



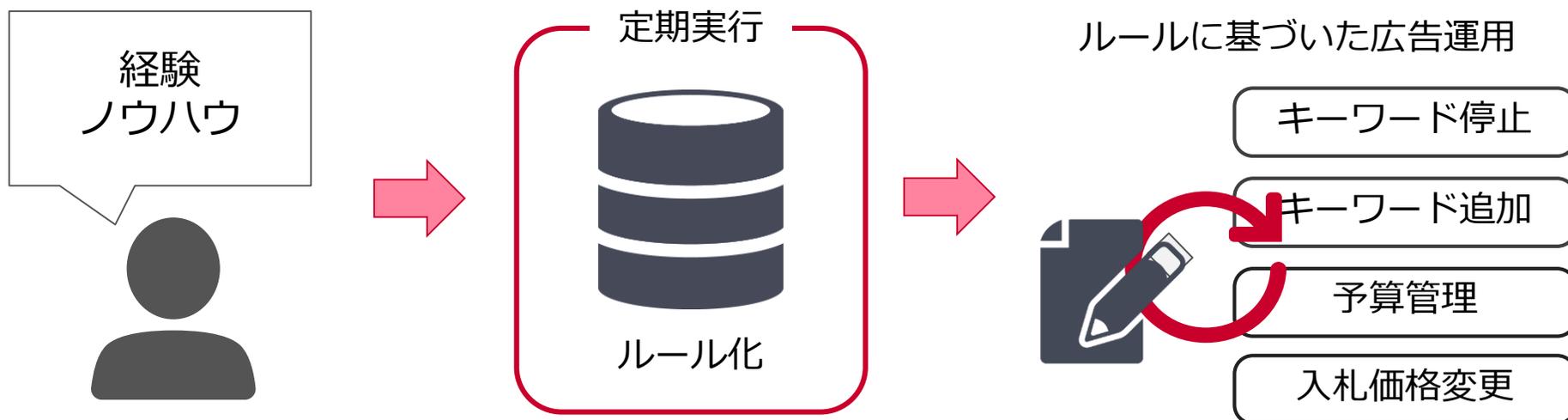
# Yahoo!広告 検索広告 自動運用ルール

ヤフー株式会社  
2020年10月6日

<https://marketing.yahoo.co.jp/>

# 自動運用ルールとは

- お客様が設定した運用ルールに基づいて、効果の高い検索クエリーの追加や入札価格の変更などの広告運用を定期的に行う機能です。
- アカウント、キャンペーンまたは広告グループに関連付けを行い、設定した条件に合致した場合に目的とする動作（キーワードの追加や入札価格の変更など）が行われます。
- 運用の時間が取れないなどの問題で、チューニングができていないアカウントの運用もルールに基づき自動的に行えます。



# 自動運用ルールご利用のメリット

自動運用ルールを利用することで以下のようなメリットがあります。

1

## 経験・ノウハウのルール化



・担当者の経験・ノウハウをルール化し、設定できます。  
チューニングがしきれなかったアカウントもルールに基づいて運用できます。

2

## 工数の節約



・設定したルールに基づいて、定期的に広告運用を行いますので、  
これまでかかっていた広告運用時間が削減されます。

3

## 効果の低い キーワードの停止



・条件に合致する効果の低いキーワードを配信停止、  
または対象外キーワードへ追加します。

4

## キーワードの追加



・条件を満たす検索クエリーを  
自動でキーワードに登録します。

5

## 適切な予算管理



・条件に基づいて、予算の変更が可能です。

※設定したルールによって③～⑤のメリットは異なります。

日々同じ運用をしている



運用をルール化して  
自動的に実行することができます

定期的に決まった集計をしてから  
運用をしている



実績の集計期間を指定し結果に基づいて  
運用ルールを実行することができます

決まった日だけ運用ができない

月	火	水	木	金	土	日

決まった曜日や日付で  
運用ルールを実行することができます

やることが多く  
やりたい運用のすべてに手が回らない



運用の一部だけを  
ルール化することができます

## 設定可能な運用目的

- ① **効果の低いキーワードの配信停止・対象外キーワードへの追加**  
条件に合致する効果の低いキーワードを配信停止、および対象外キーワードに追加します。
- ② **効果の低い検索クエリーの対象外キーワードへの追加**   
条件に合致する、効果の低い検索クエリーを対象外キーワードに追加します。
- ③ **効果の高い検索クエリーのキーワード追加**  
条件を満たす品質の高い検索クエリーを自動でキーワードに登録します。
- ④ **キャンペーン日額予算の変更**  
条件を満たしたときに、キャンペーンの日額予算を変更します。
- ⑤ **広告グループ入札価格の変更**  
条件を満たしたときに、広告グループの入札価格を変更します。
- ⑥ **キーワードの入札価格変更**  
条件を満たしたときに、キーワードの入札価格を変更します。

