



そのサイト、
いますぐ
スマホに最適化。
powered by Google

サイト運営者様向け スマートフォン対応ガイド

サイトのコンテンツをスマートフォン向けに最適化する方法

powered by 

内容

- はじめに
- オンラインに常時接続する消費者の実態
- データを活用してコンテンツを決定する
- サイトから収益を生み出す
- スマートフォン サイトに最適化する
- スマートフォン サイトを見つけてもらいやすくするために
- スマートフォン サイトのベストプラクティス 10 か条
- よくある質問
- その他のツールとリソース

GoMo について

GoMo は「Go Mobile!」の略で、Google が世界で行っているスマートフォン サイト最適化促進のキャンペーンです。キャンペーンサイトではスマートフォン サイトの構築に関する情報や最適化に必要な技術をサイト運営者様に提供しております。



そのサイト、
いますぐ
スマホに最適化。

powered by Google



スマートフォン対応を 始めましょう

過去に前例のないスピードで急成長しているスマートフォン。このプラットフォームを利用することで、サイト運営者様は既存のユーザーにまったく新しい体験を提供できるだけでなく、パソコンを持たない世界中のユーザーに接触するチャンスを手に入れることもできます。さらに、このようなチャンスを活かして、ビジネスに更なる収益源を生み出すことも期待できます。既に多くのサイト運営者様がスマートフォンを利用したビジネスモデルの構築に成功しています。御社もこの機会にスマートフォン ビジネスをご検討ください。

このガイドブックでは、サイト運営者の皆様を対象に、スマートフォン対応サイトの設計、構築、プロモーションのための戦略的なアプローチについてご説明します。このガイドブックでご紹介するヒントや説明とともに howtogomo.com/jp に掲載されている各種参考情報もご活用ください。同サイトでは、スマートフォンが重要である理由を学ぶことができ、さらに、サイトをスマートフォン対応にする方法を各サイト運営者様の状況に合わせてレポートで表示したり、スマートフォンサイト制作会社の連絡先情報を入手したりすることができます。

オンラインに常時接続する消費者の実態

消費者の動向は常にチェックすべき重要な指標です。以下の図では、消費者が1日の間にスマートフォンをどのようにコミュニケーション、検索、ショッピングに利用しているかを示しています。

