたの広告が載せてあるサイトを見ているのと同じことになります。

多くの競争相手がこのサイトに広告を載せているかどうかチェックしてください。

2. **サイトに広告を載せればお金がかかります。**

それでもサイトにリンクを貼るのと交換に、あなたのサイト上にもリンクを貼ってくれるサイト、製品、またはサービスがあるのです。

これは、サイト所有者からメールマガジン登録者にあてた定期的なニュースレターの中

でもあります。

加えて、あなたのサイトに役立つリンクを貼ったり、自分のサイトへのリンクを貼ったりすることは、検索エンジンのランキングを引き上げる助けとなるでしょう。

これは他のサイトにあなたのサイトへリンクを貼ってもらうためには、サイト内容が重要であるというメッセージでもあります。

3. クリック課金広告(PPC)は、インターネットマーケティングの優れた方法です。

ただし、そのリンクがクリックされたなら広告代金を支払う必要があるのです。

もしこの宣伝方法を好まれるなら、1日あたりの費用で制限のあるサービスを使うようにしてください。

また有効なキーワード決める手助けや PPC の結果をモニターしてくれるサービスもあります。

4. ドメイン名を賢く選びましょう。

検索エンジンで検索する時にドメイン名が重要であるかどうか、今も議論されています。

どちらにしても、ドメイン名が商品に関係していれば消費者はあなたのドメインを覚える手助けになり、そしてリンク無しでもあなたのサイトに再び戻ることが出来るのです。

5. サイトに役立つ内容があるか確認しましょう。

キーワード密度が検索エンジンで重要である以上、役に立たない情報または煩わしいキーワードの繰り返しは、あなたのサイトの評価を落とすことになりかねません。

それはあなたのサイトへの訪問数に影響するかもしれませんし、検索エンジンからサイトが削除されることもありえます。

したがって、キーワードを戦略的に使うことの重要性を確認してください。

6. キーワードを考える際にはターゲット顧客を想像しましょう。

あなたのサイトを訪れるために何を検索しようとしているのでしょうか？

特定のキーワードや主要なフレーズを使ってください。

検索エンジンに1語だけや、非常に一般的なフレーズだけを提出してしまえば、あなたの製品やサービスを完璧に描写した特定のキーワードを提出している他のサイトに比べると、サーチ結果で上位になれないのです。

