

PPC Affiliate Master School

【Mobile】

第三章 実践編

著作権保護に関する記述

■著作権について

「PPC Affiliate Master School 【Mobile】」（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。ご返品のない場合は、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、違反格を乗じた価格の 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。

第三章 実践編

それでは、第三章【実践編】を始めます。

ここまでに必ず第二章の「準備編」は終わらせておいてくださいね。
でないと先に進めませんから。

第三章【実践編】の目次は、

- P.M.S.式商品選定術
- サイトを作成する
- 広告出稿手順

の順番で説明していきます。

これまでとは違い、実践ベースでの話になるので、慎重に進めていってくださいね。特に広告出稿にはお金が掛かることになりますから。

P.M.S.式 商品選定手順

では、最初に【**P.M.S.式 商品選定手順**】をお伝えしたいと思います。

これからアフィリエイトをするにあたって、まずはどんな商品をアフィリエイトするか？を選ばなくてはなりません。

Moba8 だけでもたくさんの扱える商品がありますが、ただやみくもに商品を出し続けていたのでは、売れる可能性は低くなり赤字になる可能性が増えてしまいます。

まずここで商品の選定手順を理解し、同時に「なぜその商品がいいのか？」ということを考えながら読み進めていってください。

■ 扱える商品の種類

これについては【第一章 確認編】でも軽く触れましたが、もう一度おさらいしておきましょう。

まず、携帯アフィリエイトで扱える商品は、大きく分けて二つ。

- ・ **エンタメ系**
- ・ **物販系**

に分かれます。

エンタメ系

- 着うた、デコメなど、携帯でしか扱えないもの

物販系

- 化粧品、サプリなど、物を売るタイプのもの

「エンタメ系」は、着うたやデコメなどのサービスのことです。よく「月額 315 円」とかでありますよね。こういったサービスは携帯だけのサービスなので、モバイルアフィリエイトでしか扱うことはできません。

「物販系」ですが、その名の通り物を売るタイプのプログラムです。これはパソコンでのアフィリエイトでもメインになっていますが、携帯でも扱うことができます。

■ どちらのジャンルを選べばいいのか？

「エンタメ系と物販系、どちらのジャンルを選べばいいのか？」

という質問をよく受けます。

私としては両方ともバランスよく出稿して行ってほしいのですが、今回のマニュアルでは、私が推奨する方法で商品を選定してください。

選定ジャンルは、初心者さんと中級者以上とで分かります。

●初心者さんの場合

まずは「エンタメ系」の広告から出稿していき、ネットで報酬を得るということを理解できるようになったら「物販系」に進み、大きな利益を狙う。

●中級者以上の場合

大きな利益を狙うため、「物販系」から攻めていく。ある程度広告を出稿したら「エンタメ系」も出稿し、リスク分散を狙っていく。

これが、私が推奨する選定ジャンルです。

ということが説明していきますね。

■初心者さんが「エンタメ系」から攻める理由

まず、エンタメ系広告の特徴として、

・非常に成約しやすく、確実に承認される。またクリック単価も安い。

というメリットがあります。しかしそれと同時に

・報酬が低い

というデメリットもあるわけです。

以上の特徴から、エンタメ系のみでは大きな利益を出すことは難しいということが分かりますね。不可能ではありませんが、かなりの数の広告を出さなければなりません。

しかしそれでも、ネットでまったく稼いだことが無い！という初心者さんには、エンタメ系の広告からスタートしてほしいのです。

これは私の持論ですが、ネットビジネスで稼ぐためには、

・ネットでお金を得る感覚を掴むこと

これが何よりも大切だと考えています。

初心者さんは、「ネットで稼ぐ」と言われても、いまいちイメージが湧かないと思います。それはやはりネットでお金を得たことがないからですね。

なのでまずはハードルの低い「エンタメ系」の広告から始めてみて、低くてもいいので「ネットで報酬を得る」という感覚を覚えてほしいのです。

すると具体的に稼ぐイメージができるようになるので、モチベーションも上がり、どのように進めればいいのかが見えてきます。そうなったら「物販系」の商品にも手を出していき、利益を大きくしていく、というのが、最も確実に堅実な方法だと思います。

・初心者の方は、まずは1円でもいいから報酬を得てみよう

ということですね。

■ 中級者以上は「物販系」から攻める理由

ここで言う中級者以上というのは、

「すでにPPCアフィリエイトをやったことがある」

「ネットからお金を得た経験がある」

という方々だと思っていてください。

こういった方は、最初から「物販系」の商品を出稿していきましょう。

狙いは単純に利益を出すことです。

物販系商品の報酬は非常に高いです。安くても1000円、高いものであれば7000～10000円のものもあります。エンタメ系の報酬は300円程度で、安いものであれば50円だったりします。どちらが大きい利益を出しやすいかは、もはや明確ですよ。

しかし物販系の商品は、

・クリック単価が高くなりがちで、赤字になる可能性がある

というデメリットがあります。

したがって、物販系から始めるのであれば、ある程度経験のある「中級者以上」の方がおススメということですね。

■モバイルアフィリで狙う「ターゲット」を決める

先ほどは「どちらのジャンルから攻めるか？」という説明をしました。

次にターゲットを明確にしましょう。

携帯アフィリエイトに限らず、最初にターゲットを決めておくことは非常に大切。大切というか、もはや大前提です。

では、携帯でアフィリエイトをする場合、
誰をターゲットにすればいいのでしょうか？

まず、ターゲットの年齢ですが、

・ 10代～20代

を狙います。

これは単純に、携帯でネットをいじったり何か物を買ったりするのは若年層が多いということですね。携帯そのものの市場でもあると思います。

また、若年層は金銭的に制限を掛けず、勢いで動く傾向があります。
つまり衝動的に何かを買ったり、何かを申し込んだりするということです。

我々としては、こういった人たちをターゲットとした方が利益を取りやすいですね。

次に性別ですが、これは間違いなく

・女性

をターゲットにしたほうがいいです。

そもそもアフィリエイトできる商品が女性向けの物が多いということもありますが、それ以上に女性は男性よりも「決断力」があります。

男性の場合は自分の財布を管理されていたりして、自由に使えるお金が少ない場合も多いですよ（笑）

何かを購入したりサービスを利用したりするのは、女性の方が身軽ということですね。まとめますと、

・10代～20代の女性

をターゲットにした商品選定をしていくのがベストだということです。

これは常に念頭に置いて考えてくださいね。

■ジャンル別「売れる広告の選び方」

ターゲットは「10～20代の若い女性」ということで決まりました。

では、そのターゲットにはどのような商品が売れるのか、ジャンル別にご説明していきます。

●エンタメ系「デコメ」の場合

エンタメ系広告の代表格とも言える「デコメ」について説明します。

デコメは若い女性が好むサービスのひとつであり、かなり売れやすい商品になっています。



様々なデコメ系商品がありますが、その中でも商品を選ぶ基準というものが存在しますので、ご紹介します。

その① キャラクター物を狙う！

キャラクター物のデコメというのは、もはや鉄板です。若い女性であれば、キャラクターのデコメは必ずといっていいほど持っていると思います。

有名どころであれば「キティー」「ディズニー」「スマーフ」などですね。他にもたくさんあると思います。

キャラクター物というのは必ずファンが存在し、最初からかなり認知度が高い状態なので、非常に売りやすいです。

その② 新着広告を狙う！

Moba8に限らず、ASPでは毎日のように新しい商品・サービスが登録されていきます。それらを通称「新着広告」と呼びますが、新着広告は見逃さずにチェックしてください。

特に女性は、新しいものや流行ものには敏感です。新着広告は、新しいというだけでも売れやすい商品になるのです。

稼いでいるアフィリエイターの中には、新着広告だけを片っ端から出稿していく、という方もいるくらいです。こまめにチェックする習慣をつけましょう。

その③ 名称が短いものを選ぶ！

これはデコメだけでなく携帯アフィリエイト全般に言えることですが、必ず「名称が短いもの」を選ぶようにしてください。例で言えば「エモジバ」なんかが当てはまります。

理由はすこし考えてみれば分かります。単純に、あまりに長い名前のものは携帯では検索しにくいからです。

パソコンであれば、長い名前のものでも検索すると思います。

でも携帯ではどうでしょうか？あの小さな画面に小さなボタンで、ズラズラと長いキーワードで検索しようなんて、誰も思わないのです。

商品を選ぶときは「名称が短いもの」というのは、基本として覚えておいてください。

●エンタメ系「アプリ」の場合

次は「アプリ系」の選び方についてです。「アプリ系」とは、簡単に言うとゲームなどのことです。こちらも若年層を中心に売れやすい商品です。



その① 有名どころを狙う！

アプリ系商品を探すときは、まずは有名なものから探すようにしましょう。
理由は、デコメ系を探すときにキャラクター物を選ぶ理由と同じです。

有名どころは成約率・検索数ともに多く、成果を取りやすい案件です。
「ライバルが多いかも・・・」とは考えず、まずは有名商品を狙ってください。

例をあげると「東風荘」「ネバーランド」などがあります。

その② 通信ができるものを狙う！

最近のアプリ系では「通信機能」を備えたものが多数あります。

通信して対戦することができたり、友達を作ることができたり、
オンラインで協力してプレイしたり・・・など。

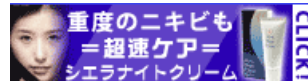
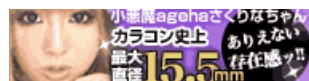
こういった商品が増えてきているということは、そこには需要があるということです。通信系アプリは成約率も高く人気もあるので、積極的に狙っていきましょう。

例をあげると「みんなでサッカー」「東風荘」などがあります。

アプリ系の選定方法はこんな感じです。
基本的な考え方はデコメ系のときと全く同じですね。

●物販系商品の場合

では、次に物販系商品の説明です。本質はエンタメ系とあまり大差ありませんが、物販系は種類が多いだけに、価格面やターゲット面で選定しなければなりません。



その① 販売価格が 1000～3000 円のを狙う！

エンタメ系の場合は「月額 315 円」という具合に価格帯というのがある程度決まっていますが、物販はそうではありません。100 円の商品もあれば、30000 円の商品だってあるわけです。

モバイルの場合、あまり高額な商品は売れません。おそらくモバイルという小さな端末で、高額な商品を買うことには心理的な抵抗があるからでしょう。

高額な商品は避け、かといって安すぎるものだと利益が取れない。一番バランスのいい価格帯としては「**1000～3000 円程度のもの**」がベストです。

報酬が、じゃないですよ。あくまで販売価格が、ということです。

その② ターゲットに適している商品を狙う！

エンタメ系はそもそも使うユーザーが若年層であることに對し、物販系のユーザーは幅広く、商品別にターゲットも異なります。

前に説明したように、我々がモバイルで狙うターゲットは、

【10～20 代の女性】です。物販で商品選定するときには、必ずこのターゲットに合うような商品を選ぶようにしてください。

例えば、「アンチエイジング化粧品」があったとします。アンチエイジング系の商品を若年層が購入する可能性は低く、おそらく 30 後半～40 代の方がメインになってきます。つまり、モバイルには不向きな商品ということです。

