

GOALTECH

amazon ads

Verified
partner

INDEX

- 01 会社紹介
- 02 直面する課題
- 03 コンテンツと強み
- 04 運用アプローチと考え方
- 05 運用実績
- 06 実績企業一覧
- 07 最後に

GOALTECH

COMPANY INTRODUCTION

ゴールテック社は、アマゾンに最も特化した事業
成長、利益の最大化を支援する会社です。

経験豊富な当事者が中心に、皆様の ”固有” に寄
りそう「テーラーメイド x テック」を実現する会社で
す。

amazon ads

Verified
partner

直面する課題

FACED ISSUE

CONFIDENTIAL

事業者さまの課題

課題

分かりにくい

広告経由の売上は上がっているけど、効果が見えにくい！
やってみたいけど、効果の予測ができないから稟議が。。

時間・リソース不足

細かくやったらいいのは分かるけど、時間がない！
広告予算をかけたいところにうまく回せない！

管理しきれない

広告予算を超えてしまう。途中経過や予測が見えない！
代理店が思うように動いてくれない！

要因と貢献

情報が多い・細かい

要点だけに絞り毎週ご報告いたします！
確度高シミュレーション提供、社内提案や説明も簡単！

やることが多い・細かい

意思決定だけ、細かいことは全部こちらでやります！
きちんと回したいところに回します！

ここまでやりきれてない

途中経過、着地予測も共有の上で、きちんと守ります！
セラー/ベンダー経験者が中心、ONE TEAMで自分ごととして実行・達成します！

コンテンツと強み

OUR CAPABILITY & STRENGTH

CONFIDENTIAL

ゴールテックの領域

強み・独自性	役割	種類
AmazonSA 運用	刈り取り	スポンサープロダクト広告 スポンサーブランド広告 スポンサーディスプレイ広告
ADSP / PVa 運用	NTB:新規顧客リーチ ピンポイントセグメント、Lower Funnel AIによる学習(P+)	ADSP 広告、PrimeVideo広告
ブランド・AMC分析	購買経路や広告の貢献度理解 広告の最適化	購入経路分析・アトリビューション分析 顧客行動・セグメント分析
固有業務の自動化	リソース削減 積極的な戦略意思決定への時間配分	Amazon、楽天市場、Yahoo... Google Spread Sheet、FTP... 各種機関システム(SAP、NE...)
伴走サポート	フルサポート	週次MTG、月次MTG、電話、チャットツール