7. あなたの広告を追跡しましょう。

PPC 広告にいくら費やしたかを常に確認してください。

PPC 広告によってどのくらい売上が上がったかをモニターしてくれるサービスもあります。

ウェブサイトに掲載した広告がターゲット顧客を獲得し、収入に繋がっているかどうかを常に確認する必要があります。

製品とサービス戦略に関する最後のポイントは、**単に使用方法を説明するのではなく、商品やサービスによって得られる利益を強調することです。**

その方が、たくさん販売できます。

何を表すのかを知らない消費者にとって、製品の使用マニュアルはあまり意味が無いのですから。

何百万も同じキーワードを使うウェブサイトが存在するようになるにつれて、多くの人々は検索エンジン結果でトップに載ることは難しいと言うようになりました。

しかしこれは、あなたのウェブサイトが競争相手のウェブサイトの下に閉じ込められなければならないという意味ではありません。

広告戦略とリンクの使い方次第で、検索エンジンのトップを獲得することが出来るのです。

検索エンジン最適化(SEO)か？ クリック課金広告(PPC)か？

あなたがインターネット・ビジネスをされているならば、確かにオンライン・コミュニティは無視できない巨大な市場と言えるでしょう。

インターネット検索で数百万はヒットしないとしても、数千ものコミュニティが現実存在するのです。

それと同時に、インターネットはアクセスが簡単なので、あなたが想像する以上にたくさんの競争相手がいます。

それはあまりにも混雑で、密集しすぎています。

そしてウェブサイトを持っているからといって、必ず商売がうまくわけではありません。

とにかく、あなたのオンライン・コミュニティを充実させるためには、他の手段を取らなければならないのです。

あなたはご自分のウェブサイトを公開しなければなりませんし、人により多く知られるように努力する必要があります。

他に比べて目立つ必要があり、消費者とネットサーファーにとって常にターゲットにならなければなりません。

インターネットのウェブサイト戦略に投資すべきです。

基本的に二つの選択肢があります。

検索エンジン最適化(SEO)とクリック課金広告(PPC)です。

これら二つの方法は、インターネット・ビジネスの検索エンジンマーケティングにおいて最も望ましい代替手段となるでしょう。

1. 検索エンジン最適化 (SEO)

SEO はサーチ・エンジン・オプティミゼーション(Search Engine Optimization/検索エンジン最適化)を意味します。

60%~70%のネットユーザーはホームページを検索する際にグーグル検索(Google)を使っている、ということがいくつかの研究でわかりました。

SEO は検索結果で上位に表示された際に、ネットユーザーがあなたのウェブサイトを実際に見つけてくれるプロセスです。

この方法で、あなたのサイトは目立ち、そして他よりも明確に際立つことは確かです。

検索エンジン最適化をするためには、頻繁にインターネットリンクがヒットするウェブサイトを作らなくてはなりません。

その過程は数百から何千ものページが特定のウェブサイトを促進するのに利用されるIBLN(独立した連結ネットワーク)を伴います。

SEO は時間を費やす必要がありますが、クリックされてもお金を支払う必要はありません。

SEO の過程は長期に渡るものです。

適切な結果を完全に成し遂げるまでに最低数ヶ月~半年かかりますが、いったん目標が達成されるとあなたは確実に利益を手に入れるでしょう。

2. クリック課金広告(PPC)