一番分かりやすいのは、若い女性がモデルとなっている化粧品系です。他にもどのような商品が若年層の女性から人気があるのか、常にアンテナを張るようにしておきましょう。

その③ 商品名が分かりやすくハッキリしているものを狙う！

我々PPC アフィリエイトは、キーワードを選定して広告を出稿しなければなりません。その時どのようなキーワードを選ぶのかは後で説明しますが、基本的には「商品名」を軸にしてキーワードを設定していきます。

そのため、商品名が曖昧な商品は売りにくく、そもそも売れない可能性が非常に高いです。

実際にあった商品ですが、「**お肌のシワをキレイになくすジェル**」みたいな名前のものでありました。これは商品名が曖昧で、非常に投稿しにくいですね。

我々アフィリエイトとしても扱いにくい商品でもありますが、それ以上にお客さんが何て検索したらいいかわからないですね。こういう商品は売れない可能性が高いので、扱わないようにしましょう。

良い例でいえば「どろあわわ」「つやプラ！」「豆腐の盛田屋」など、商品名がハッキリしていて分かりやすいものを選びましょう。

物販系での選定方法はこんな感じです。以上の3つのポイントをしっかり守って商品選定してください。

■ 売りにくいジャンルとは

売れやすいジャンルの商品がある一方で、当然ながら売りにくい商品ジャンルというものも存在します。モバイルでは利益が取りにくいジャンルなので、以下のものは扱わないようにしてください。

● アパレル系の商品

アパレル系商品は利益を出しにくいです。アパレルは全体的に販売価格が安く、さらに報酬は「購入価格の5%」とかが一般的です。かなりの数を売らないとまとまった報酬になりません。

また、モバイルでのアパレル系案件は、ネットウィンドウショッピングの可能性が非常に高いです。直接購買に結び付きにくいのが、報酬を得にくい理由です。

● 求人系の商品

次にNGなのが求人系です。求人系というのは、面接を受ければ成果発生、内定が確定すれば成果発生、という案件です。

獲得しがたい理由は二つあります。ひとつは、成果が発生するまでの壁が非常に高いこと。もう一つは、広告主が出稿している可能性が高く、単価が高い傾向にあります。こういった案件は、避けていった方が無難ですね。

●資料請求系の商品

資料請求系の商品も、報酬が取りにくい案件です。資料請求系とは、たとえばパチンコの攻略法の資料を無料で差し上げます、などの案件ですね。

獲得しにくい理由は、こちらも成果が発生するまでの壁の高さです。資料請求系は、資料がお客さんに届き、さらに相手に電話がつながれば成果確定、というパターンがほとんどです。

資料請求系は、電話がつかないユーザーが非常に多いです。なので、ほとんど成果につながることはありません。また、出稿単価も高くなりがちです。

以上、3つが売れにくい案件になります。

●アパレル系の商品

●求人系の商品

●資料請求系の商品

です。覚えておいてくださいね。

■ 売れる広告の選び方 まとめ

では、この辺で売れる広告の選び方についてまとめてみましょう。

▼デコメ系▼

- ・ 有名なキャラクター等、名称がしっかりとついているものを選ぶ。
- ・ 新着広告は積極的に狙っていく。
- ・ できるかぎり名称の短いものを選ぶ。
- ・ 極力全キャリア対応を選ぶ。(docomo,au,softbank)

▼アプリ系▼

- ・ 有名なもので、名称がしっかりとついている短いものを選ぶ。
- ・ 通信ができるものは成約が取りやすい。
- ・ 価格は 300～500 円程度のもの
- ・ 極力全キャリア対応を選ぶ。(docomo,au,softbank)

▼物販系▼

- ・ モバイルでは価格の高いものは扱わない。1000～3000 円がベスト。
- ・ 10～20 代の女性をターゲットとした商品を選ぶ。
- ・ 商品名がハッキリしていて短いものを選ぶ。

以上のポイントを意識しながら商品選定するようにしてください。

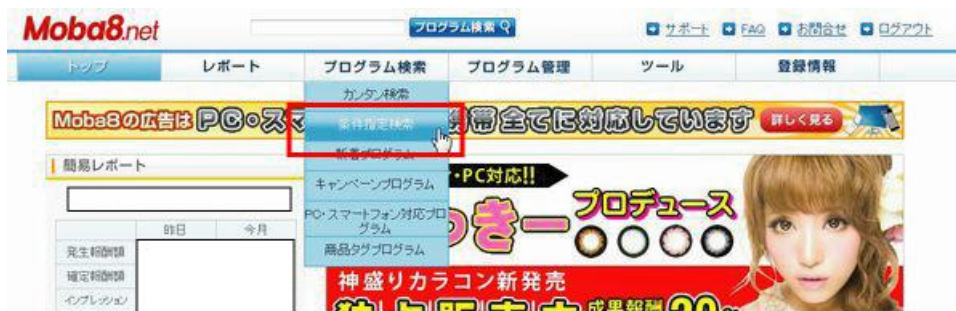
■ Moba8 で商品を探してみよう

では、実際に Moba8 で商品を探してみましょう。

Moba8 を開き、ログインしてください。

⇒ <http://moba8.net>

開いたら「プログラム検索」タブから「条件指定検索」をクリック。



すると、ズラッと条件を指定するフォームが出てきますが、これらをすべて入力する必要はありません。大切なのは「カテゴリ」と「対応キャリア」です。

まず、「カテゴリ」欄から「指定する」にチェックし、検索したいカテゴリを選びましょう。今回の例では、デコメとゲームにチェックを入れました。



次に対応キャリアです。キャリアというのは、docomo,au.softbank といった各メーカーということですね。これは極力全てのキャリアに対応している広告がいいので、「対応キャリア」欄から「指定する」にチェックをいれ、「docomo」「au」「softbank」にチェックを入れ、「全てを含む」にもチェックを入れてください。

ここまで完了したらとりあえずOKです。一番下の「この条件で検索する」をクリックしてください。

すると、条件にあったプログラムがズラッと出てきますね。今回の例ではたまたま一番上に表示された「ギャルデコ」というデコメ系商品で説明していきます。公式会員登録 210 円コース一件につき、報酬は 323 円です。

検索 条件	提携 状態	プログラム名 [プログラムID]		対応 キャリア デバイス	オプション			アクション
		カテゴリ	成果報酬		開始日	提携日	終了日	
	未提携	[公式]リッチャゲデコの【ギャルデコ】会員登録プログラム(12-0118) [m000000009745002]			登録バナー ネイティブ 公式サイト 1日保証 無料サイト リスティング 商品リンク 商品の写真 審査済 特別案件			素材確認 詳細情報
		デコメ	【報酬額】 公式会員登録(210円コース)	323円	2012/01/18		未定	

右にオプションと書かれているのが分かりますか？ **商品を選ぶ際には、必ずこの「リスティング」という部分が明るくなっているかを確認してください。** リスティングNGの商品をPPCで出してしまうと、成果が却下されたり提携が解除されたりします。

ギャルデコはリスティングOKなので、さっそく提携してみましょう。

ギャルデコをクリックすると、以下のような画面が出てきます。

選択	提携 状態	広告主名	プログラムID	対応 キャリア デバイス	オプション			アクション
		プログラム名称	カテゴリ	確定までの目安	開始日	提携日	終了日	
		詳細説明						
		愛知情報システム株式会社	m00000009745002	セグメント 本人向け モバイル向け アプリ向け 有料サイト 1日体験版 無料体験版 リサーチ 企画 企画 企画 企画				
		【公式】ハッチャデコメの【ギャルデコ】会員登録プログラム(12-0118)						
		デコメ	1日		2012/01/18		未定	
<input checked="" type="checkbox"/>	未提携	【サイト名】 ギャルデコ 【サイト紹介】 ギャル向けのハッチャデコメならココ！今すぐ登録してね！ 【報酬額】 スマートフォン対応 公式会員登録(210円コース) 328円 全文表示						素材確認 広告主サイト
		アピールサイト						
関連キーワード デコメ ギャル 会員登録 公式 全文表示								
一括申込: する		検索結果一覧へ戻る			提携申請をする			

条件を確認し、問題なければ「提携申請をする」をクリックしてください。

ステータス	プログラム名称	アクション
提携完了	【公式】ハッチャデコメの【ギャルデコ】会員登録プログラム(12-0118) この広告主の他のプログラム	広告素材 詳細情報 インスタントページへ追加

この画面のように、「提携完了」と出てきたらOKです。プログラムの中には審査があるものがあり、Moba8に登録した際のサイト（ブログ）をチェックし、この人にアフィリエイトを任せてもいいかどうか、広告主側が審査する場合があります。

審査の時間はプログラムによってバラバラで、すぐに提携できるものもあれば2週間とか掛かるものもあります。

審査している間ずっと待っているのも時間のムダなので、すぐに違うプログラムを探して、ガンガン提携していきましょう。

提携が完了したら、すぐにアフィリエイトできる状態になっているか確認してみましょう。「プログラム管理」タブから「提携プログラム一覧」をクリック。



すると、これまで提携してきたプログラムの一覧が出てきます。先ほど提携したギャルデコを探してみると一番下にありました。

[公式]iッチャゲデコの【ギャルデコ】会員登録プログラム(12-0118) [m00000003745002]				広告素材 詳細情報 レポート インストールページへ進む			
デコメ	【1800円/月】	公式会員登録(210円/コース)	928円	2012/01/18	2012/01/20	未定	

これで「広告素材」をクリックすれば、あなた専用のアフィリエイトタグが発行され、いつでもアフィリエイトが行えるということです。この辺の詳しい説明については「サイトの作成方法」で詳しくお伝え致します。

こんな感じで、どんどん提携プログラムを増やしていきましょう。

商品の選び方については以上になります。

実はパソコンでのアフィリエイトの場合はもうちょっと商品選定を細かく手順を踏んでやるのですが、モバイルの場合はクリック単価がめっちゃめっちゃ安いので、重要なポイントだけ絞って数を撃つ、というスタイルで一番利益が出やすいです。

特にエンタメ系広告はクリック単価が安く成約しやすい案件なので、初心者さんは積極的に取り組んでみてくださいね。

モバイルで利益を出すには、何よりも数を撃つ、ということを覚えておいてください。

では、次ページからランディングページの作成方法に入ります！

ランディングページを作成する

では、ランディングページの作成手順についてご説明します。

PPCアフィリエイトをする上で、ランディングページの作成は必須です。サイトがなきゃ広告を出せないですからね。

また、大前提として覚えておいてほしいのは

・ 1 商品（サービス）につき 1 サイト

ということです。いわゆるペラサイトというものですね。

100 個出稿するなら 100 サイト、1000 個なら 1000 サイト、という具合にサイトを量産していきます。

「サイトなんて作ったことないです。難しそう・・・」

という方もいるかもしれませんが、ご安心ください。このマニュアルにはテンプレートが付いていますので、ちょっとだけ編集するだけで簡単にサイトを作ることができますので。