伴走

COMMUNICATIONS

ONE TEAM - 垣根を超え1つのチーム

進捗共有・方針相談・意思決定の頻度

- ・ 週次(30min)、月次(60min)にてMTG実施。
- ・ 細やかに進捗や情報共有しターゲット達成に向けて伴奏します。

電話、チャットツールを用いたサポート

- ・ 緊急時の対応や、確認事項についてお気軽にお問い合わせください。

特長: 専任担当者の上限3~4社

- ・ 1人が担当する企業を3~4社とすることで、担当者が皆さまの商品やカテゴリ、ブランドをより深く理解できます。



基本的な戦略

BASIC STRATEGY

CONFIDENTIAL

市場獲得の戦略は、以下の要素に基づいて考えます。

01



分析・目標

それぞれ商品、カテゴリ、時間、曜日、シーズン、広告タイプごとに細かく分析を行います。分析結果を元に、貴社と共に目標指標を設定します。

02



広告の最適化

目標に沿い、それぞれ商品、カテゴリ、時間、曜日、シーズン、広告タイプごとに細かく分析し、効率の良いところに予算をかけるように広告予算を再配分・調整します。

03



予算管理

上記で再販分された予算をそれぞれ商品、カテゴリ、時間、曜日、シーズン、広告タイプごと徹底的に管理します。結果として、毎日細かく調整を行います。

2nd ステージ戦略

ADVANCED STRATEGY

CONFIDENTIAL

