

Google 広告のリマーケティング

初級編では Google 広告の出稿方法をお伝えしました。

今回は中級編としてリマーケティングをオーディエンスに設定させる方法です。補足として過去に成約した方には広告の配信を出さない方法もお伝えしていきます。

1. リマーケティング

リマーケティングの設定をするには以下の手順をそのまま真似してみてください。

1-1 【オーディエンスマネージャー】をクリックします。

ツールと設定をクリックするとこの画面に移動します。



1-2 【オーディエンスソースを設定】をクリック



1 - 3 Google 広告タグの【タグを設定】をクリック

オーディエンスリスト

オーディエンスインサイト

オーディエンスソース

オーディエンスソース

オーディエンスソースを設定するかリンクして、リマーケティングを活用しましょう

お客様のビジネスとユーザーとの接点に基づいて、見込み顧客にパーソナライズド広告を表示しましょう

 Google 広告タグ

ウェブサイトに Google 広告タグを追加すれば、リマーケティング リストやコンバージョン トラッキングのためのデータを収集できます

[タグを設定](#)

 Google アナリティクス

サイトのエンゲージメントに関する指標をインポートする、アナリティクスの目標やトランザクションをコンバージョンとしてトラッキングする、アナリティクスで作成したオーディエンスをインポートする、といったことが可能になります

[GOOGLE アナリティクスにリンク](#)

1 - 4 タグデータソースを作成 【赤枠】にチェック

1 データソースを作成します ——— 2 タグを設定します ——— 3 次のステップ

Google 広告のタグデータソースを作成する

タグで収集するデータの種類を以下で指定します。

リマーケティング

このソースで収集されるデータの種類を選択してください

ウェブサイトへのアクセスに関する一般的なデータのみを収集して、お客様のウェブサイトの訪問者に広告を表示します。 [詳細](#)

お客様のウェブサイトでユーザーが行った特定の操作に関するデータを収集して、パーソナライズド広告を表示します。 [詳細](#)

リマーケティングを使用すると、お客様の商品やサービスを利用したことがあるユーザーにリーチすることができます

1 - 5 ウェブサイトにタグを設定する

ウェブサイトにタグを設定します

タグで収集するデータの種類を指定します。 [詳細](#)

タグを設定する

Google 広告タグの設定方法を選択してください

タグを自分で追加する



タグをウェブサイトのコードに追加します

タグをメールで送信する



タグをウェブサイトの管理者にメールで送信します

Google タグ マネージャーを使用する



Google タグ マネージャーを使用してタグを追加します

1-6 グローバルサイトタグをコピーする

グローバルサイトタグ	<p>グローバルサイトタグを実装すると、サイトを訪れたユーザーが通常のオーディエンスに追加され、ドメインに新しいCookieが設定されます。Cookieには、サイトにユーザーを誘導した広告のクリックに関する情報が保存されます。このタグをウェブサイトのすべてのページに設置する必要があります。①</p> <p>下のタグをコピーして、ウェブサイトの各ページの<head></head>タグの間に貼り付けます。グローバルサイトタグはアカウントごとに1回だけ実装すればよく、リマーケティングイベントスニペットやコンバージョンイベントスニペットと併用できます。</p>
------------	---