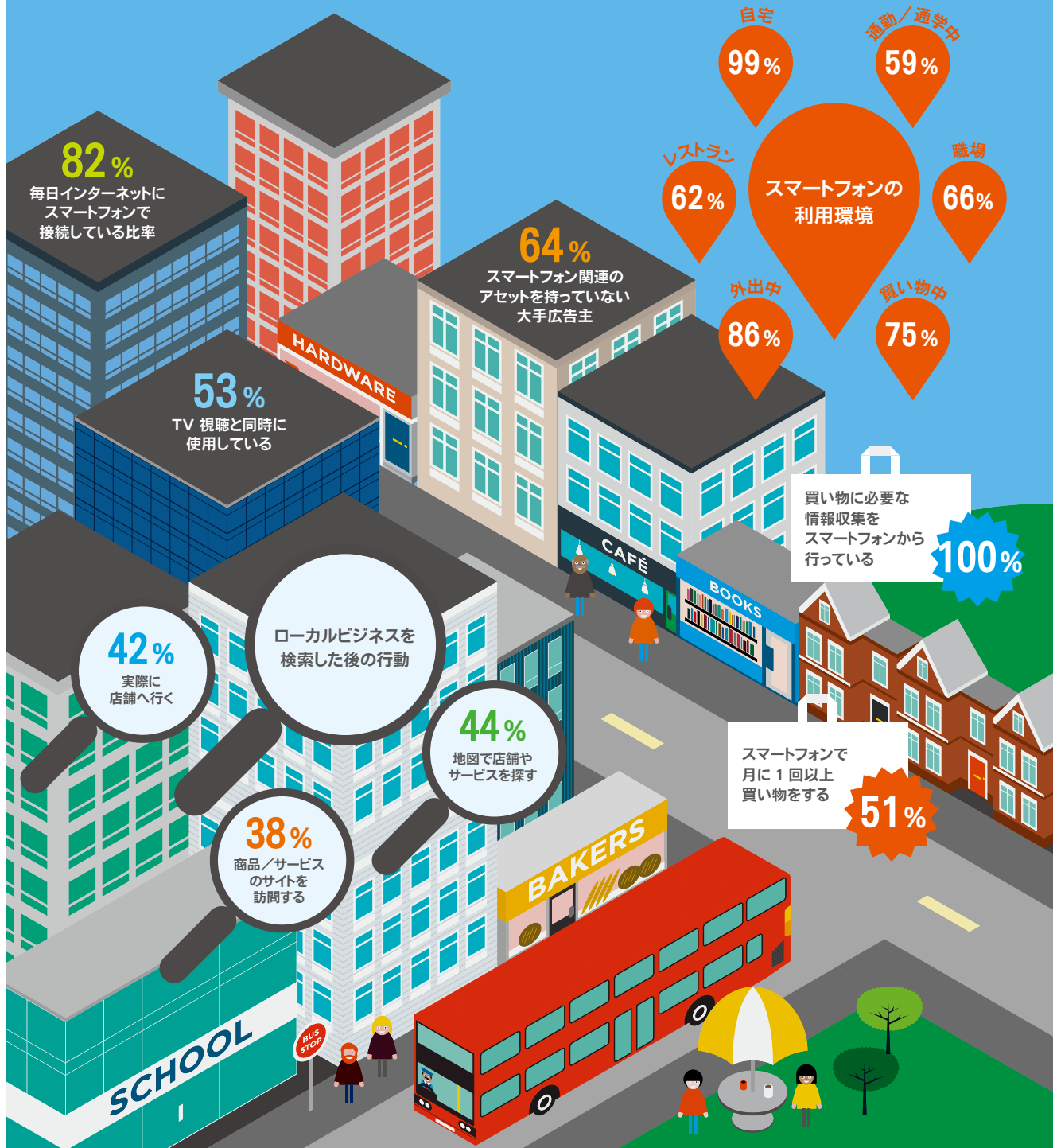
この図からユーザーは、パソコンでインターネットにアクセスしていないときでもスマートフォンでアクセスしていることがわかります。サイトがスマートフォンに対応していないと、ユーザーを競合他社のコンテンツに奪われてしまいかねません。スマートフォン向けに最適化したサイトがあれば、ユーザーが自分の好きな端末でサイトに接続できるようになり、パソコンで見られるものと同じ高品質のコンテンツにアクセスしてもらえるようになります。適切なアプローチでスマートフォン対応に臨めば、ユーザーからのロイヤリティという形で苦勞が報われるはずで

4,000万人

2012年度末までの
日本のスマートフォン
利用者

2013年度末までの
日本のスマートフォン利用者

2人に1人



データを活用してコンテンツを決定する

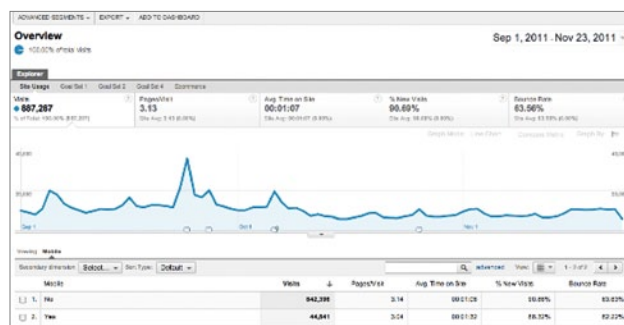
パソコンと異なるスマートフォンの画面サイズ。このサイズに合わせたコンテンツを提供することで、ユーザーに新しい体験を提供するだけでなく、ユーザーとの間で新しい形の関係を築くことができます。スマートフォンの画面はパソコンとは異なり、パソコン向けのレイアウトをそのままスマートフォン サイトに押し込めようとするのは間違いです。本当の意味でユーザーに喜ばれるスマートフォン サイトを構築するために、下記をご参考ください。

Google アナリティクス www.google.co.jp/analytics

Google アナリティクスでは、スマートフォン サイトの作成前でも、スマートフォンの最適化のための情報が得られます。アナリティクスの情報を活用して、スマートフォン対応サイトに表示するコンテンツに優先順位を付けたり、ユーザーが特に利用しているスマートフォンに合わせてユーザーインターフェイスを調整したりすることができます。