市場獲得の戦略は、以下の要素に基づいて考えます。

01



強化商品選定

基本戦略とは別に、局所的にアマゾンでの売上を上げるための注力商品やラインナップを選定し、施策を実施します。

02



SOV

任意のKWに基づいて、Amazon上の検索結果に占める、商品表示割合・上位の露出率を計測し、施策の効果を定量的に評価します。

03



リピート獲得

中長期の戦略として、ブランドに最も利益をもたらすリピーター獲得のための優位な定期購入・LTV戦略などを検討・実施します。

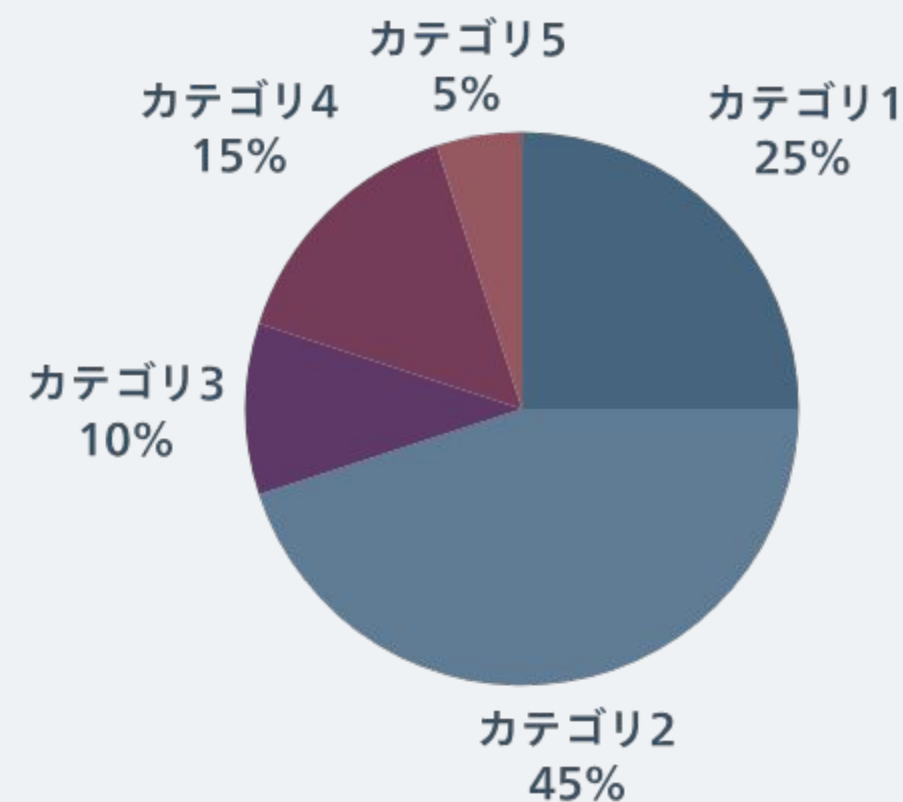
SA分析

SELLING ADVERTISEMENT
ANALYSIS

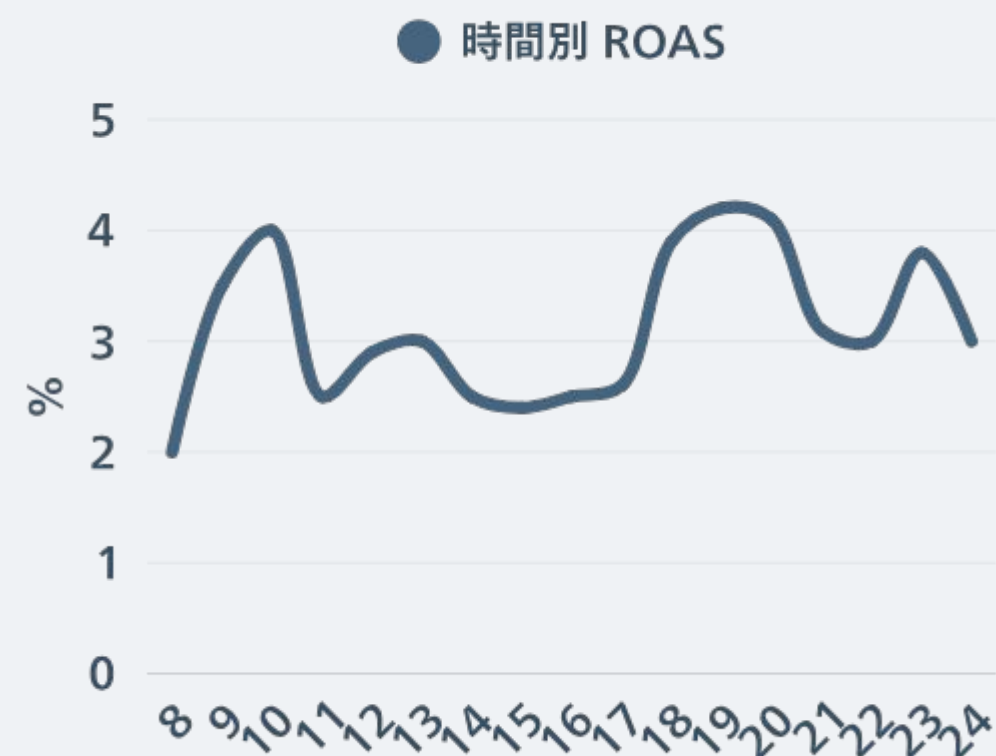
現在の広告パフォーマンスを細部にわたり分析します。

CONFIDENTIAL

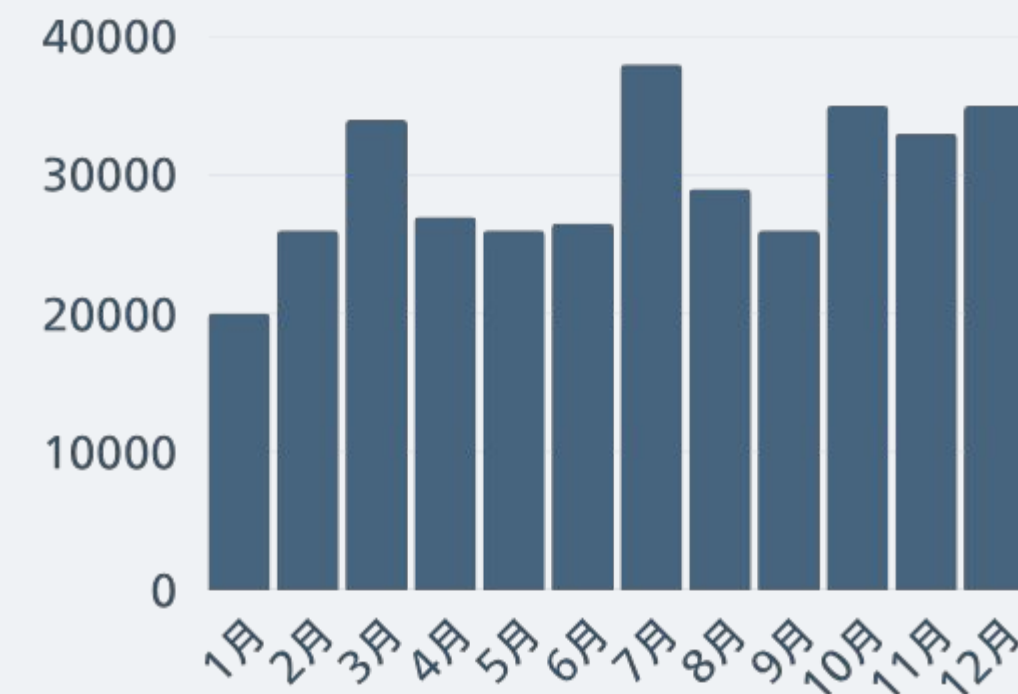
商品・カテゴリ別



曜日・時間帯別



日別・月別予算



それぞれ商品、カテゴリ、時間、曜日、シーズン、広告タイプごとに細かく分析を行います。分析結果を元に、貴社と共に目標指標を設定します。

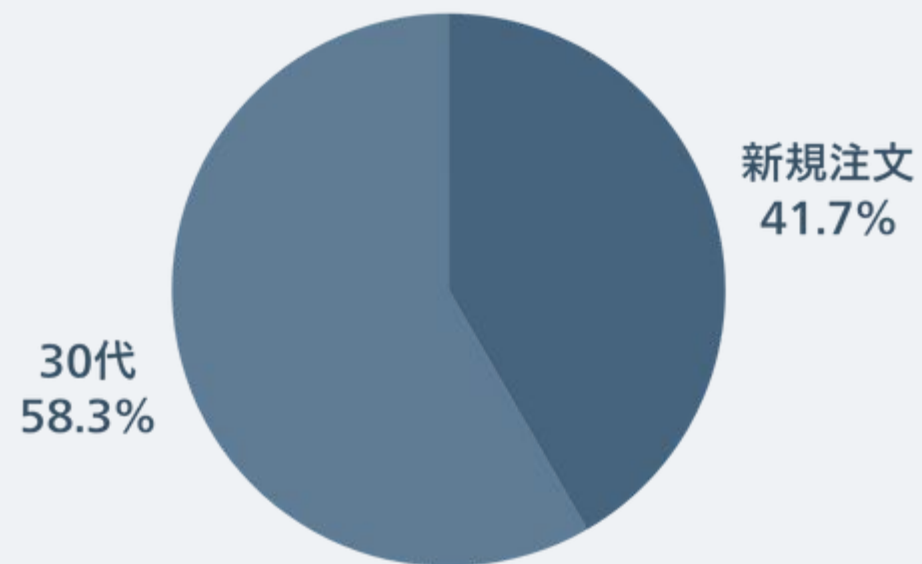
その上で効率の良いところに予算をかけられるように広告予算を日別・月別・商品カテゴリごとに再配分・調整します。

