



調査・分析におけるおおまかなステップは、

1. 商品の特徴を表すメインビジュアルの設定
2. 商品の特徴を表すキャッチコピーと  
スペック（仕様・機能）を紹介するボディコピーの作成
3. ターゲットにする性別、年代、エリアの抽出
4. 広告費の確定

となります。



なるほど。  
調査をする前にこれだけの準備が必要なのですね。  
ちなみに広告費は多ければ多いほど良いと思うのですが、  
どのくらいが相場なのですか？



広告費がどの程度必要なのかは大切な部分なので  
もう少し詳しく説明しましょう。



お願いします。



まず、インターネット広告はいくつかの種類があります。  
今回は、広告が1クリックされる毎にいくら、  
という支払い方をする**PPC広告**を利用します。



PPC広告・・・。



調査対象の商品やターゲットによっても異なりますが、  
ここでは商品告知の方向性1パターン毎に、最低200件の  
データ獲得が行えるような予算計画を例に考えてみます。



PPC広告で200クリックを集めるということですか？



そうです。ここからは単純な算数です。  
比較したい商品告知の方向性が3パターンあるとします。



まず。3パターン



次に、ターゲットについて  
性別は女性のための1タイプ、年代は20代と30代の2タイプ、  
配信エリアは3エリアとします。



$3 \times 1 \times 2 \times 3$ だから・・・18パターンですね。



そう。そこにPPC広告の1クリックの平均単価が  
100円になったとします。



1パターンで200クリックは集めたいという話だったから、  
 $100円 \times 200 \text{ クリック} \times 18 \text{ パターン}$ で・・・  
広告費は36万円が必要ということですね。



さらにランディングページの作成費と調査・分析費が加わります。  
ページ制作費が1パターン当たり15万円として、  
3パターン作成すると45万円。分析費10万円とすれば、  
トータルで90万円程度の費用がかかります。



90万円か・・・。



しかし、これまで調査会社へ支払った金額よりはるかに安価でしょう。