PPC (ペイ・パー・クリック)はクリック課金広告を意味します。

これは検索エンジン上の広告方法です。

これらはあなたがいつも検索する時に見ているスポンサー広告リストです。

あなたの広告を訪問者がクリックすると費用を支払うようになっています。

最初に、入札のプロセスがあります。

1回のクリックに対して最高額の入札者は、確実に検索エンジン上でトップリストに載るチャンスが得られます。

この種の広告を作成すれば、ご自分の販売活動をコントロール出来ます。

またターゲット顧客を管理し、予算の範囲内に留めるようにします。

ほとんどの PPC 広告のプロバイダーはターゲットとされる市場、トピック、産業、または表示位置を的確に示してくれるでしょう。

あなたの広告が上位にヒットしているか、そしてライバル企業との競争に勝てるかどうかをしっかりとチェックすることが出来ます。

この PPC 戦略を最大限に利用することで、いくつかの利益を得ることが出来ます。

1. PPC 広告は**オンライン・コミュニティ全体に宣伝してくれます。**

2. 一見すると、PPC 広告は非常に高価に見えるかもしれませんが。

例えば、誰かがどこかであなたの広告をわざとクリックし続ける、というようなことが起こるでしょうか？

これは確実にあなたの予想する利益とは逆に、大きな出費に繋がります。

しかし、保証がついていますから安心してください。

PPC ネットワークは、詐欺的なクリックを認識することができるのです。

3. 一定の期間内で予算を組む事が出来ます。

目標数のクリックに達して予算を使い果たした場合は、次の希望の時期が来るまで広告が掲載されない仕組みになっています。

4. 市場の要求、流行の変動に適応できる仕組みになっています。

これら二つの戦略のどちらがあなたにとって必要かを決める際には、ゴールと資金について考えましょう。

これらの戦略は確実に利益をもたらします。

二つの戦略から一つを選択するよりも、短期プランと長期プランをそれぞれ組んで判断すべきです。

短期間を目標にするなら PPC、長期間のゴールを目指すなら SEO を選びましょう。

世界はあなたのためにあるのです。

起業家として最善の方法はどちらなのか確認しましょう。

この選択肢をよく知ること、望みが必ずかなうのですから。

PPC 広告の手頃な料金

PPC 検索エンジン広告は手頃な価格で利用できます。

この広告は 2008 年までに 80 億ドルに達すると予想される景気の良いビジネスです。

まさに業界をリードしようとしています。

これは、特定の製品やサービスを提供するウェブサイトを検索している見込み客を助けることになるでしょう。

しかし、PPC 検索エンジン広告はそれだけではありません。

この広告がリードしている状況も重要ですが、ユーザーにとって関連性のある情報を手に入れられることもまた重要なのです。

PPC 検索エンジン広告で多くのウェブサイトがまだ載せていない情報は、価値ある資産となります。

ユーザーは、最も必要な情報を提供してくれた企業から製品やサービスを購入する傾向が強い、ということを覚えておきましょう。

PPC 広告による適切なアクセス量

PPC 検索エンジン広告のメリットの一つは、**特定のウェブサイト適切なアクセス量をもたらすことです。**

PPC 広告をクリックするユーザーは、特定の製品やサービスを探している人たちです。

これは、購入の可能性が低い人たちからの不必要なクリックを避ける助けにもなります。

この広告は、投資金額に見合った収益を得られる最も早い方法です。

PPC 検索エンジン広告の料金は、キーワードの数によりますが、特定のキーワードの価格に応じて決定されます。

同じキーワードに対してどんどん入札されると、数分内にこの価格が急騰することもあります。

PPC 広告は関連する検索エンジンの検索結果と並んで表示されます。

特定のキーワードやフレーズに最も高く入札すれば、検索結果ページのトップに表示されます。

上位に表示できれば、見込み客に PPC 広告をクリックしてもらえる絶好のチャンスです。

PPC 広告の要素

PPC 検索エンジン広告には、3 つの基本要素が含まれます。

それは「モニター」「分析」「改善」です。

PPC 検索エンジン広告を適切に運営することは、ウェブサイトにとって大きな利益につながります。

PPC 検索エンジン広告は、サイトに載せた各 PPC 広告の生産性をモニターすることを可能にしたのです。

これによって、あまり機能していない PPC 広告を終了させることもできます。