ブランド分析

BRAND ANALYSIS

自社商品のリピート購入行動を分析します。

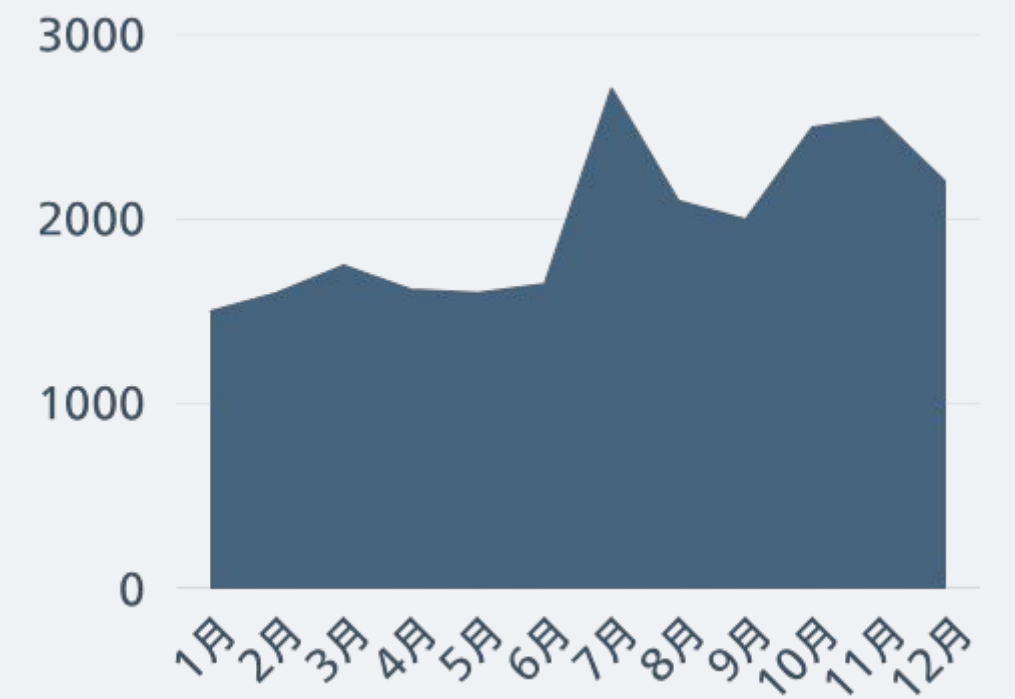
新規・リピート注文



リピートシェア率



新規獲得推移



自社商品のリピート購入行動を分析することで、リピーター獲得のための優位な定期購入・LTV戦略などを検討できます。

外部誘導広告

EXTERNAL OPPORTUNITY

アマゾン外から流入させる豊富な手段

外部誘導広告とは

- Amazonに外からお客様を誘導する広告です。
- YoutubeやFacebookからより多くのお客様をアマゾンに呼び込み有利にアマゾンランキングを向上させます。

- Google 広告
- Yahoo!検索広告
- Yahoo!ディスプレイ広告
- Meta広告
- X広告
- LINE広告
- TikTok広告
- Pinterestアド
- Amazon広告
- Apple Search Ads
- Microsoft広告
- ADMATRIX DSP
- LinkedIn広告
- Criteo
- RTB House
- TimeTree Ads