まず、付属しているテンプレートは、全部で25種類。

構成などは全て同じですが、それぞれサイトの色が違います。扱う商品によって色などを変えてみるのもいいでしょう。ちなみに私は基本的にホワイトを使用しています。

こちらのサイトを見てください。

⇒ <http://ppcformula.net/galdeco/>

これはテンプレートの「ホワイト」を使って作成したサイトです。

扱っている商品は、先ほど例に出した「ギャルデコ」です。

パソコンで見るとスカスカで少しかっこ悪いですが、モバイルで見るとそれなりに形になっています。

どうですか？

おそらく、思っていたほど難しくなさそうだと思います。

パソコンの場合だともうちょっと手の込んだサイトを作る必要がありますが、モバイルの場合はこのような簡単なサイトでも十分成果を得ることができます。

サイトを作成するにあたって必要なものは、

- 本マニュアル付属のテンプレート
- クレセントイブ（編集用ソフト）
- サーバー＆ドメイン
- F F F T P（アップロードに使うソフト）
- Moba8 で選定したプログラム

と、なります。クレセントイブ、サーバー＆ドメイン、F F F T Pなど、全て準備編で用意してもらっているはずです。もう一度、全て揃っているか確認してみてください。

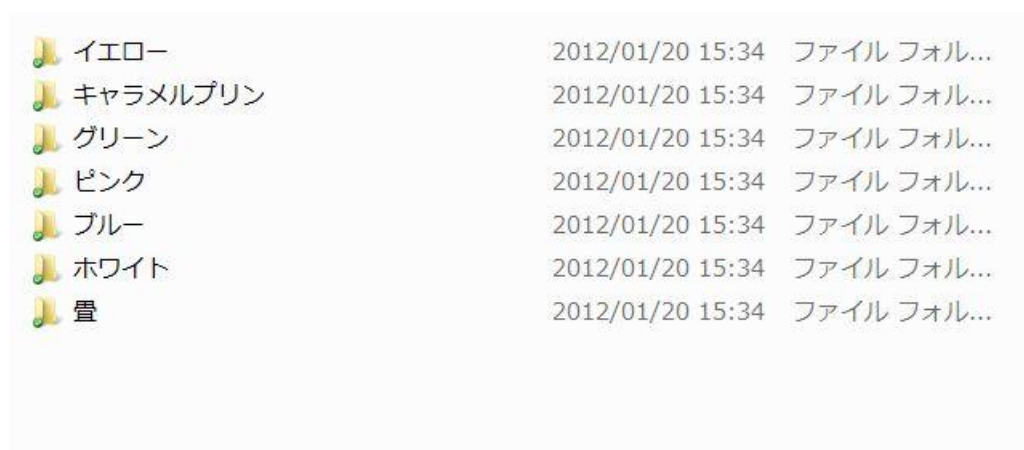
全て揃っていたら、さっそくランディングページの作成に入りましょう。

■まずテンプレートをコピーしよう

テンプレートは、いわば「**原本**」です。原本を直接編集してしまつては、今後サイトを作るときに面倒なことになってしまいます。

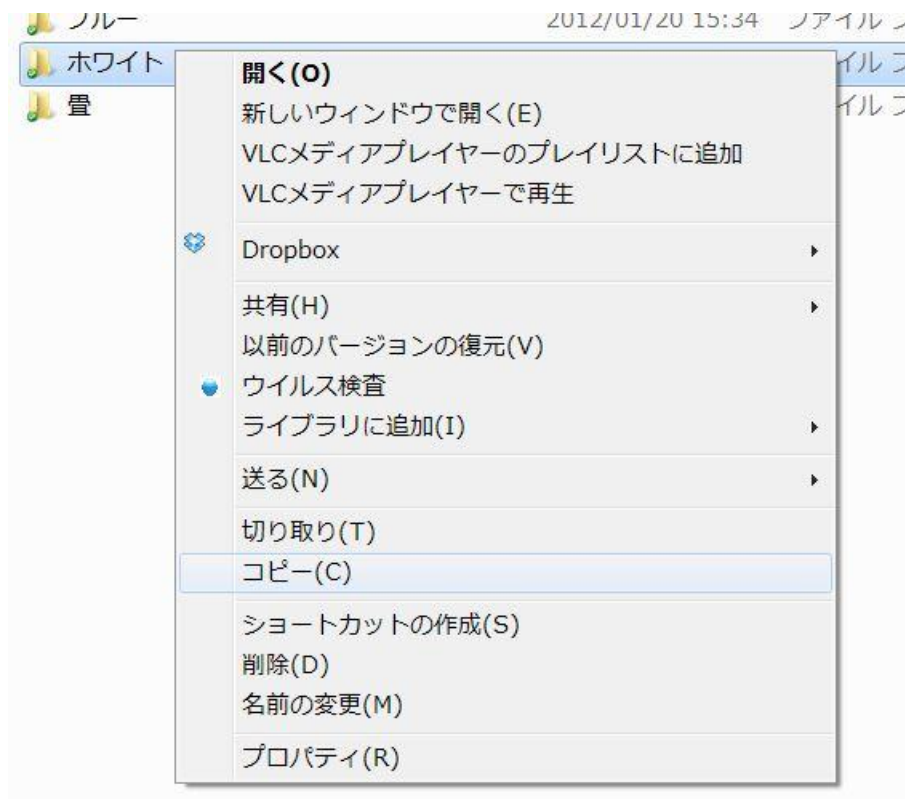
なので、サイトを作るときは必ず「**テンプレートをコピーして、コピーしたものを編集する**」ということを覚えておいてください。

ではまず、テンプレートフォルダを開いてみてください。



こんな感じでテンプレートが表示されますね。

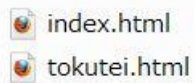
まず、この中から好きなものをコピーしましょう。今回は「ホワイト」を使ってみます。「ホワイト」フォルダを右クリックし、「コピー」を選択します。



次に、デスクトップ画面で右クリックし、「貼り付け」をクリックしてください。
デスクトップに「ホワイト」フォルダがコピーされたと思います。



このデスクトップにコピーしたフォルダを編集していくことになります。
さっそく**このフォルダをダブルクリック**してみてください。



この2つのファイルが出てきたと思います。

「index.html」はランディングページを構成しているファイルで、
「tokutei.html」は特定商法取引のページを構成しているファイルです。

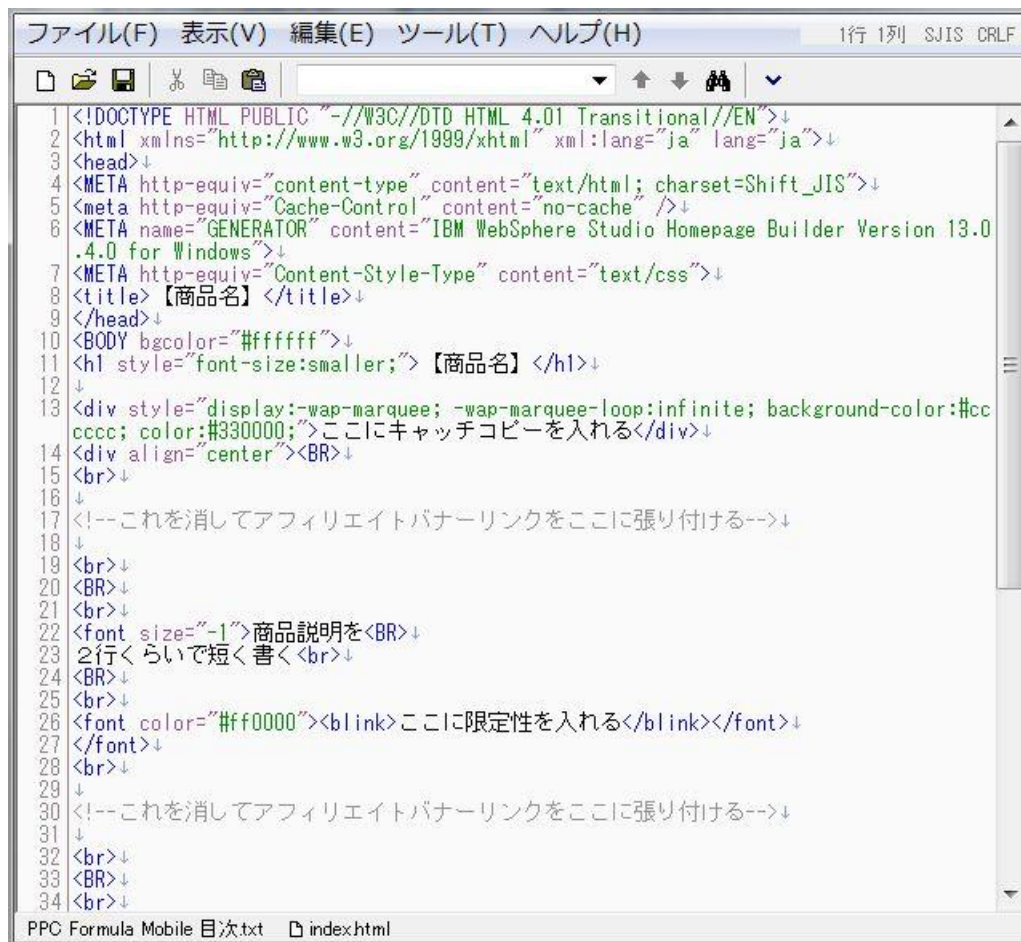
これから編集してくのは、「**index.html**」になります。

■クレセントイブでファイルを開く

「index.html」を右クリックし、「**CrescentEve で開く**」を選択してください。



すると、こんな画面が出てきましたね。



```
1 <!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN">↓
2 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" xml:lang="ja" lang="ja">↓
3 <head>↓
4 <META http-equiv="content-type" content="text/html; charset=Shift_JIS">↓
5 <meta http-equiv="Cache-Control" content="no-cache" />↓
6 <META name="GENERATOR" content="IBM WebSphere Studio Homepage Builder Version 13.0
  .4.0 for Windows">↓
7 <META http-equiv="Content-Style-Type" content="text/css">↓
8 <title>【商品名】</title>↓
9 </head>↓
10 <BODY bgcolor="#ffffff">↓
11 <h1 style="font-size:smaller;">【商品名】</h1>↓
12 ↓
13 <div style="display:-wap-marquee;-wap-marquee-loop:infinite; background-color:#ccc;
  color:#330000;">ここにキャッチコピーを入れる</div>↓
14 <div align="center"><BR>↓
15 <br>↓
16 ↓
17 <!--これを消してアフィリエイトバナーリンクをここに張り付ける-->↓
18 ↓
19 <br>↓
20 <BR>↓
21 <br>↓
22 <font size="-1">商品説明を<BR>↓
23 2行くらいで短く書く<br>↓
24 <BR>↓
25 <br>↓
26 <font color="#ff0000"><blink>ここに限定性を入れる</blink></font>↓
27 </font>↓
28 <br>↓
29 ↓
30 <!--これを消してアフィリエイトバナーリンクをここに張り付ける-->↓
31 ↓
32 <br>↓
33 <BR>↓
34 <br>↓
```

