

**P.M.S.**

PPC Affiliate Master School

# **PPC Affiliate Master School 【PC】**

## **第一章　PPCで稼ぐための大前提**

## 著作権保護に関する記述

### ■著作権について

「PPC Affiliate Master School 【PC】」(以下、本教材とする)は、著作権法で保護されている著作物です。本教材の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

- ・本教材の著作権は、株式会社メリディオンにあります。株式会社メリディオンの書面による事前許可なく、本教材の一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを禁じます。
- ・本教材の一部、または全部をあらゆるデータ蓄積手段（印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど）により複製、流用および転載することを禁じます。

### ■使用許諾契約書

本契約は、本教材を購入した法人・個人（以下、甲とする）と株式会社メリディオン（以下、乙とする）との間で合意した契約です。

本教材を甲が受けとることにより、甲はこの契約は成立します。この契約に同意できない場合は、直ちに本マニュアルを乙までご返品ください。ご返品の無い場合は、甲は、この契約に合意したものとします。

#### 第1条（目的）

本契約は、本教材に含まれる情報を、本契約に基づき、甲が非独占的にしようとする権利を承諾するものです。

#### 第2条（第三者への公開の禁止）

本教材に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。また、本教材の内容は、秘匿性の高い内容であり、甲はその情報を乙との書面による事前許可を得ずにいかなる第三者にも公開することを禁じます。

#### 第3条（契約解除）

甲が本契約に違反した場合、乙はいつでもこの使用許諾契約を解除することができるものとします。

#### 第4条（損害賠償）

甲が本契約の第2条の規定に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、違約金として、違反額を乗じた価格の10倍の金額を支払うものとします。

#### 第5条（免責事項）

本教材の情報によっていかなる損害が生じた場合においても、乙は一切の責任を負うものではありません。

## 目次

その1 広告予算は無理なく設定すること.....	5
■報酬が振り込まれるのは2カ月以上後！ .....	5
■勉強代だと割り切れる金額を設定する.....	8
■それでも具体的な金額が知りたい！ .....	10
その2 目標をしっかり見定めること.....	13
■目標は「稼いだ後のこと」を設定する.....	13
その3 見込み客だけに絞ること.....	16
■薄いアクセスと濃いアクセス .....	16
■さらに、「お金を出す気のあるユーザー」 .....	18
その4 最初は「A8」を使うこと .....	21
■ASPの種類 .....	21
■なぜ、A8を勧めるのか？ .....	24
その5 最も大切なのは「商品選定」 .....	28
■売れる商品さえ見つかれば絶対に稼げる .....	28
■売れる商品の見つかる確率 .....	30
■どんな商品が売れやすいのか？ .....	34
第一章のまとめ .....	38

## 第一章 PPC で稼ぐための大前提

それでは、いよいよ PPC の話をします。

PPC で稼ぐための具体的な手順については第二章でお伝えいたしますが、  
その前に、PPC で稼ぐためには

### 「稼ぐための大前提」

をクリアしていることが条件となります。

この条件をクリアせずに進めてしまうと、最終的に赤字になってしまふか、  
PPC が嫌で嫌でしようがなくなってしまう可能性が高いです。

まずはこの「稼ぐための大前提」をよく理解し、あなたの頭の中に落とし込んでください。

ここで話す大前提とは、PPC だけでなく様々なビジネスで応用することができるので、しっかりと理解しておいてください。

では、いきます。

## その1 広告予算は無理なく設定すること

### ■報酬が振り込まれるのは2ヶ月以上後！

「はじめに」でもお話ししましたが、大切なことなのでもう一度お話しします。

よく PPC アフィリエイト教材などでは、

「PPCなら、その日にでも報酬が手に入る！」

などと書かれていることが多いです。

これは完全な間違いではないんですが・・・

この書き方では誤解してしまう人が多いですよね。

**PPCアフィリエイトであなたの口座に報酬が振り込まれるのは、  
成果が上がってから2ヶ月以上後。**

ということをしっかりと理解しておいてください。

もし**1月に10万円の売り上げを出せたら、  
その10万円が振り込まれるのは3月15日くらいです。  
(もちろん確定されるタイミングや、ASPにもよります)**