YouTube広告

YOUTUBE ADS

YouTube上の「○○○コンテンツ」の動画を見た準顕在層に対して配信

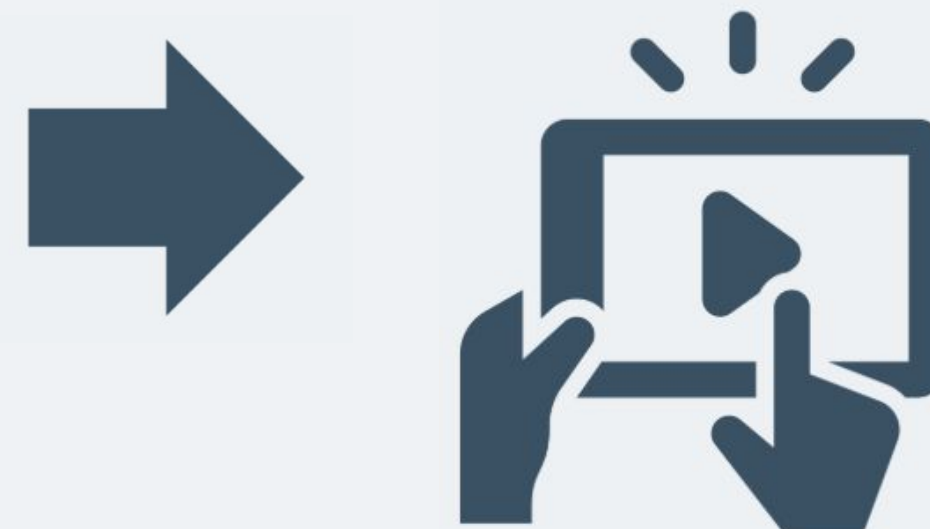
YouTube広告では特定コンテンツを閲覧しているユーザーに対して広告を出すことができるため、キャンペーン単体で見ても広告全体で見たときにも獲得効率の上昇につながるキャンペーンになるのではないかと考えています。

仕組み

葬儀系コンテンツの動画 URLを ターゲティングに活用

※下記のような動画コンテンツの活用を想定

葬儀系コンテンツの動画を見た方
(準顕在層)に広告が表示できる



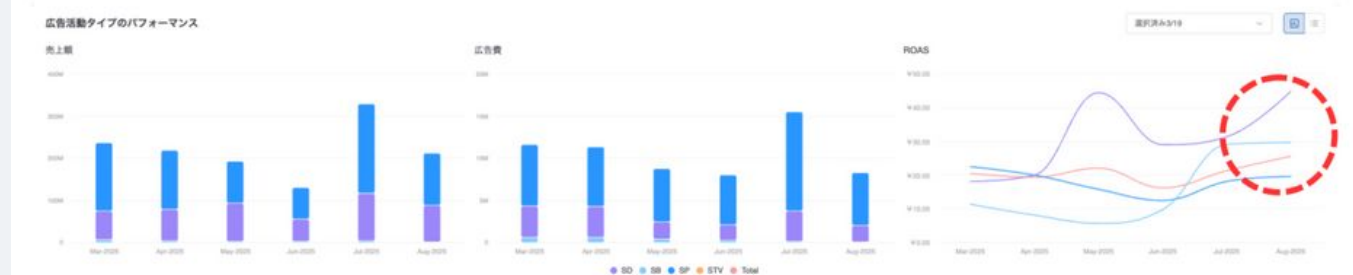
レポート資料

REPORTING

要点・結論から、サッと全体把握

詳細についても網羅、欲しい情報をしっかり提供

ROASは安定、もしくは上昇傾向。



広告費月	広告活動タイプ			売上高月	広告活動タイプ			ROAS月	広告活動タイプ		
	SP	SD	SB		SP	SD	SB		SP	SD	SB
202505	¥6,297,943	¥2,057,068	¥399,507	202505	¥99,123,434	¥91,355,025	¥2,265,348	202505	15.74	44.41	5.67
202506	¥5,929,215	¥1,859,439	¥260,384	202506	¥73,710,358	¥53,870,696	¥2,524,079	202506	12.43	28.97	9.69
202507	¥11,789,745	¥3,586,807	¥141,844	202507	¥213,104,008	¥112,334,354	¥4,123,513	202507	18.08	31.32	29.07
202508	¥6,311,335	¥1,952,332	¥56,013	202508	¥123,283,329	¥87,451,130	¥1,658,578	202508	19.53	44.79	29.61