## 効果の低いキーワードの配信停止・対象外キーワードへの追加



条件に合致する効果の低いキーワードを配信停止し、CPC・CPAの改善を目指します。

### ルールを設定

#### 条件

インプレッション数 1,000回以上

コスト/コンバージョン数 6,000円以上

参照期間 過去30日間

#### 適用対象

キャンペーン：国内旅行

キーワードの配信を停止する  
実行頻度：月1回

ルールに合致する効果の  
低いキーワードを配信停止 

#### 配信停止キーワード

~~1人 海外旅行~~

~~道後温泉 旅~~

#### 配信キーワード

国内旅行 伊豆

国内旅行

温泉旅館

国内 秘境



予約されないキーワードは  
配信を停止していきたい



## 効果の低い検索クエリーの対象外キーワードへの追加

✓ 条件に合致する、効果の低い検索クエリーを対象外キーワードに追加し、CPC・CPAの改善を目指します。

### ルールを設定

扇風機 作業着  
扇風機 羽あり  
サーキュレーター  
空気清浄機  
シーリングファン 白  
調光ライト



効果の低い検索には  
広告掲載を  
しないようにしたい

#### 条件

コンバージョン数	1回以下
インプレッション数	1,000回以上
クリック数	300回以上
参照期間	過去30日間

#### 適用対象

キャンペーン：  
動的検索連動型広告キャンペーン

ルールに合致する  
検索クエリーを  
対象外キーワードへ追加

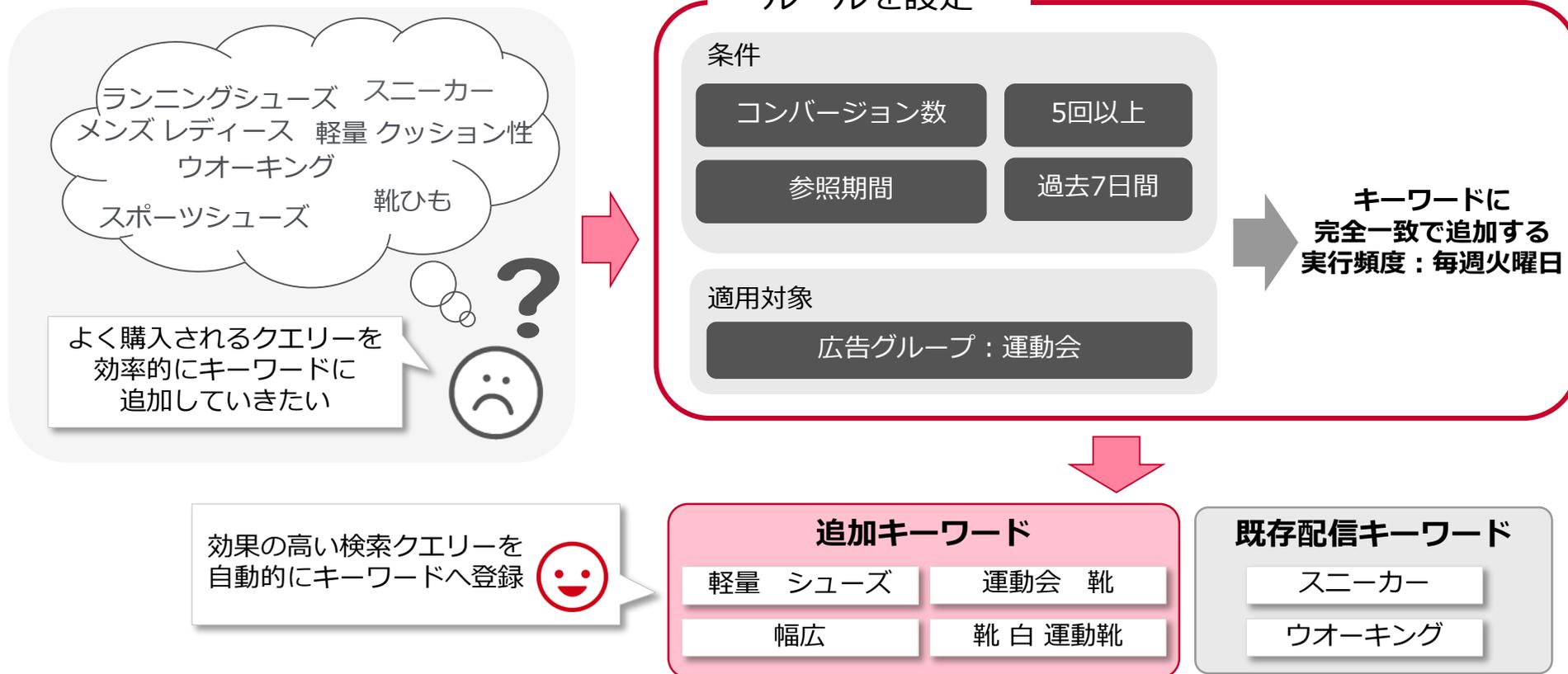
**対象外キーワードへ追加**  
扇風機 作業着

検索クエリーを対象外キーワードへ追加する  
実行頻度：月1回

## 効果の高い検索クエリーのキーワード追加



条件を満たす効果の高い検索クエリーを効率的にキーワードへ登録することを目指します。



## キャンペーン日額予算の変更



条件を満たしたときに、キャンペーンの日額予算を変更して新たな顧客の獲得を目指します。

### ルールを設定

#### 条件

コスト/コンバージョン数	1,000円以下
コンバージョン数	1回以上
インプレッション損失率 (予算)	70%以上
参照期間	前日

#### 適用対象

キャンペーン：期間限定キャンペーン

キャンペーン日予算：50%引き上げる  
次の値より高くしない：150,000円  
実行頻度：毎日

日予算：10万円



獲得が好調なときに機会を逃したくない…

当初予算で  
獲得できた顧客



日予算の追加で  
獲得できた顧客



日予算変更を活用して、  
顧客を獲得



## 広告グループ入札価格の変更



条件を満たしたときに、広告グループの入札価格を変更して最上部掲載を目指します。

### ルールを設定

#### 条件

ページ最上部の  
インプレッション損失率  
(掲載順位)

30%以上

参照期間

前日