まず、あなたが出した成果は「未確定報酬」として計上されます。

未確定報酬がそっくりそのまま報酬として入るわけではありません。

広告主に認められて「確定報酬」となって、初めてあなたの報酬が決まります。

大体、**未確定報酬の7割程度が確定される**と思ってください。

(これもあくまで目安です)

100万円売り上げても、その中の30万円くらいはキャンセルなどの理由によって取り消されます・・・。こればっかりはしょうがないですね。

この「未確定報酬」から「確定報酬」になるのが、大体一か月程度。

さらに確定されて、ASPから振り込まれるのが一か月程度。

つまり2ヶ月後です。

よく「一か月の広告費が3万円使えれば大丈夫です」

なんて言う PPC アフィリエイターがいますが、

**それが、報酬が入るまでの2カ月間統ければ6万円必要になる**

ということを良く理解しておいてください。

そう考えると、

**報酬が入らずに広告費だけが掛かる期間が、少なくとも2ヶ月間ある。**

ということになります。

「PPCならすぐに報酬が入るんだ！」なんて舞い上がって広告費を計画なく使いまくってしまうと、必ず痛い目に遭います。

私も最初はそうでしたから（笑）

2ヶ月は報酬が入らないということを理解して、報酬が入るまでいくらくらい使えるのかを自分の中でしっかりと決めておきましょう。

自分が何かを始めるとき、何も考えずに突っ走るタイプの人って僕は大好きなんですけどね。

ただ、お金のことに関してはしっかりと計画しましょう。

### ■勉強代だと割り切れる金額を設定する

報酬が入るのは2カ月以上後ということを頭に入れたら、  
次は実際に使える広告費を考えていきます。

「一か月にどれくらいの広告費があればいいですか？」  
という質問を良くもらいますが、

正直、「これくらいなきゃダメ！」というはありません。  
1万円でもいいですし、100万円でもいいです。

なので、広告費を設定するときは、  
**「自分が勉強代と割り切れる額」**に設定することをオススメします。

PPCアフィリエイトを始めても、  
あなたが100%儲かるとは、保証できません。

アフィリエイトも立派なビジネスですから。  
当然ながら赤字になる可能性だってあるのです。

むしろ私も、PPCを始めてしばらくは赤字続きでした。  
当時は確立されたPPCアフィリエイトの手法は少なかつたですから。

なので、

**赤字になっても、生活に支障が出ない程度の額**

**赤字になっても、勉強代だと自分で割り切れる程度の額**

に設定すると良いと思います。

**「もし全部無くなってしまったとしても、これくらいの金額ならまだ大丈夫！」**

という金額にすれば、冷静にP P Cを実践することができますよね。

くれぐれも、

**「やばい・・・これで赤字になつたら来月生きていけないわ・・」**

という金額は止めてくださいね（笑）

当然ながら、広告費は多いに越したことはないです。

広告費がたくさんあれば、それだけ商品をたくさん出稿できるので、成果が出るスピードも当然早くなります。

逆に広告費が少なければ、一か月に出せる商品の数が限られてしまいます。

そうなると当然スピードは遅くなります。

### ■それでも具体的な金額が知りたい！

「でも、具体的な数字を教えてくれないと不安です・・」

と思う方も当然いると思うので、あくまで参考程度で書いておきます。

PPCの流れとして、

**【出た利益を次の広告費に回していく】**

という王道パターンがあります。

仮に、最初の1か月に使える広告費が3万円だとして、

3万円使って5万円の報酬が入ったら、

次の月は広告費を5万円にする。

5万円使って10万円の報酬が入ったら、

次の月は広告費を10万円にする。

という循環がベストです。

利益が雪だるま式に増えていくことになります。

つまり、さっきも説明したように、最初に使える広告費が多ければ多いほど、

利益の伸びも大きくなり、スピードが上がります。

逆に最初に使える広告費が少なければ少ないほど、増えていく利益も少なく、

回せる広告費も増えていかないので、スピードは落ちる、というわけです。

つまり、【稼げるスピードが変わるだけ】なので、  
少ししか広告費が使えない人も落ち込む必要はありません。

目安をあえて挙げるなら、  
**一ヶ月で2万円使うことができれば、緩やかなスピードで利益を上げていくことができる**と思います。

### 「いやいや、もっと使っても全然余裕です」

って人は、どんどん使っちゃって良いと思いますが。

ちなみに、月に100万円とか稼いでいるスーパーアフィリエイターは、  
**100万円の広告費を使って、200万円売り上げている**  
と思ってもらって大丈夫です。