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Ads: 695455046 -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=AW-695455046"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'AW-695455046');
</script>
```

メールでタグを送って設定してもらう時はコピーしておきましょう。

1-7 オーディエンスリストを作成する



オーディエンスリスト

リマーケティング カスタム オーディエンス

オーディエンスインサイト **+** フィルタを追加

オーディエンスソース

オーディエンス名 ↓	タイプ	ステータス	サイズ: 検索	サイズ: YouTube	サイズ: ディスプレイ	サイズ: Gmail キャンペーン
使用していないリスト						
<input type="checkbox"/> AdWords optimized list Combined audience based on available data sources	リストの組み合わせ 自動作成	オープン	1,000 未満	1,000 未満	1,000 未満	非対応

1件中 1~1 件を表示

+をクリックしてウェブサイトに訪れたユーザーをクリック



オーディエンスリスト

リマーケティング カスタム オーディエンス

オーディエンスインサイト **+** オーディエンスの作成

オーディエンスソース

- +** ウェブサイトに訪れたユーザー
- + アプリユーザー
- + YouTube ユーザー
- + 顧客リスト
- + 組み合わせリスト

オーディエンス名 ↓	タイプ	ステータス	サイズ: 検索	サイズ: YouTube	サイズ: ディスプレイ	サイズ: Gmail キャンペーン
使用していないリスト						
<input type="checkbox"/> AdWords optimized list Combined audience based on available data sources	リストの組み合わせ 自動作成	オープン	1,000 未満	1,000 未満	1,000 未満	非対応

1件中 1~1 件を表示

© 2019 Google

1-8 オーディエンス名は【過去 30 日】に設定する

オーディエンス名 **オーディエンス名**

リストのメンバー オーディエンスに追加するユーザーを選択してください [詳細](#)
ページを訪問したユーザー

訪問したページ 次のルールに基づいて、ページを訪問したユーザーを含めます
いずれかのルールグループに一致する

訪問したページが、このグループに含まれるすべてのルールに該当する

URL 次を含む および

または

あえて過去 30 日以内に訪問した方に対してリマーケティングで追いかける設定にしていきます。

有効期間 ユーザーをオーディエンスに保持する日数を指定してください
30 日
有効期間は最大 540 日間です

有効期間とは、商品やサービスとの接点を持ったユーザーをオーディエンスに登録しておく期間を表します

説明文 オーディエンスの説明を入力してください (任意)

リマーケティングリストをご利用の際は、パーソナライズド広告に関するポリシーおよび Google の EU ユーザーの同意ポリシーを遵守する必要があります。

オーディエンスを作成 キャンセル

【オーディエンスを作成】をクリックして完了です。

1-9 オーディエンスに反映させる

オーディエンス 広告を表示する対象となるオーディエンスを選択します

ターゲットとするオーディエンスの編集 完了

検索 **閲覧** 候補数 (1) 何も選択されていません すべてクリア

← ユーザーがお客様のビジネスを利用した方法 ターゲットに設定するオーディエンスを 1 つ以上選択します。

リストの組み合わせ

ウェブサイトを訪れたユーザー

閲覧をクリックすると、先ほど登録したものが出てくるので、こちらを選択していきます。

オーディエンス 広告を表示する対象となるオーディエンスを選択します

ターゲットとするオーディエンスの編集 完了

検索 閲覧 候補数 (1) 何も選択されていません すべてクリア

← ユーザーがお客様のビジネスを利用した方法 ターゲットに設定するオーディエンスを 1 つ以上選択します。

リストの組み合わせ

ウェブサイトを訪れたユーザー

すべての訪問者 (Google Ads)

新規集客

これで完了となります。

2. 過去に成約したユーザーに広告を配信しないやり方

リマーケティングを活用しながら広告の配信を続けていると、過去に CV(成約)した方もそのまま継続的に出てしまいます。そうすると、無駄な広告費もかかるだけではなく、消費者からしたら嫌な気持ちになってくると思います。そこで、ここでは過去に成約した方にしばらくの間ディスプレイ広告の表示を出さないような設定方法をお伝えしていきます。

2-1 サンクスページを作ろう

サンクスページは商品購入が完了したページを作成するということです。Wordpress などの固定ページで作成することも出来るので、作成してみてください。

2-2 サンクスページの URL を登録する

オーディエンス名を【CV ユーザー540 日以内】として赤枠にサンクスページの URL を貼り付けていきます。

2-3 有効期限を設定する→【オーディエンスを作成】をクリック

オーディエンス名を【540 日以内】としてください。

あえて 540 日にしていますが、業種によって 540 日以内であれば作成できます。

分かりやすくするためにオーディエンス名と有効期限を揃えることをおすすめします。

2-4 組み合わせリストをクリックする

The screenshot shows the Google Ads interface for creating an audience list. On the left, there is a sidebar with 'オーディエンスリスト' (Audience List) selected. Below it, there are options for 'オーディエンスインサイト' (Audience Insights), 'オーディエンスソース' (Audience Sources), and '組み合わせリスト' (Combination List), which is highlighted with a red box. The main area shows a table of audience lists with columns for 'タイプ' (Type), 'ステータス' (Status), 'サイズ: 検索' (Size: Search), 'サイズ: YouTube' (Size: YouTube), 'サイズ: ディスプレイ' (Size: Display), and 'サイズ: Gmail キャンペーン' (Size: Gmail Campaign). The first row shows a list with 'タイプ: リストの組み合わせ自動作成' (Type: Automatic combination of lists), 'ステータス: オープン' (Status: Open), and sizes of '1,000 未満' (Less than 1,000) for Search, YouTube, and Display. The bottom right corner indicates '1件中 1~1 件を表示' (Showing 1 of 1 items).

2-5 【これらのオーディエンスのいずれか】をクリックする

The screenshot shows the '組み合わせるオーディエンス' (Combine Audiences) screen. At the top, there is a search bar for 'オーディエンス名' (Audience Name). Below it, there is a section titled '組み合わせるオーディエンス' (Combine Audiences) with the instruction '組み合わせせて1つにまとめるオーディエンスを選択します' (Select audiences to combine into one). A note states: '特定の種類のオーディエンスを組み合わせると、意図しないリストサイズになることがあります。類似するオーディエンスを組み合わせる使用できるのは、Google 検索と YouTube の場合のみです。詳細' (Combining certain types of audiences may result in unintended list sizes. Similar audiences that can be combined for use are only Google Search and YouTube. Details). A red box highlights the 'これらのオーディエンスのいずれか (OR)' (Any of these audiences) option. Below this, there is a search bar and a list of audience sources: 'ウェブサイトを訪れたユーザー' (Users who visited the website), '540日以内' (Within 540 days), 'すべての訪問者 (AdWords)' (All visitors (AdWords)), and '新規集客' (New acquisition). A '完了' (Done) button is visible in the top right corner.

もし違う画面でしたら、赤枠の部分をクリックすると下記の画像のように出てくるので選択します。

The screenshot shows the '組み合わせるオーディエンス' (Combine Audiences) screen, similar to the previous one. A dropdown menu is open, showing two options: 'これらのオーディエンスのすべて (AND)' (All of these audiences) and 'これらのオーディエンスのいずれか (OR)' (Any of these audiences), which is highlighted with a red box. Below the dropdown, there is a search bar and a list of audience sources: 'ウェブサイトを訪れたユーザー' (Users who visited the website), '540日以内' (Within 540 days), 'すべての訪問者 (AdWords)' (All visitors (AdWords)), and '新規集客' (New acquisition). A '完了' (Done) button is visible in the top right corner.

2-7 【540日以内】をチェックして【オーディエンスを作成】をクリック



これで設定完了になります。

【補足】もっと簡単にやりたい・・・

なかなか上記の方法で難しいと感じる方には、以下のようなやり方をオススメします。



Google 広告にログインすると、このような画面になると思います。

【オーディエンス】→【除外設定】を選ぶと先ほど保存した項目が出てきます。



これで完了となります。お疲れさまでした。