PPC 検索エンジン広告は、ウェブサイトを宣伝する上でもっとも経済的な方法です。

PPC 検索エンジン広告の費用は、PPC 広告へのクリック数で決まります。

広告のクリック数に基づく費用はその企業が検索エンジン会社へ最初に支払った代金から差し引かれます。

費用を最小にし、投資利益率を最大にするために、企業は定期的に PPC 検索エンジン広告の動きをモニターしなければならないでしょう。

PPC 広告の活用方法

多くのビジネスは、PPC 検索エンジン広告を最大限に活用できていません。

PPC 広告は、ただ単に最も高くキーワードを入札するだけでなく他にいろいろな事を伴います。

情報は多くのオンラインユーザーの主な関心事です。

オンラインユーザーに必要な関連情報を提供することで、ユーザーとの長期的な関係を築きやすくなることでしょう。

オンラインユーザーへの情報の提供方法は、彼らが登録しやすいようなニュースレターやメールマガジンの形式にするのが良いでしょう。

登録者のおかげで PPC 検索エンジン広告の費用をカバーできるかもしれないのです。

また登録者はその PPC 広告をクリックしてくれた検索者の中から選ばれるので、業界を一步リード出来るのです。

見込み客である検索者の個人情報を得るにはさまざまな方法があります。

例えばアンケートに答えてもらうための無料サンプルの支給、またはメールマガジン登録です。

PPC 検索エンジン広告は、実践的に管理し、しっかりと理解しながら進めていくべきプロセスです。

専門サービスを利用する起業家もいるでしょうし、社内の専門家とともに PPC 検索エンジン広告を利用していく方もいるでしょう。

たとえいかなる方法を選択されたとしても、企業が PPC 検索エンジン広告によって大きな投資利益率を得ることは確実でしょう。

PPC 広告で販売促進を最大化する

PPC 広告を利用する際にはメリットとデメリットがありますが、PPC 広告を利用するとあなたのビジネスでどのような事が出来るのでしょうか？

PPC 広告は、急速に成長している人気のインターネット広告戦略の一つです。

これは誰かがあなたのウェブサイト広告をクリックする度に支払いを要求されるものです。

たいていブレースメント広告には入札のプロセスがあります。

もしあなたがキーワードやフレーズに対して高額で落札すれば、検索エンジン上の最上段を確実に獲得できるのです。

あなたのビジネスに必要なクリック数を最大限に得るために、広告表現が有効かどうかを確認してください。

PPC 広告の利点を挙げてみましょう。

1. この広告を運営するために技術的な能力が必要ないこと。
2. 数日後には**すぐに結果を得られる**こと。
3. SEO と同じようなルールに従う必要がないこと。
4. 検索結果の 1 ページ目に掲載されないとしても**何も失うものがなく**、いつでも PPC 広告の選択が可能なこと。
5. **どの検索エンジンでも利用可能な**こと。
6. **好きなキーワードを選べる**こと。

PPC 広告の欠点については以下のとおりです。

1. あなたの選んだ検索エンジンに対し、**毎月一定の支払い**があること。
2. **広告が一回クリックされるごとにお金を支払う**こと。競争相手や検索エンジンでいたずらしている人々が訪問者になると、広告への投資金が無駄になってしまいます。
3. 次月の費用を支払うことができないと**ウェブサイト**を削除されること。
4. この広告は長期間維持することは難しいために**一時的なもの**として使用可能。
5. PPC 広告料金は**長期間活用するにはお金がかかり、広告活動の後には停止すべき**こと。

どのようにすれば、PPC 広告を使ってアクセス数を増やし、売上を伸ばし、業界をリードすることが出来るのでしょうか？

有益なアクセス数； あなたのウェブサイトの訪問客は、すでにあなたの優良な見込み客です。

PPC 広告は少ない費用で見込み客をあなたのサイトに導きます。

即時公開・迅速な利益； PPC 広告は、すぐに望んだ結果を得ることが可能です。

消費者は数時間以内にあなたのウェブサイトを見つけるでしょう。

それは売上が直ちに向上することを意味します。

トップリストの一貫性； あなたのウェブサイトがスポンサー枠の中で、無料で検索結果のトップを獲得できるのです。

PPC 広告では、スポンサーが広告活動をコントロールしてくれます。

広告主は効率よくターゲットを絞り、1回のクリック料金を設定します。PPC 広告のネットワークでは、地理的な設定、トピック、業種別により望み通りにターゲットとする顧客を特定できます。