利益が大きくなればなるほど、  
当然ながら出していく広告費も大きくなります。

PPCというのは、投資と同じです。

投資で利益を得るには、自分が投資できる金額と、見込めるリターンを正確に把握する必要があります。

そこが分からずに、ギャンブル的な要素で投資をやっている人は必ず失敗します。

PPCで稼ぐのなら、

絶対にギャンブルのような投資をしてはいけません。

自分が使える広告費の上限ラインをしっかりと把握し、

PPCを実践することが苦にならないようにしてください。

広告費に限っては、他人と比べたり、焦ったりする必要は全くありません。

自分が二ヶ月間で使えると思う金額をしっかりと設定し、

とりあえず実践することが、何よりも大切です。

**自分が使える広告費をしっかりと設定しているか**

**適当に広告費を決めているか**

この違いだけで、この先稼げるかどうかが大きく変わってきます。

大前提の最初に広告費の話をしたのはそれだけ大切だということなので、

自分の使える広告費上限ラインをしっかりと決めてくださいね。

## その2 目標をしつかり見定めること

### ■目標は「稼いだ後のこと」を設定する

次の大前提是「目標をしつかり定める」ということです。

私は、これまでに数多くのネットビジネス参入者に会ってきました。  
その中で、稼げない人の共通点が一つあります。

それは、「稼ぐこと **【自体】** を目的にしてしまっている人」です。

「なんでアフィリエイトをするんですか？」と聞くと、

「自分は月収 100 万円くらい稼ぎたいです！」

「本業の他に、月 20 万円くらい稼ぎたいです！」

なんて答えが返ってきます。

そこで、その人たちに再度質問。

「じゃあ、稼いで何をしたいんですか？」

こう聞くと、大抵の人がだんまりしてしまいます。

これは私の持論ですが、「なぜ稼ぎたいのか？」ここが明確になっていない人は、稼げるわけないと思っています。

それ以前に、おそらくこのマニュアルを読んでも、実行することなく終わってしまうことでしょう。

これは、PPCアフィリエイトだけでなく、全てのことに共通して言えることですが、

### 「お金は手段の一つであり、目的にはなりません」

お金そのものっていうのは、ただの紙っぺらですよね。  
あんな紙っぺらのために、頑張れる人は少なくて当たり前です。

本来であれば、「そのお金を使って得たい何か」があるから、  
頑張ってお金を得ようと思えるわけです。

何度も言いますが、お金は何かを得るための【手段】であって、  
お金を【目的】にしてしまうと、絶対行動できません。

なので、これを読んでくれているあなたは、  
お金を目標に設定するのではなく、

### 【稼いだお金を、何に使うか？】

を考え、それを目標に設定してください。

もちろん、物欲でも構いませんし、どこか旅行にいきたい、でもOKです。

「稼いだその先の目標」を明確に定めることによって、

稼ぐことはただの【手段】となり、その先の【目標】のために動けるようになりますから。

やはり、今現在稼いでいる人は、みんなそうです。

お金を稼ぐことが目標ではなく、その先に目標を置いています。

**稼ぐことはただの通過点であり、もはや当たり前。**

というくらい、強い目的意識を持っているのです。

あなたには、マニュアルを読んだだけで満足のノウハウコレクターにはなってほしくありません。是非、この機会に、

### 「お金を得たら、何をしたいか？」

を、できるだけ具体的に、明確にし、

どこかノートにでも書き留めておいてください。

きっと、今後の行動が変わるはずです。

## その3 見込み客だけに絞ること

### ■薄いアクセスと濃いアクセス

PPCでは、「キーワード」を入札し、  
そのキーワードで検索された場合に広告を表示します。

例えば、「ダイエット」というキーワードを入札すれば、  
ユーザーが「ダイエット」で検索したときに広告が表示されます。

この入札するキーワードによって

**薄いアクセス** (商品を購入する確率が低いアクセス)

**濃いアクセス** (商品を購入する確率が高いアクセス)

をある程度分けることが可能です。

例えば、「コアリズム」という商品をアフィリエイトするとします。  
(コアリズムを知らない人は検索してみてくださいね)

物販アフィリの場合、濃いアクセスを集めるのは比較的簡単で、  
基本的には

### ・商品名（サービス名）

となります。

商品名で検索してくるユーザーは、  
その商品に対して興味がある可能性は非常に高いです。

つまり、「濃いアクセス」と言えます。

極端な例ですが、コアリズムをアフィリエイトしていく  
「ノートパソコン」のキーワードでアクセスを集めたとしても、まず成約には  
結びつきません。というか、これは普通あり得ません。

また、「ダイエット」というキーワードなら、コアリズムと属性が近いので  
濃いアクセスのように感じるかもしれません、これもNGです。

ダイエットで検索する人はそれなりにダイエットに興味があるとは思いますが、  
今まで興味の無かった商品をみて、お金を出してまで買う可能性は低いと思わ  
れます。よって、「ダイエット」も薄いアクセスとなります。

なので、特にPPC初心者さんは【商品名】を基本としてアクセスを集めるこ  
とが極力赤字にならないための手法です。

### ■さらに、「お金を出す気のあるユーザー」

このように、PPCアフィリエイトをする場合には  
「なぜ、ユーザーはこのキーワードで検索するのか？」  
を考えることが非常に重要になります。

この点をよく考えれば、

**商品名 + 複合ワード**

によって、さらに濃いアクセスを集めることができます。

例えば、「コアリズム 口コミ」  
などと検索している人は、何を知りたい人なのでしょうか？

当然ながら、

「コアリズムの評価はどうなのか？」  
「実際に使った人からはどう思われているのか？」  
を知りたい人が検索してきます。

では、「コアリズム 通販」  
と検索する人の目的は何でしょうか？

これは当然「コアリズムを通販で購入したいと思っている」  
可能性が高いです。

このように、「商品名」に、さらに「複合ワード」をプラスすることで、  
「その商品に対して、どのような興味を持っているユーザーか？」  
を絞って集めることができます。