おそらく意味不明だと思います（笑）

これがHTMLと呼ばれる、ホームページを構成している言語です。

これからあなたにこのHTMLを編集してもらうことになりますが、心配することはありません。

HTMLを全て覚える必要はありませんし、編集する場所も全て決まっているので、それさえ覚えてしまえば簡単に作ることができます。

では、実際に編集してみましょう。

■ クレセントイブでファイルを編集する

これから編集していくにあたって、まずは何の商品を出すかを決めなければなりません。先ほど決めた Moba8 のプログラムで出稿してみます。今回は例として「ギャルデコ」で進めていきます。

また、HTML 編集の大前提として、

・ **必要な部分以外は絶対にいじらない**

ということを覚えておいてください。

HTML は必要な部分が一文字でも消えてしまったり変わってしまったりすると、それだけで大幅にレイアウトが崩れてしまうことが良くあります。そうすると最初からやり直しになることもありますので、気を付けてくださいね。

▼【商品名】を挿入する（三か所）▼

では進めていきましょう。先ほど開いてみたクレセントイブを見てみてください。8 行目、11 行目、47 行目に、**【商品名】**と書かれているのが分かりますか？

```
8 <title>【商品名】</title>↓
9 </head>↓
10 <BODY bgcolor="#ffffff">↓
11 <h1 style="font-size:smaller;">【商品名】</h1>↓
```

ここには文字通り、商品名（サービス名）を入れます。

今回で言えば**【ギャルデコ】**と入れることになりますね。

計3か所ありますので、さっそく入れ替えてみましょう。

```
8 |<title>【ギャルデコ】</title>↓  
9 |</head>↓  
10|<BODY bgcolor="#ffffff">↓  
11|<h1 style="font-size:smaller;">【ギャルデコ】</h1>↓
```

こんな感じになりました。こういった同じ作業を連続して行う場合には、「ギャルデコ」という単語をコピーして、一気に3箇所に貼り付けるのが効率的ですね。

▼アフィリエイトバナーリンクを張り付ける（二カ所）▼

では終わったら次に行きます。17行目、30行目に、

<!--これを消してアフィリエイトバナーリンクをここに張り付ける-->
と少しグレーっぽい色で書かれていますね。

```
16 | ↓  
17 | <!--これを消してアフィリエイトバナーリンクをここに張り付ける-->↓  
18 | ↓
```

これも文字通りです。この行を消して、Moba8から取得したあなたのアフィリエイトリンクを貼りつけます。

では早速アフィリエイトリンクを取得してきましょう。インターネットから「Moba8」を開き、ログインしてください。

トップ画面の「プログラム管理」タブから「提携プログラム一覧」をクリック。



これまで提携したプログラムが一覧で出てきます。その中から今回出稿するものを探してください。今回は「ギャルデコ」ですね。

お目当てのプログラムを見つけたら、その右側にある「広告素材」をクリック。



すると、色々な広告素材が出てきます。

この中からバナータイプのものを探してみましょう。

大きさは好みで何でもいいのですが、私はいつも(192 x 53)のサイズのバナーを使用しています。



ギャルデコでいえばコレですね。バナーサイズは(192 x 53)になっています。

右側赤枠で囲ってある「**広告タグ**」という部分。**これがあなたのアフィリエイトタグになります**。広告タグを全て選択し、コピーしてください。

赤枠のタグを全てコピーしてください↓



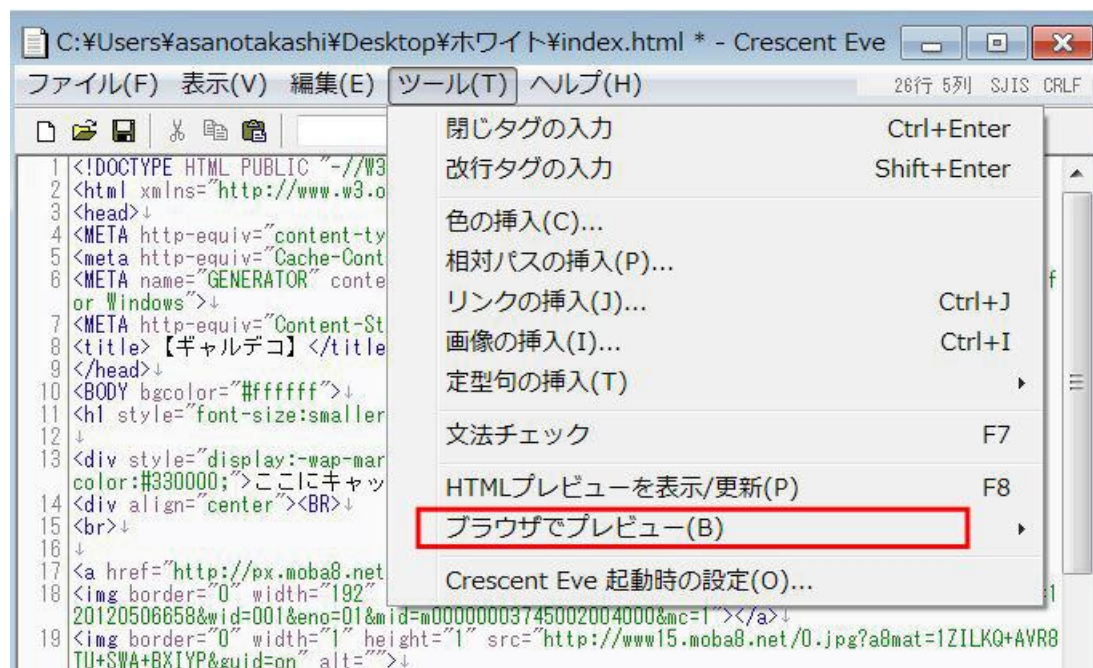
コピーしたら、クレセントイブに戻ってください。先ほど説明した、
<!--これを消してアフィリエイトバナーリンクをここに張り付ける-->
の部分と入れ替えてアフィリエイトタグを張り付けてください。

```
18 ↓
17 <a href="http://px.moba8.net/svt/...">↓
18 </a>↓
20 ↓
```

こんな感じになりますね。2箇所ありますから、両方とも同じように貼り付けてください。

▼プレビューを確認する▼

では、この辺でランディングページがどんな感じになっているのか、チェックしてみましょう。クレセントイブ上部の「ツール」から、「ブラウザでプレビュー」を選択してください。ネット上で実際にどのように見えるか確認することができます。



赤枠の部分をクリックすれば、ネット表示に切り替わります。

いかがでしょうか？

次ページのような感じになっていればOKです。

【ギャルデコ】

ここにキャッチコピーを入れる



商品説明を
2行くらいで短く書く



商品説明を
2行くらいで短く書く

[詳細はこちらをクリック](#)

Copyright (C)
【ギャルデコ】
All Rights Reserved.
[特定商取引法に基づく表示](#)

【ギャルデコ】という文字が入り、
さらにバナーが二か所に表示されていますね。

現段階では、これでOKです。

進めていって、ちゃんと出来たか不安なときは、こんな感じで「ブラウザでレビュー」でこまめにチェックしてみてください。

▼テキストリンクを挿入する▼

では次に進みます。

先ほどはバナータイプのアフィリエイトリンクを入れてもらいましたが、よく見るとサイトの下の方には「**詳細はこちらをクリック**」という場所がありますよね。

ここにも、アフィリエイトリンクを挿入しなければなりません。

クレセントイブに戻り、4 5 行目付近。

`詳細はこちらをクリック
`

という部分があると思います。

このさらに「ここにあなたのアフィリエイト URL を張り付ける」という部分を消して、アフィリエイトリンクを挿入します。

この部分のアフィリエイトリンクの取得方法ですが、
先ほどコピーした、バナーリンクの一部を使います。

さっきのバナーリンクを見てください。

良く見てみると、

```
<a href="http://px.moba8.net/svt/●●●●●●●">
```

って部分がありますよね。

（人によってリンクは違うので、●にさせていただきます）

重要なのは、この<a href="・・・のあとの、

http://・・・の部分です。

<a href=のあとの「"」と「"」の間。

これが、あなたのアフィリエイトになります。

この赤文字の部分です。

```
<a href="http://px.moba8.net/svt/●●●●●●●">
```

これは本来バナー用のアフィリエイトですが、

この部分だけコピーすれば、普通にアフィリエイトとして使えます。

なので、バナーリンクの<a href=・・・の後をコピーしてください。

```
<a href="http://px.moba8.net/svt/●●●●●●●">
```

↑ 水色の部分をコピー

コピーしたら、クレセントイブに戻り、45行目付近の

`詳細はこちらを
クリック
`

の、さらに

- ・ここにあなたのアフィリエイトURLを張り付ける

の部分を消して、先ほどコピーしたアフィリエイトリンクを貼りつけてください。すると、このような感じになります。

`詳細はこちらをクリ
ック
`

これが上手く出来ていれば、「詳細はこちらをクリック」の部分にも、あなたのアフィリエイトリンクが挿入されたことになります。

これで、アフィリエイトリンクの挿入作業は終わりです。

次はキャッチコピーを書きましょう。

▼キャッチコピーを入れる▼

クレセントイブの13行目。

```
<div style="display:-wap-marquee; -wap-marquee-loop:infinite; background-color:#cccccc; color:#330000;">ここにキャッチコピーを入れる</div>
```

という部分のさらに

・ここにキャッチコピーを入れる

の部分を入れ替えてキャッチコピーを書きます。

キャッチコピーといっても、そこまで難しく考える必要はありません。
モバイルの場合は、あまり長い文章を書くことは効果的ではありません。
キャッチコピーも、一言だけ書けばOKです。

そしてキャッチコピーの役割は、その商品を欲しがらせることでも、成約率を上げることでもありません。

・ただ、下まで読んでもらうこと

これがキャッチコピーの役割です。

今回の場合に当てはめるなら、「このサイトは何のサイトなのか？」
ということが一目で分かれば問題ありません。

つまり、**基本的には商品名を含めた文章**になるわけです。

さらに、キャッチコピーは自分で考える必要はありません。
すでに広告主側が用意してくれているものがあります。

Moba8 に戻り、今作成しているプログラム「**詳細情報**」というところを見てみてください。詳細情報のさらに下の方を見てみると、「**詳細説明**」というところがありますね。