#### 適用対象

広告グループ：指名系広告グループ

広告グループの入札価格：10円引き上げる  
次の値より高くしない：1,500円  
実行頻度：毎日



企業名や商品名は  
最上部に掲載していきたい！



最上部での掲載を  
目指して入札単価を変更



## キーワードの入札価格変更



条件を満たしたときに、キーワードの入札価格を変更し、新たな顧客の獲得を目指します。

### ルールを設定

#### 条件

コスト/コンバージョン数	900円以下
コンバージョン数	10回以上
ページ上部の インプレッション損失率 (掲載順位)	50%以上
参照期間	過去7日間

#### 適用対象

広告グループ：A商品キャンペーン

入札価格を引き上げる：10円  
次の値より高くしない：300円  
実行頻度：火曜日

新たな  
顧客を増やしたい



上部掲載で新たに  
獲得できた顧客



キーワードの  
入札強化で上位へ掲載  
新たな顧客にアプローチ



# 運用目的と運用条件一覧

代理店・広告主  
限定

運用目的		条件															
		インプレッション数	クリック数	クリック率	平均CPC	コンバージョン数	コンバージョン率	コスト/コンバージョン数	ページ最上部のインプレッション損失率(予算)	ページ最上部のインプレッション損失率(予算)	インプレッション損失率(予算)	ページ最上部のインプレッション損失率(掲載順位)	ページ最上部のインプレッション損失率(掲載順位)	品質インデックス	ラベル	マッチタイプ	検索クエリーのマッチタイプ
①	効果の低いキーワードの配信停止・対象外キーワード追加	○	○	○	○	○	○	○	○	○	-	○	○	○	○	○	-
②	効果の低い検索クエリーの対象外キーワードへの追加 	○	○	○	○	○	○	○	-	-	-	-	-	-	-	-	○
③	効果の高い検索クエリーのキーワード追加	○	○	○	○	○	○	○	-	-	-	-	-	-	-	-	○
④	キャンペーン日予算変更	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	-	○	-	-
⑤	広告グループの入札価格変更	○	○	○	○	○	○	○	○	○	-	○	○	-	○	-	-
⑥	キーワードの入札価格変更	○	○	○	○	○	○	○	○	○	-	○	○	○	○	○	-

※ルールの実行対象およびその上位階層のすべての配信設定がオンになっているもののみが実行の対象です。

例えば、キーワードの配信設定がオンでも上位階層のキャンペーンや広告グループの配信設定をオフにしていると、自動運用ルールの実行対象にはなりません。

※条件の集計期間にインプレッションが「1」以上のもののみ、実行の対象となります。

## ⚠ 本資料について

- ✓ 本資料は、2020年10月時点でのものです。
- ✓ 本資料に記載されている画面イメージおよび仕様などは、今後変更される場合がありますのであらかじめご了承ください。