例えば、先ほど例に出た

「コアリズム 口コミ」のユーザーと、  
「コアリズム 通販」のユーザー。

あなたが集めるべきユーザーは、どちらのユーザーでしょうか？

考えるまでもなく、**答えは「コアリズム 通販」のユーザー**になります。

PPCでアクセスを集めるわけですから、アクセスを呼ぶにもお金がかかります。さらに自分を通して商品を買ってもらわなければ、報酬とはならないのです。

だったら、「なんとなくコアリズムに興味があります」というユーザーをいくら集めても、もったいないですよね。

**集めるのは「コアリズムを今すぐ買いたいです！」というユーザーのみ。**

言い方は悪いですが、

**「お金を出す気のあるお客様」だけに絞って集める**ということです。

普通に考えて、

**あなたのサイトに訪れる全ての人が、  
商品を購入する気マンマンだったとしたら、どうですか？**

かなりの確率で、あなたのサイトから商品を購入してもらえますよね。

**無駄なクリックが無い＝無駄な広告費をかけなくて済む**  
ということなので、利益が取れない訳がないんです。

簡単にまとめると、

- あなたが集めるのは、【濃いアクセス】
- さらにその中でも【お金を出す気のあるアクセス】のみを集める

これがP P Cアフィリの基本であり、奥義でもあります。

具体的な方法については【第二章】でお伝えしますので、  
概要だけでも把握しておいてください。

## その4 最初は「A S P」を使うこと

### ■ A S Pの種類

「はじめに」でも説明したように、  
ネット上にはたくさんの「A S P」が存在します。

大雑把に分けると、

- 情報商材系のA S P
- 物販系のA S P

があります。

情報商材系のA S Pで、有名なのは「インフォトップ」「インフォカート」などですが、**今回はこちらのA S Pは使いません。**

情報商材のアフィリエイトは利益が大きいのですが、何よりも売れにくいのが難点です。秀逸なセールスレターの商材をアフィリするとしても、一本売るのに大体**「200アクセス程度」**集めなければいけません。

PPCに慣れてくれば情報商材アフィリで利益を出すことは出来ますが、  
PPCに慣れていない方は**「物販系A S P」**から始める事をオススメします。

理由としては、物販系なら商品名の認知度があるものが多いので、  
キーワードの軸を「商品名」にするだけでも濃いアクセスを呼ぶことができます。

情報商材だと商品名の認知度はほとんど無いに等しいので、  
属性の近いキーワードなどからアクセスを呼ぶ必要があります。  
そうなると、キーワードの選定などに慣れていない方はキツイと思います。

そして何より・・・広告の審査に通りません（泣）

情報商材でも広告審査を通す方法はもちろんありますが、色々と手間が掛かる  
ものが多いので、初心者さんにはやっぱりオススメできません。

なので、このマニュアルでも「物販系アフィリ」以外の説明はしていません。

次に「物販系A S P」ですが、  
メインのものは以下の通りです。

- A 8 .net

<http://www.a8.net/>

- 電脳卸

<http://www.d-064.com/>

- バリューコマース

<https://www.valuecommerce.ne.jp/index.cfm>

- アクセストレード

<http://www.accesstrade.net/>

- アフィリエイトB

<http://www.affiliate-b.com/>

- J A net

<https://j-a-net.jp/>

いっぱいありますね。

どれを使えば良いのか迷うところですが・・・

個人的に初心者さんにオススメしたいASPは、

「**A 8 .net**」です。

- **A 8 .net**

<http://www.a8.net/>

これからはA 8 をメインに話をていきますので、

登録してない人は登録しておいてくださいね ^ ^

(登録方法が分からぬ人は「A 8 登録方法」をご覧ください)

### **■なぜ、A 8を勧めるのか？**

なぜ、私が初心者さんにA 8を勧めるのか？  
というのも、いくつかの理由があります。

#### **理由その1 管理画面が見やすい**

各ASPには、専用の管理画面があります。

今月はいくらの未確定報酬が上がっているのか？  
今月はどれくらい報酬が確定しているのか？  
今提携しているプログラムはなにか？

など、管理画面から確認することができます。

A 8は、この管理画面がかなり見やすくなっています。

実際にPPCを初心者さんに教えていると、必ずと言っていいほど  
「管理画面の見方が分かりません」って質問がきます（笑）

どこをクリックすればどの画面に行くのか、  
どこから報酬を確認することができるのか、  
どこから商品リンクを発行することができるのか。

小難しい管理画面だと、

初心者さんにとっては、それだけでストレスになってしまいます。

しかし、A 8 の管理画面は操作性もよく、初心者の方でもスムーズに管理できます。最近ではグラフなども見ることができるようになったので、自分がどれくらい成果を上げてきているか確認しやすいです。