これらのネットワークには、広告が置かれる発行者のウェブサイトリストがあるのです。

利用者には、PPC 広告がどのように機能しているかを確認する手段が提供されます。

競争相手がいるのならば、支払い済の企業リストの中に記載されているでしょう。

それでは、実際にどのようにしてあなたの商品が販売に結びつくのでしょうか？

もちろん広告依頼主が高額で落札すれば、検索エンジン上で広告を見てもらえるチャンスはより高くなります。

これらのネットワークはクリック詐欺を避けるため、広告依頼主に対して制限を設けています。

広告を設置する際に、広告主は毎日の広告予算を設定できます。

そのおかげで、不必要なクリック数の支払いをしなくてすむのです。

PPC 広告の中で最も重要なのは、キーワードとフレーズです。

少なくとも 10 の特化した、最高のアクセス数の獲得に繋がるキーワードを選ばなければいけません。

創造的に、しかも分かりやすく広告を書いてください。

あなたの製品やサービスについて決して嘘はつかず、真実を伝えてください。

そうすれば、その製品やサービスの広告内容に信頼をよせた消費者は決してがっかりしないでしょう。

けれども真実ではない広告だったらどうでしょうか？

広告の明確さもまた重要です。

あいまいな言葉は使わないで下さい。

それは価格などの重要な詳細においても言えることです。

あなたの広告予算を忘れてはいけません。

お金を失うだけですから、予算以上の入札はしないでください。

そして、見られるチャンスが無いでしょうから、逆に安すぎる入札は避けましょう。

出費に対してのあなたの利益を確認してください。

もし売上が伸びなければその広告活動を停止する必要があります。

PPC 広告を使えば、どのオンライン広告よりも効果を得られるでしょう。

2004 年の 26 億ドルの利益が、2009 年には 55 億ドルへと伸び、1 クリックの料金は 29 セントから 36 セントへと劇的に値上がりするでしょう。