GMS、AdSalesともにYoYプラスでKPI達成
GMSpは大幅に投資効率を上げることに成功

GMSp
出荷実績比率
1.92%
※弊社経費含む

GMS
YoY
+22.4%

AdSales
YoY
+34.6%

ヘッドパフォーマンス

ASIN	インプレッション	クリック数	CTR	広告費	販売高	ROAS	注文	Sales Volume	CPC	CPA	平均単価	CPA	顧客獲得単価	顧客獲得単価	顧客獲得単価	顧客獲得単価
1	72.2K	215	0.29%	¥18.7K	¥40.6K	¥2.17	28	37	¥87.16	13.02%	¥1,088.4	¥889.23	¥2.76	55.0%	14	50.0
2	96.2K	300	0.31%	¥21.7K	¥72.7K	¥3.35	42	52	¥82.05	12.00%	¥1,397.8	¥117.11	¥15.3K	21.0%	12	28.5
3	50.3K	233	0.46%	¥18.3K	¥38.5K	¥2.13	25	33	¥82.02	10.79%	¥1,003.0	¥784.34	¥8.00%	30.0%	8	32.0
4	34.2K	221	0.65%	¥14.3K	¥39.0K	¥2.72	23	28	¥64.80	10.41%	¥1,488.2	¥22.62	¥14.3K	37.28%	10	43.4
5	32.07K	1	0.00%	¥80.0	¥84.0	¥1.05	1	1	¥80.00	100.00%	¥84.0	¥80.00	¥80.00	0.00%	0	0.0
6	512	1	0.19%	¥80.0	¥80.0	¥0.00	0	0	¥80.00	0.00%	¥80.00	¥80.00	¥80.00	0.00%	0	0.0

変化の最も速い

出口戦略検討のための分析データ

商品ごとに売上・広告売上比率・ROASを可視化
ブーストキャンペーンの効果を個別に把握可能
役割を終えた商品の特定と停止判断に活用
今後はデータを基に、通常キャンペーンへの移行基準を策定

ASIN	SKU	アイテム	キャンペーン名	開始日	終了日	売上高	広告費	ROAS	広告売上比率	広告費比率
ASIN	SKU	アイテム	キャンペーン名	開始日	終了日	売上高	広告費	ROAS	広告売上比率	広告費比率
ASIN	SKU	アイテム	キャンペーン名	開始日	終了日	売上高	広告費	ROAS	広告売上比率	広告費比率

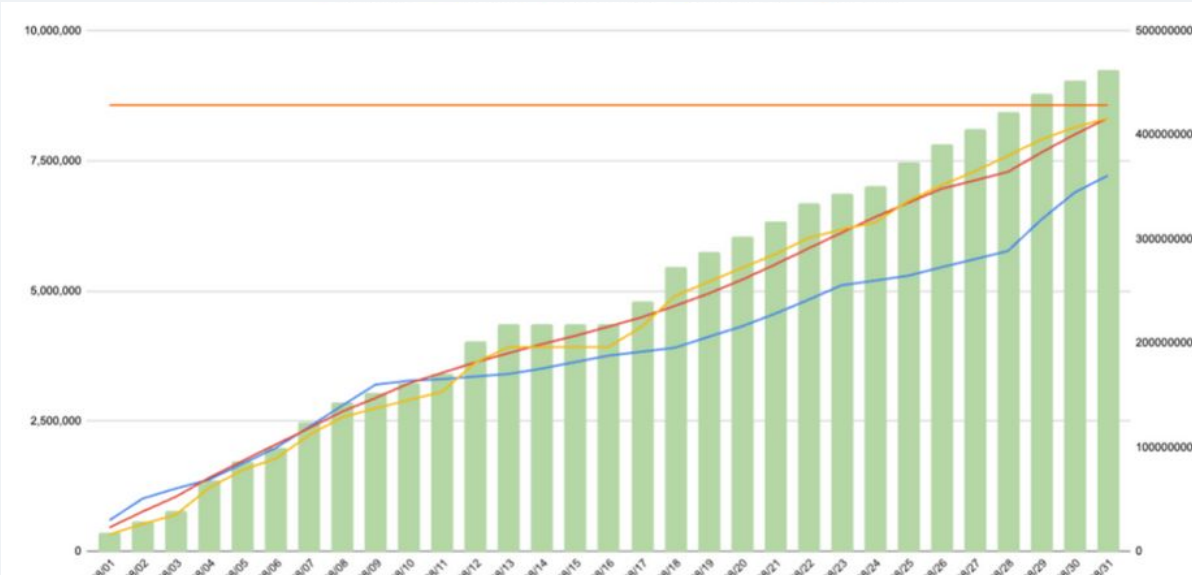
キャンペーンの出口戦略

- 予算拡大により露出と売上は順調に増加
- 一方で広告費は拡大し、限られた予算を圧迫
- 今後はブーストは「初期育成」の役割を終えたか判断し、停止・フェードアウトの基準を定め、通常キャンペーンに統合する必要がある