ストレスなく作業を進めることは非常に大切なことだと思っているので、管理画面の見やすさも、お勧めする要素の一つに入れました。

### 理由その2 プログラム数が圧倒的に多い

「プログラム数」とは、簡単に言えば、あなたがアフィリエイトできる商品（サービス）の数のことです。

当然ながら、プログラムが多ければ多いほど、売れる商品を見つけられる可能性は高くなります。

A 8 の場合、このプログラム数が圧倒的に多いです。

他のASPに比べ、プログラム数が圧倒的に多く、出せば売れるようなプログラムがたくさん眠っています。

慣れてくればプログラム数が少なくて利益を出すことができますが、慣れていないころは、プログラム数が多いに越したことはありません。

### 理由その3 売れる商品を見つけやすい

私が初心者さんにA 8を勧める一番の理由はコレです。

#### 「売れる商品が見つけやすい」

A 8は他のASPに比べると、

売れそうな商品を簡単に見つけることができます。

まず、A 8の「絞りこみ検索機能」は抜群です。

この絞りこみ機能は、間違いなく他のASPより優れています。

PPCアフィリエイターにはありがたい「リストティングOK」のみ検索したり、ジャンル別に検索したり、報酬別に検索することもできます。

また、A 8では「EPC」を見ることができます。

EPCについては、第二章で詳しく説明いたしますが、

簡単に言えば

#### EPC = 1クリックあたりに得られる収益

のことを言います。

(良く分からぬかも知れませんが、後でちゃんと説明します^ ^)