PPC 広告はオンラインマーケティングにおいての新しい宣伝方法で、この先何年も続くと予想されます。

そして今後も広告主にとって、より少ない広告経費で収入が増え、また貯蓄や売上も増加し、高い投資収益を得られる効果的な広告手段になると言えるでしょう。

PPC 広告の入札管理

コストパフォーマンス、そして利益や販売の増加を測定できるので、最近、インターネットマーケティングの人気の向上しています。

PPC(クリック課金広告)とは、検索エンジン内でのキーワードやフレーズを通して企業を広告するものです。

広告主は、ウェブサイト訪問客が1回クリックするごとに支払いを要求されます。

オーバチュア(Overture)、グーグル・アドワーズ(Google Adwords)、ヤフー(Yahoo)検索、そしてマイバ(Miva)などが代表的です。

あなたの選んだキーワードやフレーズで検索された時に、スポンサーリスト内で上位に表示されます。

自分のビジネスに関係したキーワードやキーフレーズを買う(入札する)という発想です。

高額の入札者はリスト内のトップに掲載され、二番目に高く入札すればその次に掲載されるわけです。

消費者があなたのサイトをクリックするたびに、キーワードに入札した金額と同じ金額を払うことになります。

PPC にはたくさんのお金と時間がかかり、価値が無いと思うこともあるかもしれません。

しかし、あなたが段階的に取り組む手順を知っているなら、PPC は従来の広告に比べて喜ばしいほどの変化をもたらすでしょう。

あなたがネットで製品、記事、およびオークション検索をするなら、通常あなたを導くキーワードかフレーズをタイプします。

グーグルかヤフーか、どちらかあなたにとって使いやすく、良い結果が得られる検索エンジンを使います。

検索ボタンにキーワードを入れれば直ちにキーワードやフレーズの一覧が出てくるでしょう。

たいていの場合はその一覧リストのトップ、または最初のリンクが検索したキーワードを高額で落札した人でしょう。

同時に必要なクリック数獲得のために節約し、そして投資することが結局は潜在的な販売力に繋がるかもしれません。

このようにして、起業家は望みの結果を得るのです。

PPC の入札管理方法は、そのキーワードやフレーズに対する 1 回のクリック(CPC)で支払っても構わない最高額を特定することです。

CPC(1 回のクリック料金)は、時間帯や検索エンジンにより異なります。

CPC の最高額は、現在の入札額の平均で測定できます。

これらの入札額の平均をまずは CPC の最高額にします。

あなたが広告活動を進めていけば、実際にコンバージョンレート(購入者÷クリック数)が出てくるでしょう。

それに従って CPC (入札レート)を調節する必要があるかもしれません。

入札を始める時は、検索エンジンごとに異なる入札戦略をとるよう気をつけてください。

検索エンジンには、それぞれ異なったアプローチを必要とする PPC システムがあります。

検索エンジンごとに同じキーワードやフレーズで異なる入札をするのも効果的です。

また他に、2 つの理由で、トップを獲得しないことにも価値があります。

1) 高額で非現実的である場合

2) ネットサーファーは探しているものに見合ったサイトを決める前に、たいてい様々な検索エンジンで異なる検索結果を見ます。

これらはコンバージョンレートにほとんど影響しません。

代わりに 5 番目のスポットに入札して地道に努力する道もあるのです。

今 PPC 入札が安定しているなら、ご自身の入札戦略を開発するべき時です。

どのサイトがクリック数の大半を占めるのか、そして有料広告のランキングはどうなのかを特定し追跡することが重要です。

効果的な入札戦略の助けになるでしょう。

そしてどこに広告を置くかも決めるべきです。

たいていはCPCに払える最高額があなたの選択を制限することになるでしょう。

PPC ランキングにおいて、一つ順位を上げるだけで値上がりする場合、入札ギャップが起こります（例えば、40 セント、39 セント、そして次が 20 セント、19 セント、18 セントのような）。

もしあなたが入札ギャップのメリットを利用できれば、他の入札チャンスのために数セントの貯金ができ、最も良い方法となるでしょう。

時々、安い入札額で適切なランキングを獲得できるキーワードがあります。

高い入札額を支払ってもコンバージョンレートが低いこともありますし、逆に、安い入札額で多くのクリック数と高いコンバージョンレートが得られることもあります。

効果的に入札するためには、高額で入札すればベストな位置を獲得できるけれども決してそれだけが良い策ではない、ということを心得なければいけません。

多くの検索エンジン上にリストを作り、時間をかけて各リストの性能をテストしていけば、売上促進に結びつき成功をもたらすでしょう。

何に対して費用を使うかを考えて入札していくことで、最高の価値を見出せるのです。

競争で有利な立場を保つためのポイントは、観察し、分析し、テストすることです。

入札管理ツール

入札管理ツールを使用して、確実に最も良い結果を手に入れることが出来ます。

入札の助けになるツールがありますが、それらには二つの異なるタイプがあります。

- ウェブサイトベースのもの（月刊購読サービス）
- PC ベースのもの（販売されているソフトウェア）

モニターツールは、あなたのキーワードやフレーズに対しての1回のクリックが、どれだけあなたの売上に繋がったかを追跡するのに役立つでしょう。

これはいわゆる**投資回収(ROI)**モニターと呼ばれているものです。

これらの入札管理ツールは、オンラインマーケティングでは手に入らないさらなる高い機能を持っています。

ライバル企業の入札や生産レポートがモニターでき、複数の PPC 検索エンジン広告の能力をモニターしてくれます。

複数の PPC 検索エンジン広告で 100 以上のキーワードを管理するような人たちにとっては、生産性を上げて時間を節約するためにかなり役立ちます。

オンラインビジネスで効果的に販売促進をするには、経費を抑えずに取り組めることが理想です。

出来るだけ多くの消費者にあなたの製品とサービス届けられるように、今日のマーケティング手段は急速に進んでいます。

PPC 活用管理

完璧なウェブサイトを構築するために、あなたはたくさんの時間とエネルギーを費やしているでしょう。

そして今あなたは、オンライン広告を通じてお金を稼ぎたいと望んでいることでしょう。

おそらく、あなたにはウェブサイトで製品やサービスを売り出してオンラインビジネスをされているでしょう。

しかし、顧客をあなたのサイトに運び込むのに苦労しているのだと思います。

サイバースペースにウェブサイトを設置するために、毎月費用を支払っていることでしょう。

現実には、お金を稼ぐ代わりにあなたはお金を失っているのです。

この問題を解決する最も良い方法は、広告を出すことです。

人々にあなたはここにいて、ビジネスをする準備が来ていることを知ってもらいましょう。

インターネットで最も迅速に、最も効果的にあなたのウェブサイトを知らせる方法の1つは、PPC を活用することです。

PPC はペイ・パー・クリック (クリック課金広告) の略語です。

人々が検索エンジンにタイプした特定のキーワードやフレーズに関連する、何百もの検索結果が表示されます。

見込み客がキーワードをタイプして、それを元にあなたのサイトに導かれるのですから、PPC を活用してインターネット上に広告を出す際には、関連するキーワードをたくさん思いつかなければなりません。