プレースメント別パフォーマンス

プレースメント	インプレッション	クリック数	CTR	広告費	販売高	ROAS	注文	Sales Volume	CPC	CPA	平均単価	CPA	顧客獲得単価	顧客獲得単価	顧客獲得単価	顧客獲得単価
1	37.4K	802	0.21%	¥18.0K	¥19.0K	¥1.10	12	14	¥142.50	0.80%	¥1,364.6	¥127.49	¥9.00	0.00%	0	0.0%
2	102.07K	3,000	0.29%	¥21.7K	¥72.7K	¥3.35	42	52	¥82.05	12.00%	¥1,397.8	¥117.11	¥15.3K	21.0%	12	28.5
3	50.3K	233	0.46%	¥18.3K	¥38.5K	¥2.13	25	33	¥82.02	10.79%	¥1,003.0	¥784.34	¥8.00%	30.0%	8	32.0
4	34.2K	221	0.65%	¥14.3K	¥39.0K	¥2.72	23	28	¥64.80	10.41%	¥1,488.2	¥22.62	¥14.3K	37.28%	10	43.4
5	32.07K	1	0.00%	¥80.0	¥84.0	¥1.05	1	1	¥80.00	100.00%	¥84.0	¥80.00	¥80.00	0.00%	0	0.0
6	512	1	0.19%	¥80.0	¥80.0	¥0.00	0	0	¥80.00	0.00%	¥80.00	¥80.00	¥80.00	0.00%	0	0.0



CONFIDENTIAL

固有業務の自動

WORKFLOW AUTOMATION

化

皆様の固有業務を自動化して大事なところに時間かけましょう。

貴重なリソースは重要な意思決定に回してほしい

▼ 自動化の例

- レビュー自動リクエスト
- FBA 在庫数が少なくなったら自社出荷に切り替える
- SP広告の ROAS が ○○ を下回ったら通知する
- カート取得価格の自動更新
- ビジネスレポートをスプレッドシートに集計



運用実績

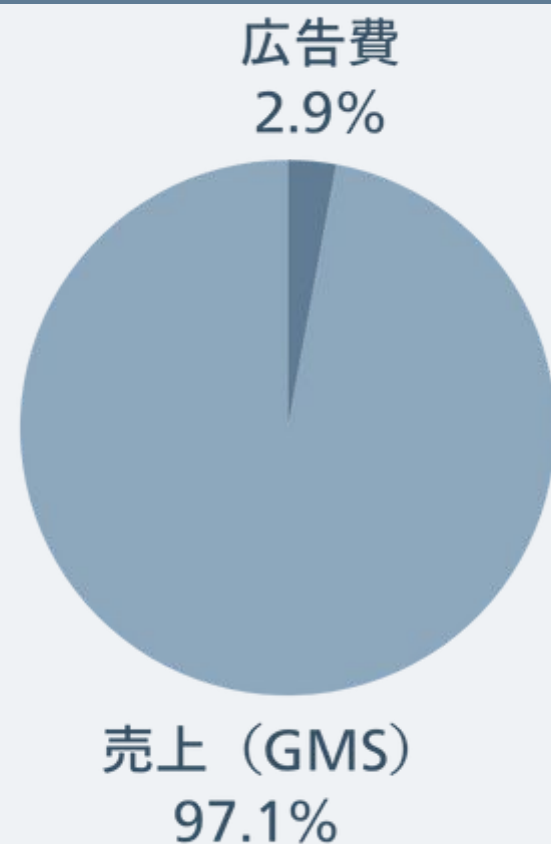
SUCCESS FOR REFERENCE

某大手パソコン周辺機器・サプライメーカー

年間売上達成

49.4億円

広告投資比率



販売目標

売上 (GMS)

1年間で **+10%** 増加

広告投資比率

1年間で **-14%** 削減

実行計画

EXECUTION PLAN

スケジュールイメージは以下の通りです。



THANK YOU

何かご質問やご意見がございましたら、いつでもお気軽にお問い合わせください。

● 株式会社 GOALTECH

080-3091-1350
y.wakayama@goaltech.co.jp