詳細説明	<p>【サイト紹介】ギャル向けのハッチャケデコメならココ！今すぐ登録してね！</p> <p>【アピールポイント】 210円登録でデコメ取り放題！ しかも成果報酬は、323円と高額案件！！</p> <p>新しいサイトだから会員がかぶる可能性も低い！ため、獲得が簡単！？</p> <p>今すぐ紹介してみて！</p> <p>【注意事項】 ・初回登録のみ成果対象 ・[DoCoMo]Android OS 2.1以上に対応 ・ポイントメディアからの集客は成果対象外</p>
------	---

ここには、広告主がアフィリエイト向けに書いているアピールポイントなどが記載されています。

少ししかありませんが、モバイルでのアフィリエイトであればこれだけの文言があれば十分です。**キャッチコピーはここから引用しましょう。**

ギャルデコに当てはめるのであれば、キャッチコピーは

・ギャル向けのハッチャケデコメ【ギャルデコ】

という感じになりますね。

これはただギャルデコの詳細説明から引用しただけです。

こんな感じで、自分であれこれ考えるのではなく、広告主の詳細説明を見てサクッと書いてしまいましょう。

上手い言い回しや、カッコいい言葉を考えることは逆効果です。

ストレートに、どんな商品なのか伝わればOKです。

これをクレセントイブに当てはめると・・・

```
<div style="display:-wap-marquee; -wap-marquee-loop:infinite;
background-color:#cccccc; color:#330000;"> ギャル向けのハッチャケデ
コメ【ギャルデコ】 </div>
```

```
12 | ↓
13 | <div style="display:-wap-marquee; -wap-marquee-loop:infinite; background-color:
    | #cccccc; color:#330000;">ギャル向けのハッチャケデコメ【ギャルデコ】</div>↓
```

このようになりますね。

▼商品説明文を書く（二カ所）▼

これでキャッチコピーは終わりです。次に進みます。

24行目付近と、39行目付近を見てください。

``商品説明を`
`

2行くらいで短く書く`
`

```
24 | <font size="-1">商品説明を<BR>↓
25 | 2行くらいで短く書く<br>↓
```

というタグがありますね。

ここは書いてあるとおり、商品説明を書く場所になります。

計二カ所あります。

商品説明といっても、キャッチコピーのときと同じで難しく考える必要はまったくありません。広告主の「詳細説明」から引用してくればOKです。

その前に・・・

一つだけ、あなたに覚えておいてもらいたいHTMLタグがあります。

**`
`**

というタグです。

場所によっては
とも書かれていますが、これらは同じ意味で、HTML言語では【改行】を意味します。

普通のメモ帳と同じような感覚で、エンターを押して改行しても実際には改行になりません。HTMLの場合は、必ず
を入れる必要があります。

今回の商品説明文は、2行程度がベストです。
そして改行したい部分には、必ず
を入れてください。

では商品説明に戻ります。

ギャルデコの商品説明文を書くために、詳細説明から引用してみました。

ギャル向けのハッチャケデコメならココ！

☆☆ギャルデコ☆☆

こんな感じになりました。
何も難しいことはありませんよね。これくらい単純でOKです。

この説明文をHTMLに当てはめると・・・

ギャル向けのハッチャケデコメならココ！

☆☆ギャルデコ☆☆

このようになります。

```
24 <font size="-1">ギャル向けのハッチャケデコメならココ！<BR>↓  
25 ☆★ギャルデコ★☆☆<br>↓
```

改行したい部分には
が入っていますね。

これで実際にサイトを見たときには
の部分が改行されています。

二カ所あるので、両方とも全く同じように書き換えてください。

▼ 限定性を書く ▼

では次です。28行目付近を見てください。

```
<font color="#ff0000"><blink>ここに限定性を入れる</blink></font>
```

というタグがありますね。

こちらに「**限定性**」を入れます。

ここに入れた文字は赤文字で表示され、さらに点滅します。

通常の文章よりも目立たせることができるということです。

限定性というのは、

・ **お客様が、今すぐ商品を購入する（申し込む）理由を作る**

ということが目的になっています。

- 今なら返金保証付き
- 送料無料のキャンペーン中
- 今だけお試し価格でご提供中

などなど。こんな表現はよく見ると思います。

これらは全て「限定性」ですね。

ユーザーに「**今買わなきゃ損かも！**」と思わせるための表現です。

もし扱っている商品に上記のようなものがあれば、それを限定性に入れましょう。広告主サイトを見れば、簡単に分かります。

ただ、エンタメ系広告の場合は、こういった限定性を探し出すのは非常に難しいです。なので、エンタメ系広告は単純に「**価格**」を書くのがベターです。

ギャルデコで考えてみましょう。

ギャルデコはエンタメ系広告なので、限定性の表現がありません。

価格はどれくらいなのか、詳細説明を見てみると、

- ・ **210 円登録でデコメ取り放題！**

とあります。これをそのまま使わせていただきます。

HTMLに入れると、このようになります。

```
<font color="#ff0000"><blink>210 円でデコメ取り放題！  
</blink></font>
```

今回はエンタメ系だったので価格面のことを書いていますが、これが物販系広告の場合だったら先ほど説明した、

- 今なら返金保証付き
- 送料無料のキャンペーン中
- 今だけお試し価格でご提供中

という感じの文言を入れるのがベストです。間違えないようにしてくださいね。

この限定性は出来るだけ短く、どうしても長くなるようだったら適切なところで
を入れて改行するようにしてください。

限定性が終わったら、今編集している「index.html」の編集は一旦終わりです。

「ブラウザでプレビュー」をしてみてください。

最初に見せた、

⇒ <http://ppcformula.net/galdeco/>

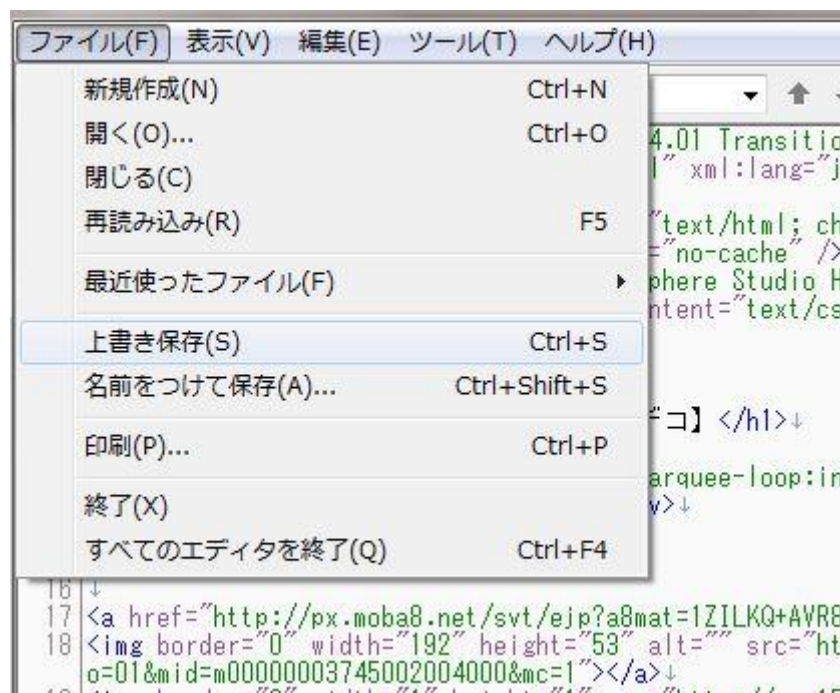
このような見た目になっていればOKです。

上書き保存をして終了しましょう。

▼上書き保存をする▼

編集し終わったクレセントイブを上書き保存します。

左上にある「ファイル」をクリックし、「上書き保存」をクリックしてください。

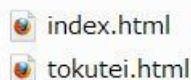


しっかりと上書き保存をしたら、右上の「×」をクリックし、クレセントイブを閉じてしまってください。

「index.html」の編集は終わりましたので、
「tokutei.html」の編集に入ります。

▼特定商法取引のページを作成する▼

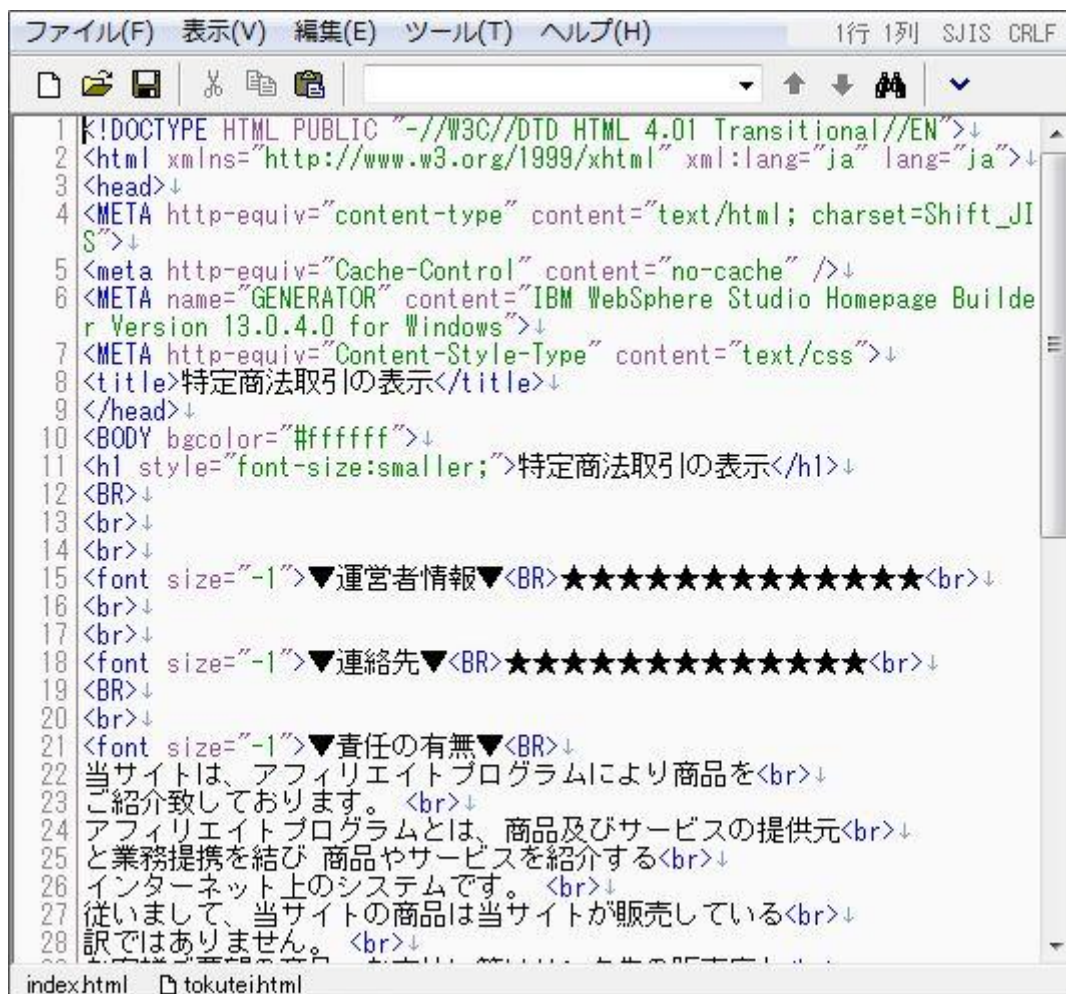
今まで編集していた「index.html」が入っていたフォルダの中に、もう一つファイルがありましたよね？



