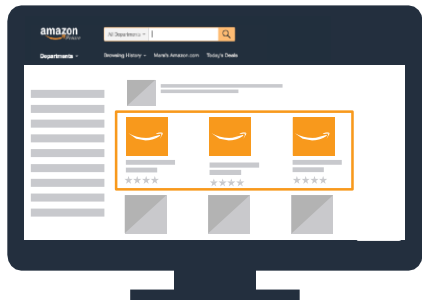


AMS (Amazon マーケティングサービス) 広告タイプ比較

Amazon の国内における月間ユニークビジター数は、*モバイルで3,296万、**PCで1,624万です。これらのお客様にリーチし販売促進をはかる、シンプルで効果的な広告ソリューションがAMS です。今すぐ [サインイン](#)して広告キャンペーンを始めましょう。



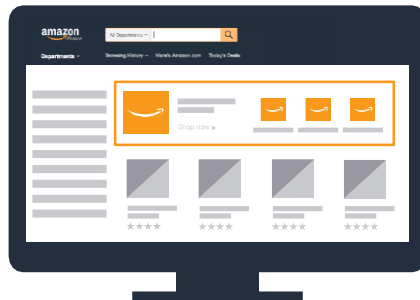
スポンサー プロダクト広告

キーワードでターゲティングした広告が、検索結果ページに表示されます。売り上げの拡大をはかります。

1. 宣伝する商品を選択
2. 1日あたりの予算を設定
3. ターゲティングするキーワード、および入札額を設定

ベスト プラクティス

- 自動ターゲティングのキャンペーンから始めましょう。配信結果のレポートから、キーワードのリストが入手できます。
- さらに手動ターゲティングのキャンペーンを追加して、広告効果の最適化をはかります。
- 入札額だけでなく、キーワードと宣伝商品の関連性もポイントです。



ヘッドライン検索広告

キーワードでターゲティングした広告が、検索結果ページの一番上に表示されます。売り上げ拡大やブランド認知の向上をはかります。

1. 宣伝する商品とともに広告の並び先のページを簡単に設定
2. キャンペーンの設定を設定
3. ターゲティングするキーワード、および入札額を設定
4. 宣伝商品の画像と見出しを設定

ベスト プラクティス

- 宣伝商品と関連性のないキーワードは、広告審査を通りません。
- 広告の表示数を最大化するように、キーワードは50以上設定し、マッチタイプはフレーズ一致で始めましょう。
- クリエイティブのA/B テストで、お客様がクリックしたくなる魅力的な見出しを見極めましょう。



商品ディスプレイ広告

お客様の興味・関心、もしくは商品単位でのターゲティングで、商品詳細ページに広告を掲載します。ブランドや商品の認知を向上させます。

1. 商品もしくは興味・関心によるターゲティングを選択の上、設定
2. 宣伝する商品を選択
3. キャンペーンの設定と入札額を設定
4. ロゴと見出しを設定

ベスト プラクティス

- カスタマーレビューの評価が高く、商品情報が充実した宣伝商品を選択します。
- 商品によるターゲティングの場合、関連性の高い商品へリーチを拡大するオプションを選択できます。
- 広告をプレビューして、ロゴが鮮明でわかりやすいことを確認します。



3つの広告タイプすべてを組み合わせることで、最大の効果を得られます。



広告の表示は無料です。クリックされたときのみ支払いが発生します。



使いやすいレポートによってキャンペーンを最適化できます。

[AMS アカウントを開設](#)



[AMS 入門編 解説ビデオ](#)

amazonmarketingservices

*Nielsen MobileNetViewBrand別ランキング: 2016年9月度家庭と職場からのアクセス
**Nielsen Digital Content Measurement 2016年9月度ブランドレベル家庭と職場からのアクセス

FAQ (よくある質問)

	スポンサー プロダクト広告	ヘッドライン検索広告	商品ディスプレイ広告
どのような広告ですか？	検索キーワードをターゲティングする広告です。	検索キーワードをターゲティングする広告で、見出しのテキストも表示できます。	お客様の興味・関心、もしくは商品単位でのターゲティングで、見出しのテキストも表示できます。
最低入札額は？	2円です。	10円です。	2円です。
最低予算はいくらですか？	全タイプ、1日当たり100円以上です。		
広告は通常、Amazonのページのどこに表示されますか？	<ul style="list-style-type: none">検索結果ページ内商品詳細ページの下領域	<ul style="list-style-type: none">検索結果ページの一番上	<ul style="list-style-type: none">ターゲティングに基づいた商品詳細ページ内 (ショッピングカートの下/商品 情報の下/カスタマーレビューの横など)検索結果ページ内
広告のターゲットはどのように設定しますか？	<ul style="list-style-type: none">キーワード ターゲティング: お客様がAmazonで商品を検索する際に、入力しそうなキーワードを設定します。宣伝商品と関連性の高いものほど効果的です。		<ul style="list-style-type: none">商品ターゲティング: 特定の商品や、関連する商品カテゴリーをターゲットに設定します。お客様がAmazonで商品を購入する際に閲覧する可能性がある、類似の商品や競合商品の詳細ページをターゲットにします。興味・関心によるターゲティング: 新規顧客の開拓を見据え、幅広いお客様にリーチできます。宣伝商品の購買につながりそうなお客様が持つ興味・関心のカテゴリーを選択します。
費用対効果はどのように測定できますか？	宣伝商品およびキーワードレベルの売り上げレポートで確認できます。	キーワードレベルの売り上げレポートで確認できます。	キャンペーンレベルの売り上げレポートで確認できます。
解説ビデオ	 スポンサー プロダクト広告	 ヘッドライン検索広告	 商品ディスプレイ広告

今すぐに始めましょう

1. ams.amazon.co.jp からサインインしてください。
(※ 各サービスの詳細な情報、細則等は、サイト上でご確認ください)
2. 「広告を作成」アイコンをクリックします。
3. 「キャンペーンを作成」をクリックします。

amazonmarketingservices