これはほぼ全ての PPC に共通する概念です。

PPC を活用してより多くの顧客をあなたのサイトへ導けるかどうかは、キーワードをいかに正しく準備するかによって決まります。

いくつかのキーワードは他のものより価格が高く、人気のものは特に高額です。

あなたが利益を得るためには、正しいキーワードを選択することが重要です。

特に予算に制限があるならば、ポピュラーでも高額でもないキーワードを選んだ方が良いでしょう。

中には、PPC を活用するためにコンサルタントを雇う起業家さえいます。

PPC 活用管理を扱う専門家もいます。

彼らは戦略的な計画を持ち、クライアントの必要性を考慮してくれます。

そしてクライアントの要求に応じる PPC 戦略を考案します。

オンラインビジネスを正しく進めていくために、PPC 広告の運営に対して専門家の専門的なアドバイスを求めているのです。

そして、それが潜在的に大きな利益を生み出すのです。

より多くのキーワードがあれば、あなたがウェブサイトから顧客を獲得するチャンスがさらに増えるのです。

あなたがオンラインビジネスを運営していて、PPC 広告を活用することを考えているなら、**あなたのビジネスのテーマに関連するキーワードを購入するのが賢明です。**

そうすれば、顧客があなたのウェブサイトの内容について混乱することはないでしょう。

秘訣は、費用が少なくて済み、なおかつ頻繁に検索されるキーワードやフレーズを選ぶことです。

人々があなたのウェブサイトを長く見てくれれば、見込み客との取引のチャンスが増えるのです。

その最初の一步は、あなたのウェブサイトには誘いこむことなのです。

多くの起業家が広告活動に多くのお金を費やすのは、正しい広告活動がビジネスの口火を切ることを知っているからです。

また、PPC 広告を始める前にはリサーチをする必要があります。

検索エンジンはたくさんあります。

あまり有名でない検索エンジンを使えば、同じキーワードでも有名な検索エンジンよりも安いものがいつも見つかります。

PPC 広告は、世界中の顧客に届けることができます。

オンライン広告はグローバル・マーケティングなのです。

ほとんどの PPC 検索エンジン広告は、サービスと引き換えに毎月の支払いが必要です。

しかしあなたが支払わなければ、その検索エンジンからあなたのリストが自動的に削除されてしまいます。

PPC 広告に対する努力が無駄にならないように、月々の請求金額は必ず支払ってください。

PPC 広告キャンペーンによって生まれた収益は、とても重要なのです。

現在多くのオンラインビジネスが PPC 広告に参入しようとしているのもそのためです。

正しいキーワードを選択し、賢い PPC 運用計画を持つことによって、これまで以上にオンラインビジネスで大金を稼ぐことができるようになるでしょう。

～ 終 ～

最後までご覧いただき、ありがとうございました。

おすすめリソース



プロフェッショナルな商材を再販売して稼ぐ！

商材、セールスページ、ダウンロードシステム、
ビデオマニュアル、電話サポート…

全てそろったパーフェクトクラブ！

<http://www.top-marketer.com/>



あなたは、Word ソフトで自分の名前を打てますか？

もし出来るのなら、あなたは・・・

商材を作らずに情報起業することが出来ます！

<http://www.infomake.biz/club/>



販促用素材、再配布権付きお役立ちツール、
再配布権付き E-BOOK など、たくさんの素材を
無料で提供しています。

あなたのアフィリエイト収入をアップさせる

おすすめ情報も掲載しています。

ぜひご活用ください。

<http://www.infomake.biz/affiliate/>