

これから始めるGoogleアプリ広告

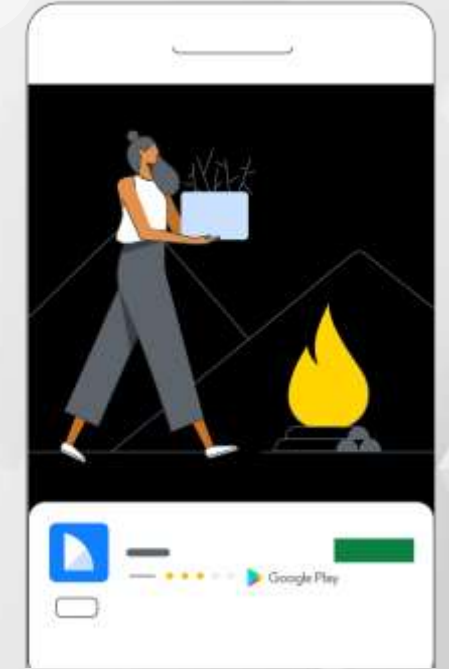
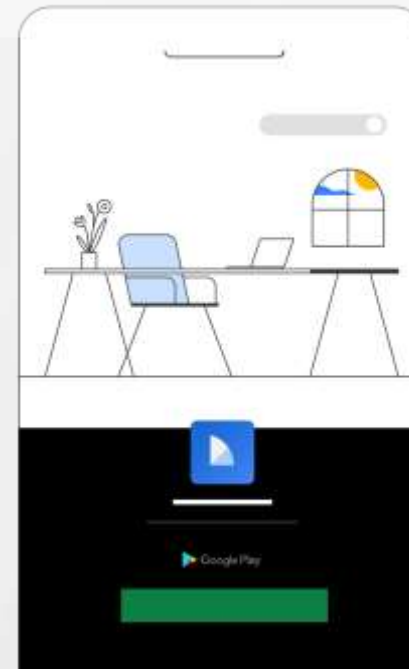
インストール数を伸ばすために必ず実践したい5つのポイント

Googleアプリ広告とは？

Googleアプリ広告（アプリキャンペーン）は、名前のおり**アプリのインストールを促すためのスマートフォン向け広告**です。

入札とクリエイティブには機械学習が取り入れられており、広告文や画像、動画を用意するだけで、Google検索結果など複数の配信面に広告を掲載できます。

成功事例も多く、セキュリティ製品の開発を手がけるある企業は、Googleアプリ広告によって自社アプリの**インストール数を160%伸ば**しました。



画像引用元：Google広告ヘルプ

Googleの入札戦略

Googleアプリ広告には**2種類の入札戦略**が用意されており、任意で選ぶことが可能です。
それぞれ以下のような局面に適しています。

1 コンバージョン数の最大化

オークション状況などをもとに1日の平均予算を使い切ってコンバージョン数が最大になるよう、AIが入札単価を調整。

主な利用シーン

- とにかくアプリのユーザー数を増やしたい時
- インストールの実績・データを蓄積したい時

2 目標コンバージョン単価

広告主があらかじめ設定した目標単価のなかでコンバージョン数が増えるよう、AIが入札単価を調整。

主な利用シーン

- 限られた予算でインストール数を増やしたい時
- 課金機能の付いていないアプリを配布したい時

Googleの入稿規定

Googleアプリ広告は**以下のアセット**を入稿することで**広告が自動作成**されます。
また、PCには表示されないため、PC用に画像をリサイズする必要はありません。

	文字数・サイズ	入稿可能数
見出し	全角15文字（半角30文字）以内	最大5個
説明文	全角45文字（半角90文字）以内	最大5個
画像	<ul style="list-style-type: none">・ 1200×1200px（正方形）・ 1200×628px（横長）・ 1200×1500px（縦長） ※いずれも推奨値	最大20個
動画	<ul style="list-style-type: none">・ 1:1（正方形）・ 16:9（横長）・ 9:16（縦長）	最大20個

Googleアプリ広告の配信面

Googleアプリ広告は検索、Google Play、YouTubeなど、Googleが提供している
スマホ向けサービスのほとんどで配信されます。多くのユーザーへのリーチが可能です。

Google



- ・ 検索結果
- ・ 提携サイトの広告枠

Google Play



- ・ 検索結果
- ・ おすすめタブなど

YouTube



- ・ 関連性の高いページと動画

Gmail



- ・ プロモーションタブなど

Googleアプリ広告の課金とコンバージョンの流れ

Googleアプリ広告はWebページへリンクする他のGoogle広告とは異なり、タップすると**Google Playストアへ遷移**します。

タップにともない広告費が発生し、ユーザーがGoogle Playストアでアプリをインストールした時点で**コンバージョンが確定**します。

インストールによって
コンバージョンが確定

ユーザー



広告費が発生

Google Playストア



アプリ広告でインストール数を伸ばすために

アセットをもれなく入稿する

先述したとおりアプリ広告の配信面は非常に幅広く、**配信面によって広告枠の位置もサイズもさまざま**です。

アセットが足りずに広告が表示崩れしたりするケースはほぼないようですが、アプリの特徴・魅力をわかりやすく伝えるためにも、動画を含め入稿できるアセットはもれなく入稿しておきましょう。



アプリ広告でインストール数を伸ばすために

最初のうちは目標単価を高め

入札戦略として「目標コンバージョン単価」を選んだ場合、運用スタート後1～2ヵ月間は目標単価をやや高めに設定しておきましょう。単価を抑え過ぎると**広告の配信機会が減り、機械学習の妨げになる**可能性があるからです。

アプリのジャンルによっても変わってきますが、通常目標単価+10%～20%程度の金額を設定しておくのがおすすめです。



アプリ広告でインストール数を伸ばすために

月末と月初に予算を集中させる

一般的にスマートフォンユーザーがアプリをインストールすることが多いのは、クレジットカードなどの支払いが済んで**金銭的な余裕が生まれる月末**と、端末の**通信制限がリセットされる月初**のタイミングとされています。

このタイミングに予算を寄せてアプリ広告の露出を増やし、インストール数のアップを図りましょう。



アプリ広告でインストール数を伸ばすために

☑ 広告とストアの訴求ポイントを合わせる

インストール数を伸ばすには、広告をクリックしたユーザーの受け皿となる **Google Playストアページの改善** も欠かせません。

他の広告と同様、広告とリンク先で情報が食い違っていると、ユーザーの離脱を招いてしまうので、テキストの文言や画像のトーンを含めてしっかりマッチさせましょう。

例.スマートニュースのアプリ広告



アプリ広告でインストール数を伸ばすために

スクリーンショットの順番を最適化する

アメリカの著名マーケターが行った調査によると、Google Playストアを訪れるほとんどのユーザーが、1枚~2枚のスクリーンショットをスワイプしただけでアプリをインストールするか否かを決めているといえます。

1枚目、2枚目にはアプリの**利用シーン**や**導入メリット**を**視覚化した画像**を配置しましょう。スクリーンショットは説明書ではないのでホーム画面から順に並べたりする必要はありません。