このEPCを見られるというのはかなり便利なことで、  
これによって、ある程度売れるか売れないかの判断をすることができます。

また、A8では「オススメプログラム」や「総合ランキング」  
などを見ることもできるので、こちらも売れる商品選びに使うことができます。

売れるプログラムの見つけ方については第二章で説明しますが、  
A8は売れる商品を見つけやすいってことだけ覚えておいてください。

以上が、私が初心者さんにA8を勧める理由になります。

第二章からもA8を基本として説明していきますので、  
これまでA8を使ったことがない人も、登録だけでもしておいてください。

## その5 最も大切なのは「商品選定」

### ■売れる商品さえ見つかれば絶対に稼げる

PPCアフィリにおいて最も大切なことは、

PPCの技術をマスターすることでも、ランディングページを作る技術をマスターすることでもありません。

**売れる商品を見つけるスキルを身につけることです。**

PPCがどんなに下手くそでも、

ランディングページが素人丸出しでも、

**売れる商品さえあれば、稼ぐことができると断言できます。**

もちろん、PPCの技術やページ作成の技術も必要ではあります、  
そこが一番ではありません。

それらの技術は、ある程度できれば十分です。

今、スーパーアフィリエイターと呼ばれる方々も、PPCの技術を極めたというよりも、**「商品選定の技術を極めた」と言えます。**

「商品選定の技術」が大切なのは、PPCだけでなく、すべてのアフィリエイトに言えることです。

が、PPCに関しては広告費が掛かるので、より慎重に売れそうな商品を選ぶ必要があります。

### 何よりも大切なのは、「売れる商品を見つけること」

私のマニュアルも、Yahoo!リスティングのテクニックや、ランディングページの作り込みよりも、「商品選定」を重点的に説明しています。

星の数ほどある商品の中から、

「売れる商品」だけを見つけ出すスキルを身に付ければ、稼げないほうがおかしいのです。

これからPPCアフィリエイトを始める方も、

商品選定の重要さをしっかりと理解し、何よりも時間をかけて商品を選ぶようにしてください。

麻野流の「商品選定手順」については第二章で説明します。

### ■売れる商品の見つかる確率

とはいっても、

そう簡単に売れる商品がホイホイ見つかるわけではありません。

そんな簡単に見つかるようでは皆稼げているはずだし、

そもそもそんなライバルが多いようでは稼ぎにくいです。

「何個くらい出稿したら、売れる商品が出てきますか？」

という質問を良くされます。

その人のレベルにもよりますが、基本的にはいつも

「**20個に一個くらいです**」

と答えます。

20個に一個。

つまり **5%** です。

100個商品を出したら、その中からしっかりと利益が出るのは  
たったの5個です。

こんなこと言うと、みんなこう言つてきます。

「さっき売れる商品を見つける手順があるって言ってたじゃん！」

って。

確かに私の中では確立された商品選定の手順がありますが、  
それだって 100% 全ての商品が売れるわけではありません。

あくまで「売れる商品を見つける確率を高める手順」

だと理解しておいてください。

正直、20個に一個というのは大げさかもしれないとちょっと思ってます。  
でも、「売れる商品が見つかる確率は5%程度」だと思っていてください。

こう思っていないと、5個くらい出稿して、

「なんだ！全然卖れないじゃん！」と諦めてしまう人が続出するからです。

初心者さんのために言っておきますが、

5個出して売れないなんて当たり前。

10個出して売れないなんて普通。

20個出して、売れる商品が一個あるかないか。