index.html
tokutei.html

この「tokutei.html」の方です。

こちらを右クリックし、クレンジョイブで開いてください。



```
1 <!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN">↓
2 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" xml:lang="ja" lang="ja">↓
3 <head>↓
4 <META http-equiv="content-type" content="text/html; charset=Shift_JI
5 S">↓
6 <meta http-equiv="Cache-Control" content="no-cache" />↓
7 <META name="GENERATOR" content="IBM WebSphere Studio Homepage Builde
8 r Version 13.0.4.0 for Windows">↓
9 <META http-equiv="Content-Style-Type" content="text/css">↓
10 <title>特定商法取引の表示</title>↓
11 </head>↓
12 <BODY bgcolor="#ffffff">↓
13 <h1 style="font-size:smaller;">特定商法取引の表示</h1>↓
14 <BR>↓
15 <BR>↓
16 <font size="-1">▼運営者情報▼<BR>★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★<BR>↓
17 <BR>↓
18 <font size="-1">▼連絡先▼<BR>★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★<BR>↓
19 <BR>↓
20 <BR>↓
21 <font size="-1">▼責任の有無▼<BR>↓
22 当サイトは、アフィリエイトプログラムにより商品を<br>↓
23 ご紹介致しております。<br>↓
24 アフィリエイトプログラムとは、商品及びサービスの提供元<br>↓
25 と業務提携を結び 商品やサービスを紹介する<br>↓
26 インターネット上のシステムです。<br>↓
27 従いまして、当サイトの商品は当サイトが販売している<br>↓
28 訳ではありません。<br>↓
```

先ほどと似たような画面になったと思いますが、若干違います。

こちらは「特定商法取引に基づくページ」のファイルになりますので、これもあなた専用に編集していく必要があります。

といっても、先ほどの index.html よりは遥かに簡単です。

サッと終わらせてしまいましょう。

まず、15行目。

`▼運営者情報▼
★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★
`

というタグがありますね。

こちらの「▼運営者情報▼」はいじらずに、「★」がたくさん並んでいる部分を編集します。

この「★」の部分を消して、あなたのお名前、もしくは屋号を記入してください。

「できれば本名を掲載したくない」

という方も多いと思います。

こんな携帯のペラページから名前が見つかることはまずないと思いますが、それでも心配だという方は「屋号」を考えてください。

屋号というのは、自分の看板というか・・・お店の名前のようなものです。
これは何か書類などを提出しなくとも、自分で好きなように考えてOKです。

良くあるものだと、

- ・ 良いもの厳選通販.com
- ・ webshop 紹介本舗

などですね。とにかく何でもいいです。
ただ、「株式会社」とか法人を匂わせるような表現はやめましょう。

もちろん、法人の方は会社名でもOKですよ。

例として、今回、このマニュアルを販売しているくれている
「株式会社 MELLIDION」さんの名前を借りてみます（笑）

HTMLに当てはめると・・・

`▼運営者情報▼
株式会社 MELLIDION
`

このようになります。

次に連絡先です。

18行目を見てください。

```
<font size="-1">▼連絡先▼<BR>★★★★★★★★★★★★★★<br>
```

というタグがありますね。

連絡先と言っても、携帯番号などではありません。

「準備編」で用意した、ヤフーメールかGメールでOKです。

ちなみに、このサイトからこのアドレス宛に連絡が来ることはほとんどありません。でも迷惑メールなどを送ってくる業者に見つからないとも限らないので、あまり使わないメールアドレスなどに設定しておくといいでしょう。

また「★」の部分を入れ替えて、

```
<font size="-1">▼連絡先▼<BR>ppcformula@yahoo.co.jp<br>
```

という具合に、メールアドレスを記載しましょう。

「tokutei.html」は、これでおしまいです。

「上書き保存」をして終了してください。

▼フォルダの名前を変更する▼

ここまで終わったら、HTMLの編集は終わりです。
本当にお疲れ様でした！

最後の仕上げとして、フォルダの名前を変更しましょう。

今まで編集していたファイルが入っているフォルダがデスクトップにあると思います。最初にテンプレートからコピーしてきた、あのフォルダです。



↑こいつです

このフォルダを右クリックし、「**名前の変更**」を選択。
すると、このフォルダの名前を変更できるようになります。

基本的にはフォルダ名は商品名にしてもらうのですが、注意点として、

・ **必ず半角英数字で記入すること**

を忘れないでください。

このあと、このフォルダごとアップロードすることになりますが、アップロードするとき、フォルダ名が日本語だと正常にアップできません。

必ず！半角英数字で名前を入れてください。

今回はギャルデコという商品名なので、フォルダ名は「galdeco」とします。



こんな感じで、必ず半角英数字の名前にしてくださいね。

あと、注意点として、こういう作業をしていると必ずといっていいほど

・ **中身のファイルの名前を変えてしまう方**

がいらっしゃる。

中身のファイルは「index.html」「tokutei.html」のままにしておいてください。ここを変えてしまうと、色々と崩れてしまいますので。

フォルダの名前を変えたら、アップロードしていきます。

▼フォルダをアップロードする▼

これですべての編集は終了です。

いよいよ、作成したサイトをネット上にアップします。

アップロードをするには、「F F F T P」というソフトを使います。

肝心のアップロード方法については、「第二章 準備編」の「F F F T Pの導入方法」という章に図解で書いてあるので、そちらを参照してください。

アップロードが終わったら、さっそくネット上でサイトが見えているかどうか、チェックしてみてください。

⇒ <http://ppcformula.net/galdeco/>

こんな感じになっていれば合格です。

携帯を持っている方は、携帯での見え方も確認してみましょう。

サイト作成の工程は最初大変かもしれませんが、慣れてしまえば本当に5分も掛からずに作れるようになりますよ。

まずは数を作って、慣れること。慣れてきてスピードが上がってきたら、より収益も加速すると思います。挫けずに頑張りましょう(*°—°)

広告を出稿する

商品を選び、そしてそのサイトも作りました。

次はいよいよ、「**PPC広告の出稿**」に入ります。

広告の出稿も、慣れてしまえば恐ろしく簡単ですが、こういったシステムに全く免疫のない初心者さんは、最初はつらいかもしれません。

でも、5つも出稿すればすぐに慣れてしまうので、頑張ってください。

すでに準備編で Yahoo!リスティングには登録してあると思いますので、早速ログインしてみてください。



ログインすると、このような画面が出てきます。

では早速、出稿のほうを進めていきましょう。

■ Yahoo!リスティングの構造

出稿する前に、初心者さんのために Yahoo!リスティングの構造について簡単にご説明します。「そんなの知ってます」という方は、ここは飛ばしちゃってください。

Yahoo!リスティングは基本的に、

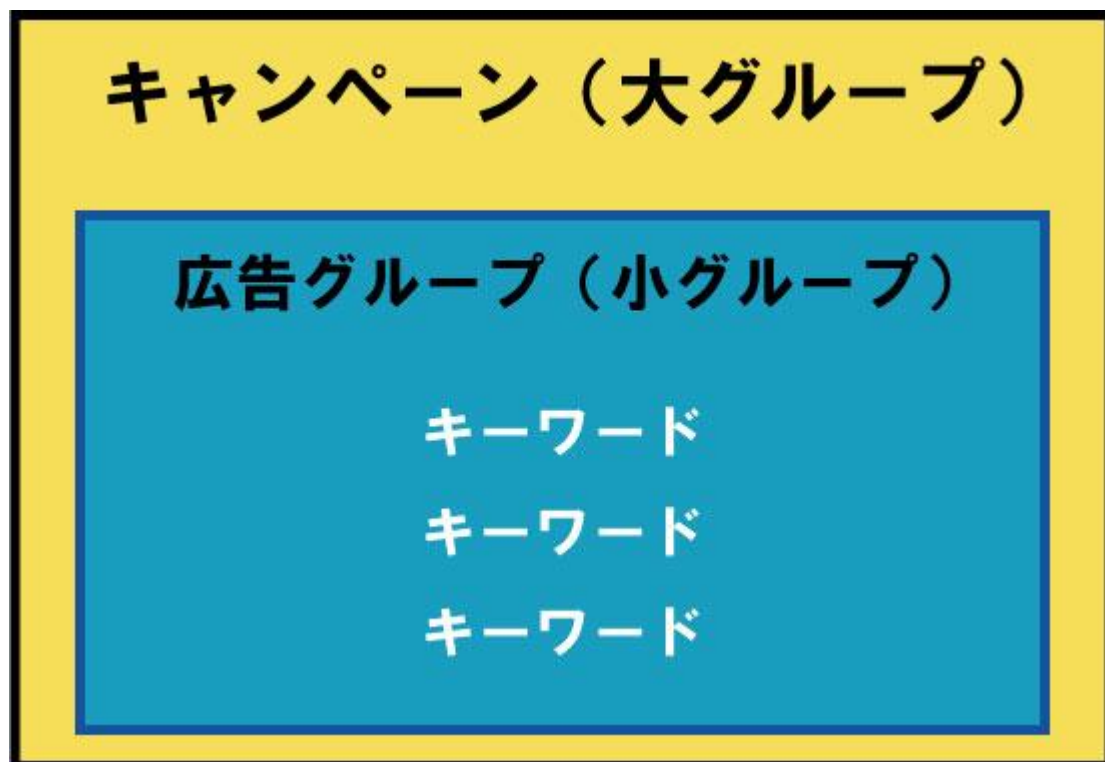
キャンペーン・広告グループ・キーワード・広告文

によって、成り立っています。

キャンペーンが一番大きい枠である「大グループ」、

その中にある広告グループが「小グループ」、

さらにその中にあるのがキーワードになります。



図で表すと、こんな感じですね。

まずは**キャンペーンを設定**するわけですが、
キャンペーンは、あくまで一番大きな枠組みなので、
自分が分かりやすいように分けてもらって大丈夫です。

例えば、「A8」「Moba8」「バリューコマース」・・・
というように、ASP 別でキャンペーンを分けてもいいですね。

たくさんの種類の広告を出稿する場合は、
「物販」「情報商材」「自社用」・・・などと分けても良いでしょう。
いずれにしても、自分で分かりやすいよう設定してください。