くらいだと思っていてください。

つまり、普通に考えて、

「最初は数で勝負」になるわけです。

とにかく商品を出しまくる。出して出して出しまくる。

特に初心者さんは、最初は質よりも量をこなすようにしてください。

もちろん、売れる商品が見つかる確率は、経験を積んでいけばどんどん上がっていくきます。最初は20個に一個でも、だんだんPPCに慣れてきて、15個に一個、さらに経験を積んで10個に一個・・・という感じです。

ちなみに、私が売れる商品を見つけられる確率は**5～6個に一個**、  
という感じでしょうか。

そろそろ、こんな疑問が出てくると思います。

**「20個に一個しか売れないなんて・・・それで利益が出るんですか？」**

これは当然の疑問だと思います。

20個出しても、売れるのは1個で、残りの19個は卖れないわけですから。

**でも、安心してください。**

**利益はバッタリ出ますから。**

19個が売れなくても、1つ売れる商品が出来てしまえば、

他の商品の広告費を余裕でカバーできるくらいの売上は出ます。

むしろ、そうでなければ「売れる商品」とは呼びません。

**私の言う「売れる商品」とは、本当に売れまくる商品のこと。**

広告費をカバーするなんて余裕にできちゃう商品のことです。

それが見つかるのが 20 個に一個、ということです。

「なんかたまーに売れる商品」とか、

「プラスマイナス 0 の商品」とかは、結構な割合で出てきます。

「すごい赤字になっちゃう商品」というのはあまり出てこないので、

一つが売れれば全てカバーできるという訳です。

色々言いましたが、

とにかく**「売れる商品を見つけられる可能性は 5 %」**だと思っていてください。

そんな簡単には売れる商品は見つからない。

でも、逆に何十個も商品を出して、売れる商品が何個か見つかれば

それだけで利益を出すことは十分可能ということです。

### ■ どんな商品が売れやすいのか？

売れる商品の見つけ方の詳細については第二章でお話しますが、  
ここでは大前提として、概要を理解しておいてください。

売れる商品には、やっぱり売れる要素があります。  
売れない商品は、ちゃんと理由があって売れてないのです。

では、売れる商品の大前提をお話します。

#### ●認知度（検索数）のある商品

まず一番はコレ。  
**認知度のある商品**は売れやすいです。

ネットに関して言えば、  
**【検索数の多い商品】**と言えます。

商品名での検索数が多いということは、世間にその商品が認知されているという証拠です。そして商品名での検索が多ければ、それだけ多くの見込み客を呼び込むことができるわけです。

逆に商品名での検索が少ない商品は、当然ながら認知度が低い商品。  
「これから認知度が上がっていく！」という可能性も0ではないですが、  
よほど先見の明がある人以外は手を出さないほうが無難なジャンルでしょう。

### つまり、私達が狙うのは【認知されている商品】

しかし、認知されすぎていても難しいです。

誰もが知っている商品だと、ライバル広告の数が多く、必然的にクリック単価が高くなってしまいます。

そこで次の条件。

#### ●ライバル広告が15～20個程度の認知度

私の経験上、

**ライバルの広告数が20個程度の商品**であれば、ある程度利益が取りやすい商品と言えます。

このライバルの広告数とは、その商品の認知度を確かめるためにも役に立つので、必ずチェックしています。

ライバル広告数が25個以上の場合、

この商品の認知度が高く、他アフィリエイターからも人気の高い商品と言えます。これくらいライバルが多くなってくると、クリック単価が高騰しがちになってしまふので、利益が取りにくくなります。

ライバル広告数が10個以下、もしくは全くいない場合、

**「やったー！ライバルもない穴場発見！」とはなりません。**

ここまでP P Cアフィリエイターが増えた現状で、簡単に大穴商品が見つかるとは思えません。

なので、全くライバルがいない商品の場合、

「この商品は売れないから、みんな撤退したんだな」

と考えたほうが無難です。

ライバルがいすぎてもダメ。

ライバルが全くいなくてもダメ。

私の場合は、「**20個程度が最適**」と考えています。

が、これはあくまで目安です。

使える広告費や、広告文の質などにもよって左右されることなので、  
自分なりの最適な広告数を見つけていくのがベストです。

### ●広告主サイトの品質

他のアフィリエイターに聞くと、

「そこはそんなに気にしなくていいよー」と良く言われますが、  
どうしても私は気になってしまふポイントなので、書いておきます。

【広告主サイトの品質】とは、

アフィリエイトしている商品の販売ページの品質のこと。

私は一応、このリンク先サイトの出来も見ていてます。

このリンク先サイトがあまりにも素人のような作りで、

「これは自分がお客様だったら、ここで買おうと思わないな」  
と思ったら、提携しません。

その他の条件があまりにも良ければアフィリしますが、  
基本的には売れる気がしないサイトはアフィリしません。

私個人が好むタイプとしては、複数の商品を扱っているようなサイトよりも、  
情報商材のようなレター型のサイトです。

でも、ここはそんなに神経質にならなくてもいいです。

あくまで私個人の主観なので・・・

ただ、あまりに造りが素人っぽいサイトは避けましょう。

## 第一章のまとめ

お疲れ様でした！第一章はここまでとなります。

第一章は基本的なことしか話していませんが、  
これから PPC をやる上で本質の部分になってくるはずなので、  
よく読んでおいてください。

最後に、第一章の内容を簡単にまとめます。

### ■広告予算の設定

- 報酬が実際に振り込まれるのは **2ヶ月以上後**！  
それを踏まえて、2～3ヶ月で使える広告費を考える。
- 予算は、**あくまで勉強代と割り切れる額に設定**すること。  
もし仮に広告費分がマイナスになっても、冷静でいられる額にすること。
- ギャンブルのような PPC は絶対にしないこと。

### ■目標をしっかりと設定

- 「お金そのもの」を目標に置いては、絶対に稼げない。  
**お金は手段の一つであり、目標にはなり得ない。**  
「お金を得たら、何をしたいか？」を具体的に明確に考え、  
ノート等に書き留めておくこと。

### ■見込み客だけを呼び込む

- ターゲットは「その商品にお金を出す気のあるユーザー」のみ。  
(濃いアクセス)。
- 複合キーワードによって、濃いアクセスだけに絞ることができる。

### ■最初はA8を使う。

- 初心者はA8がオススメ。管理画面が見やすい、商品数が多い、売れる商品を見つけやすいなどのメリットがある。
- 第二章からはA8をメインに話していくので、登録はしておくこと。

### ■PPCで一番大切なのは「商品選定」

- 売れる商品さえ見つけられるようになれば、絶対に稼ぐことができる。
- 最初は、売れる商品の見つかる確率は20個に1個。(5%)
- 売れる商品の大前提是、【認知度（検索数）のある商品】、【ライバル広告の数が15～20個程度の商品】、【リンク先サイトの品質が良い商品】の3つ。

以上、ホント簡単にですがまとめました。

第二章では、「売れる商品を見つける具体的手順」、「成約の高いランディングページの作り方」、「Yahoo!リスティングの効果的な使い方」などの説明に入っていきます。