この設定したキャンペーンの中に「**広告グループ**」を作っていきます。

前にも説明しましたが、モバイルアフィリの場合は基本的に

1 広告グループ = 1 商品

となります。

つまり、50種類の商品を扱うのであれば、
50個の**広告グループ**が必要になるということです。

Yahoo!リスティングでは、1つのキャンペーンの中に、
最大で 1000 個の**広告グループ**を作成することができます。

例えば、「A 8」というキャンペーンの中に、

「育毛剤」という商品と「美顔器」という商品を出稿するために2つの広告グループを作ったとしたら、次の図のようになります。



このように、1 広告グループに1 商品が基本となります。

広告グループを作成したら、次は「キーワード」を入れていきます。

上の図でいうと、白文字のキーワードのことですね。

ここで設定したキーワードが検索エンジンで打ち込まれたとき、そのキーワードが入っている広告グループの広告文が表示されることになります。

上の図で言えば、「育毛剤 通販」と検索されたとき、
「育毛剤」の広告グループの広告文が表示されるわけです。

キーワードを設定したら、最後に「**広告文**」を設定します。

この広告文も、クリック率を左右する非常に重要な要素です。
これも後で説明します。

簡単ですが、以上がオーバーチュアの構造になります。

まずはキャンペーンの設定→広告グループの設定→キーワードの設定→広告文
の設定→終わり。簡単ですね。

PPCを出稿したことが無い人は、これを読んでもイマイチ把握できないと思
いますが、実際にやってみると、結構簡単に出来てしまうものなので、安心し
てください ^^

■キャンペーンを作成する

それでは、いよいよ実際に手を動かして作業の方を進めていきたいと思います。
まずは大グループであるキャンペーンを作りましょう。

まず、画面上部にある「スポンサードサーチ」タブをクリックし、
さらにその下に出てきた「キャンペーン管理」をクリック。



すると、現在作成してあるキャンペーンの一覧が出てきます。
まだ何も作っていないので、下のような表示になっていると思います。

データがありません

⚠ キャンペーンを作成してください。

なので、まずはキャンペーンを作成しましょう。

「キャンペーン作成」をクリックしてください。



すると、キャンペーンの詳細設定が出てきます。

基本情報

キャンペーン名*

スケジュール設定 ☐ オプション設定 (スケジュール)

予算と掲載条件

キャンペーン予算 (日額)* 円

入札方法 ☐ ☒ 手動で設定する
☐ 自動で設定する

配信方法 ☐ ☒ 設定あり：1日の中で均等に広告表示
☐ 設定なし：できるだけ早い時間帯に広告表示

●キャンペーン名

まずはキャンペーンの名前を決めましょう。これは、あなたの好きな名前にしてもらって大丈夫です。

例を挙げるなら、「Moba8」「モバイル」「アフィリエイト」という感じでOKだと思います。

●キャンペーン予算

その名の通り、使える予算を設定する欄です。1日単位の予算を決められます。

一か月を30日間とした場合。仮に月に3万円の広告費を使えるのであれば、一日あたりの予算は1000円になります。

6万円使えるなら一日 2000 円が予算になるわけですね。これをしっかりと決めておけば、朝起きて広告を確認してみたらビックリするほどお金を使ってしまった、という事態を防ぐことができるわけです。

自分が使える予算÷30 で計算し、予算をしっかりと決めましょう。

ターゲティング設定

デバイス ? ☐ すべてのデバイス (PC、モバイル、スマートフォン・タブレット端末)

☒ 配信先デバイスを選択

☐ PC

☒ モバイル

☐ スマートフォン・タブレット端末

地域 ? ☒ 日本全国

☐ 地域を選択

曜日・時間帯 ? ☒ 設定しない (常に表示)

☐ 設定する (指定した曜日・時間帯のみ広告表示)

その他の設定

広告掲載方式の指定 ? オプション設定 (広告掲載方式の指定)

広告表示の最適化 ? オプション設定 (広告表示の最適化)

対象外キーワード ? オプション設定 (対象外キーワード)

ウォッチリスト ? ☐ ウォッチリストに追加

●ターゲティング設定

少し下にいくと、「ターゲティング設定」という項目があります。
簡単に言うと、広告を配信する先を決めましょうということです。
ここは少し変更する必要があります。

まず「**配信先デバイス**」にチェックを入れて、さらに「**モバイル**」にチェックを入れてください。これで、携帯のみに広告が配信されることになります。
P Cやスマートフォンにはチェックを入れないでください。

その他の設定などはいじらなくてOKです。


記入し終わったら、「**保存して広告グループ作成へ**」をクリック。

[保存して広告グループ作成へ](#)[キャンセル](#)

これでキャンペーンの作成は終わりです。


広告グループの作成に入りましょう。


基本情報

広告グループ名* 

広告グループ入札価格* 

 円

対象外キーワード 

 オプション設定 (対象外キーワード)

ウォッチリスト 

☐ ウォッチリストに追加

[保存してキーワード作成へ](#)[キャンセル](#)

「**広告グループ名**」「**広告グループ入札価格**」を設定します。

● 広告グループ名

まずは広告グループの名前を決めましょう。通常であれば、グループ名は商品名でOKです。今回であれば「ギャルデコ」という名前にしておきます。

● 広告グループ入札価格

ここでいよいよクリック単価を設定します。PPC では、1回クリックされる度にお金が発生します。広告グループ入札価格とは、「1クリックあたり、どれくらいのお金を払えるか？」を設定するということです。

単価を高く設定すれば、広告が目立つところ（掲載順位が上）に表示されるので、クリックを得やすくなります。ただし、当然広告費が高くなりやすいので赤字になってしまう可能性があるわけです。

単価を安く設定すれば、広告が目立たないところ（掲載順位が下）に表示されるので、クリックが少なくなります。ただ、広告費もあまり発生しないので投資額は少なくて済みます。

PPC において利益を最大化させるためには、

・適切な価格に設定し、適切な位置に広告を出す。

ということが大切になってきます。

「じゃあ、適切な価格っていくらなの？」

と疑問に思いますよね。でもこれには明確な基準というのは無いんですよ。
扱うプログラムによっても違うし、ライバルの質などによっても変わってくる
部分だからです。

ただ、参考にさせていただきたい基準というものはあります。
特に初心者の方は、この入札価格を参考にしてください。

▼エンタメ系広告の場合▼

デコメやアプリなどのエンタメ系広告の場合、報酬が安いために高すぎる単価
を設定すると赤字になってしまう可能性があります。よって基本的には入札単
価も安いです。どれくらい安いかというと・・・

・ 1円

でOKです。1円というのは、ヤフーで入札できる最低単価ですね。
パソコンのアフィリエイトしかやったことがない人は、絶対にビックリします（笑）

新着広告などの場合は、1円でも十分クリックを獲得できます。もし1円では
全くクリックが来ないようであれば、5～10円程度までは上げてOKです。

また、人気アプリであったり、有名なデコメなどの場合は、さすがに1円では
厳しいと思うので、単価を少し上げてみてください。ただし、最大でも

【15円】 までには抑えるようにしてください。

まとめると、

- ・新着広告などは1円スタート。高くても5～10円まで。
- ・人気、有名広告の場合は、最大でも15円まで。

▼物販系広告の場合▼

物販の場合は、報酬が高いのでクリック単価も少し高めになります。
といっても、パソコンよりはよっぽど安いです。物販の場合は、

- ・20円からスタート

だと覚えておいてください。

まずは20円からスタートし、それで十分に利益が出るのであればそのまま。
順位が上がらずクリックが全くない、というパターンであれば単価を少し上げる。
売れるけど赤字になるようなら単価を下げる。

といった具合に、今後の展開で単価を調節していきましょう。

扱う広告がエンタメ系なのか物販系なのかで、設定する単価は変わってくると
いうことを覚えておいてください。

今回の例であるギャルデコはエンタメ系広告なので、1円でスタートすることにしました。

単価の設定まで終わったら、あとはいじらなくてOKです。

「保存してキーワード作成へ」をクリックしてください。

次にキーワードを決めていきます。

つまり、どんなキーワードで検索された場合に自分の広告を出すか？
を設定するということです。

例えば、「ギャルデコ」という商品を扱っているのに、「着うた」というキーワードを入札したら、どうなると思いますか？

「着うた」と検索する人は、着うたが欲しいと思っている人や、気になる着うたを調べたい人など。いずれも着うたに興味がある人ですね。

そういう人たちに、デコメの広告を出したところで売れるとは思えません。
無駄にクリックをされて、赤字になってしまうのがオチです。

なので、我々がすべきなのは、

・この商品を欲しい！と思っている人だけを集めること

ということですね。

普通に考えてみて、ギャルデコに登録したい！と思っている人ばかりを自分の広告に集めたら、どうなるでしょう。少なくとも赤字になることはありません。ほぼ間違いなく利益を出せると思います。

PPC のような媒体でアフィリエイトをする場合は、ここに注意しなければなりません。

よく「こんなにアクセスが集まりました!」「たった1日で1000アクセス」などと言っている人がいますが、正直アクセスを集めるだけならいくらでも出来るんですよ。

大切なのはアクセスの「数」ではなく、
アクセスの「質」だということを覚えておいてください。

そして、質を左右するのは「キーワード」です。

ここさえ間違わなければ、質の濃いアクセスのみを集め、費用対効果の高い広告を作ることができるわけです。

「質の濃いキーワードを見つけるなんて、難しそう・・・」

と思われるかもしれませんが、実はそんなことはありません。

パソコンの場合であれば様々な関連キーワードなどをリサーチする必要も出てくるのですが、モバイルの場合は超簡単で、

・商品名のみ

のキーワードだけでいいです。

商品名单体のキーワードだけでいいです。

今回のギャルデコであれば、「ギャルデコ」というキーワード一つだけで問題ありません。

めちゃめちゃ簡単ですよ（笑）

やはり、単純に考えて一番質が濃いと言えるのは「**商品名キーワード**」です。ですがパソコンの場合だと商品名单体のキーワードではクリック単価が高く、それ以外の濃いキーワードを探す必要がありました。

しかし、モバイルは全体的に単価が安く、さらにライバルもいないため、**「最低単価で商品名キーワードが出せる」**というわけです。

例えば「**ギャルデコ デコメ**」というキーワード。

二つの単語を組み合わせた**「複合キーワード」**と呼ばれる形ですが、モバイルでは、これすら入れる必要はありません。

携帯ユーザーは、そもそもそんな長いキーワードで検索をしたりしないからですね。だったらギャルデコと検索するでしょう。そういったモバイルだけの特性もあり、商品名单体だけでも利益を出しやすいのです。

他にもキーワードを生み出す方法がありますが、それは【第五章 応用編】で説明します。基本的には、商品名单体だけでOKだと思っていてください。

では、キーワードを設定してみましょう。
現在、こんな画面になっていると思います。

キーワード入力欄

ギャルデコ

詳細を指定して入力?

入力されたキーワード数: 1/100

マッチタイプの設定: 完全一致

完全一致

保存して広告作成へ キャンセル

一番大きい枠の「**キーワード入力欄**」に、出稿したいキーワードを入力します。
先ほど説明した通り、今回は「ギャルデコ」のみの出稿になります。

ちなみに、複数のキーワードを入れたい場合は、キーワード毎に改行して入力してください。

右下の「**マッチタイプの設定**」という部分をクリックし、ここは「**完全一致**」を選択しておいてください。これはムダなアクセスを省いて、無駄な広告費を減らすためです。

キーワードとマッチタイプを設定したら、「**保存して広告作成へ**」をクリックしてください。

広告（モバイル用）

広告名	<input type="text" value="ギャルデコ"/>	5/50
広告のプレビュー	<div>ギャルデコのデコメ取放題 ギャル向けデコメ210円 ppcformula.net</div>	
タイトル	<input type="text" value="ギャルデコのデコメ取放題"/>	12/12 <small>キーワードの自動挿入</small>
説明文	<input type="text" value="ギャル向けデコメ210円"/>	12/12 <small>キーワードの自動挿入</small>
表示URL	<input type="text" value="ppcformula.net"/>	14/20
リンク先URL	<input type="text" value="http://ppcformula.net/galdeco/"/>	30/300
配信キャリアの選択	<input checked="" type="checkbox"/> オプション設定（キャリアの選択）	
ウォッチリスト	<input type="checkbox"/> ウォッチリストに追加	
<input type="button" value="保存"/>		

最後に広告文を設定します。

広告文は、実際広告として表示される文言のことで、この広告文の出来によって、クリック率が大きく変動してきます。

大切なのは「**タイトル**」と「**説明分**」です。

それでは、一つずつ説明していきます。

●タイトル

まずはタイトルを決めます。一番目立つ部分の言葉ですね。

モバイルの場合、**タイトルの文字数上限は12文字**です。

この12文字の中で、できる限りのことを伝えなければなりません。

▼エンタメ系広告の場合▼

エンタメ系広告を出稿するときのタイトルは、

【商品名 + その商品の特徴】

などを意識してください。

デコメであれば「取り放題」、アプリであれば「通信可能」などですね。

文字数などの制限によって、その商品の特徴が書けなかったとしても、少なくとも商品名だけは必ず明記するようにしてください。

タイトルに商品名が入っていないと、パッと見何の広告だか分かりません。そうすると、興味本位でクリックされてしまうことが多くなるため、無駄に広告費が発生してしまいます。

パッと見て何の商品の広告なのかがハッキリわかるように、商品名は入れるようにしておきましょう。

▼物販系広告の場合▼

こちらエンタメ系と基本的な考えは変わりませんが、よく物販系の案件であるもので「**初回購入限定**」というものがあります。

つまり、初めて購入されたユーザーに対しては報酬を支払うが、過去に一度でも購入したことのあるユーザーが購入したとしても、報酬は払いませんよ、ということです。

こういった案件の場合には必ず、

【商品名 + 初回限定】

という文言を入れておきましょう。

商品名を入れておくのは当然ですが、初回限定案件の場合は「初回限定」とタイトルに入れることをおすすめします。初回限定とタイトルに入れておけば、それだけで二回目以降のユーザーからのクリックを防げるからです。

また、初回限定の案件ではなくても、

【商品名 + 購入】

などの文言は入れておきましょう。理由はさっきと一緒に、買う気のないユーザーからのクリックを防ぐためですね。

●説明文

次は説明文です。タイトルの下にある文章ですね。

こちら文字数が12文字までになっています。

こちら基本的な考え方はタイトルのときと変わりませんが、すこし広告別にポイントが異なります。

▼エンタメ系広告の場合▼

エンタメ系の場合、ポイントは二つです。

- ・金額を入れること
- ・「提携」を入れること

です。

金額というのは、もちろんそのサービスの価格のことです。デコメなどであれば、「月々315円」「月額210円」といった感じですね。

なぜ金額を入れるのかというと、

お金を出す気のないユーザーを極力排除するためです。

金額を書いていれば、無料のものを探しているユーザーは興味を示さなくなり、無駄なクリックが減るため無駄な広告費もなくなるということです。出来る限り、金額を明記するようにしましょう。

次に「提携」に関してですが、ヤフーの規約では「**広告主との関係性を明らかにすること**」とあります。

我々アフィリエイターは広告主と「提携」していることになるので、説明文の最後にでも「提携」の文字を入れましょう。

こんな感じです↓

最も表示された広告: スポンサーダサーチ

スポンジボブ待受着替
取り放題で315円/提携

▼物販系広告の場合▼

物販系の場合も同じです。

- ・「購入」「通販」などの文言を明記すること
- ・「提携」を入れること

理由は、エンタメ系るときと同じですね。

「購入」などを入れることで、買う気のないユーザーからのクリックを防ぎます。また、物販の場合も「提携」の文字は必ず入れましょう。

●表示URL

表示URLとは、広告文の一番下に表示されるURLです。

本来であれば「リンク先URL」と同じになりますが、モバイルの場合は「**20文字以内**」という制限があり、リンク先URLが全部入らない場合があります。

例えば、リンク先URLが
<http://ppcformula.net/galdeco>

だとしたら、表示URLは
ppcformula.net

という感じで、最後の部分を省略してもOKです。

ちなみに、表示URLを記入するときは最初の「http://」と最後の「/」は記入できませんので、ご注意ください。

実際、表示URLは本来のURLを少し変えてしまっているので、厳密に言えば意味ないと思うんですけどね……。なぜかヤフーでは改変がOKになります。

●リンク先URL

リンク先URLとは、実際に広告をクリックしたときに飛ばすURLのことです。

先ほどの表示URLは、ただのお飾りみたいなものなので間違っている問題ありませんが、このリンク先URLを間違ってしまうと、いくらクリックされても「ページが見つかりません」になってしまう、なんてこともありますので、慎重にお願いします。

ここに記入するのは当然、作成したランディングページのURLですね。
リンク先URLは最初の「http://」から最後の「/」まで全て記入するので注意してくださいね。

これで広告文作成は終わりです！

最後に一番下の「**保存**」をクリックしてください。

すると、画面上に「**キャンペーンを保存しました**」というウィンドウが落ちてくると思います。そしたら無事に広告を作成できたということですね。

さらに画面の下の方に、このようなリンクがあると思います。

入力した広告を保存していない場合は、上の[保存]ボタンをクリックしてください。
◀ [キャンペーン管理（ギャルデコ）に戻る](#)

「**＜＜キャンペーン管理（作成した広告の名前）に戻る**」

をクリックしてください。

すると、今作成した広告グループの管理画面に移ります。

おそらく最初は広告文が表示されていると思います。



赤枠の部分を見てください。

・ **配信停止（広告が審査中）**

と書かれていますね。

おそらく、出稿直後はほとんどこのような状態になると思います。

これは、今作成した広告がヤフー側の規約に違反していないかどうか、審査をしています。ということです。審査を無事通過すれば、広告掲載が開始されます。

審査はすぐに終わることもあるし、長いときは1週間程度かかる場合があります。あまりにも長い場合にはヤフーに問い合わせましょう。

また、審査の結果が出るのをただ待っているのではなく、その間にどんどん広告を作成し、どんどん出稿しましょう。

では、広告文は審査中ということだったので、少し上の方を見てください。このようなボタンがあると思います。



今は「広告」が選択されている状態なので、「キーワード」をクリックしてみてください。



こんな画面が出てきたと思います。

こちら先ほどの広告文同様、審査中になっています。

ヤフーでは、「広告文」「キーワード」の両方に審査が入ります。

場合によっては、広告文はOKだけどキーワードがNGであったり、キーワードはOKだけど広告文がNGになったりします。

■ 審査に落ちてしまったら

審査に落ちてしまった場合、
指摘された部分を修正して、再出稿することで、再審査が入ります。

広告文・キーワード・ランディングページ
どこで審査に引っかかっても、再審査を出すのは同じ方法です。

指摘された部分を修正する



広告文を少しだけ変更し、「保存」をクリック



再審査が入る

このような流れになります。
広告文を変更して保存することで、再審査になるわけですね。

また、広告文を全く変更しないで保存をクリックしても、
再審査の対象にはなりません。

一文字でもいいので、広告文をすこし変更してから
保存をクリックしましょう。

■ 上手な広告文を作るコツ

モバイルの場合、広告文に入れられる文字数が非常に少ないです。
タイトル12文字、説明文12文字。計24文字ですからね。

この少ない文字の中でも、出来る限りのことを伝えるために、

・送り仮名を無くす

ということを覚えてください。

例えば、「取り放題」と書きたいときは「**取放題**」。

「待ち受け」と書きたいときは「**待受**」。

といった具合に、意味が伝わる程度に送り仮名を消してしまうのは、意外に有効な方法なので是非活用してください。

文字数が少ない中で、いかに伝えたいことが伝えられるかが大切です。

広告文を作ったら一度自分で見直してみて、本当にターゲットに響く広告になっているか？と今一度確認してみてくださいね。

■二回目以降の広告グループを作成する

先ほどの手順は、あくまで初めて広告グループを作るときのやり方なので、キャンペーンから作成しましたね。

しかし、二回目以降はキャンペーンを作る必要はありません。

一度作ったキャンペーンの中に、広告グループを作成していけばいいわけですからね。

作り方としては、「スポンサードサーチ」 PPC Affiliate Master School 【Mobile】 PPC Affiliate Master School 【Mobile】タブから「**キャンペーン管理**」を選択し、**出てきたキャンペーン（さっき作ったキャンペーン）**をクリックします。



画面が切り替わったら、「**表示内容選択**」から「**広告グループ**」をクリック。



さらに画面真ん中あたりにある、「**広告グループ作成**」をクリック。



これで、同じキャンペーンの中に広告グループを量産することができます。

どんどん出稿していきましょう。

これで【第三章 実践編】を終わりにします。お疲れ様でした！

第三章で、商品選定⇒サイト作成⇒広告出稿までの全てをお話し致しました。
マニュアルを読んでいるだけでは難しいと感じるかもしれませんが、実際にや
ってみると難しいことは何もありません。

ただ、当然ながら2つ3つ出稿したくらいでは、利益は出ません。
これを何十個、何百個と繰り返して、ようやく利益が大きくなっていくのです。

ただ単純作業の繰り返しです。
根気強く続けられた人だけが稼げるようになる世界なので、是非あきらめずに
頑張ってくださいね(*^-^)

まず！ここまで読んだら一つでもいいので出稿までやってみてください！
じゃないと、これより先は読んでも意味がありません。

出稿できました！という方は、
【第四章 管理編】と【第五章 応用編】にお進みください。

では、お疲れ様でした！