スマートフォンからのトラフィック確認方法

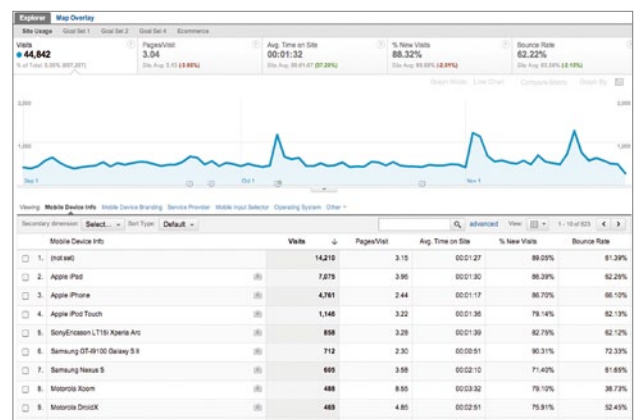
サイトにアクセスするユーザーのうち、どのくらいのユーザーがスマートフォンからアクセスしているかを見ることができます。スマートフォンからのアクセスによるトラフィックが約 5 %以上になり始めたら、スマートフォン対応サイトの構築を始める時期といえます。スマートフォンでサイトにアクセスしているユーザーの数は、この Google アナリティクスレポートの[ユーザー]→[モバイル]→[サマリー]タブで見ることができます。



スマートフォン ユーザーがどのようにサイトにアクセスし、サイトでのどのような操作を行っているかを知る[アドバンス セグメント]機能の中にデフォルトで設定されている、[モバイル トラフィック]を活用します。このトラフィックを[すべてのユーザー]と比較すると、スマートフォン ユーザーとパソコン ユーザーの行動の違いを明確にすることができます。あるいは[モバイル トラフィック]のみを使用してスマートフォン ユーザーの行動だけを見ます。

デバイスレポート

ユーザー統計情報を携帯端末、ブランド、サービスプロバイダ、入力セレクト (例: タッチ スクリーン、ジョイスティック、タッチペン)、オペレーティング システム、画面の解像度などのその他のディメンション (すべて[実績サマリー (表)]タブに表示) ごとに分析できます。また、どの地域からアクセスしているかを[実績サマリー (地図)]タブによって確認することができます。ユーザーの端末属性と位置情報について理解することで、サイトをユーザーに合わせて最適化しやすくなります。



プラットフォーム別および地域別のコンバージョン

AdWords 広告をご利用の場合、プラットフォーム別および地域別のコンバージョン ([実績サマリー (地図)]タブ) を比較することで、現在の収益源について理解することができ、今後の成長のチャンスを見極める上で役立ちます。たとえば、収益の大部分が日本から得られていると予想していたところ、実際に全体のコンバージョン率を見てみると、ブラジルや中国といった予想していなかった地域での実績が高いことが判明する可能性もあります。1 つの市場で飽和に達しつつあるが別の市場で急成長の兆しが見られる場合、そのような新しい市場に重点を移すことも重要です。たとえば、急成長地域に新しいスマートフォン サーバーを展開する、マーケティング資源を急成長地域向けに振り向ける、急成長地域をターゲットとした新しいスマートフォン アプリを開発するなどが考えられます。

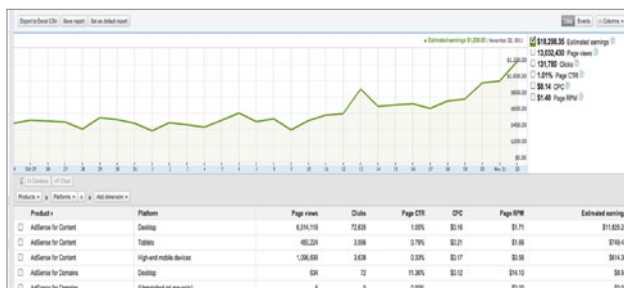


Google AdSense レポート www.google.co.jp/adsense

Google AdSense の強力なレポートは、スマートフォン サイトにとって最も効果的なコンテンツを選ぶ際に役立ちます。

まず、広告収益につながったトラフィックのうちどれくらいの割合がスマートフォンからのトラフィックなのかを確認します。その数値が大きく成長する可能性があれば、スマートフォン向けに最適化した広告をスマートフォン向けに最適化したサイトに掲載することで、クリック率とページビューの増加も期待できます。

- ① AdSense アカウントにログインします。
- ② [パフォーマンス レポート] タブに移動します。
- ③ 左側のナビゲーションで [プロダクト] を選択します。
- ④ グラフの左下にある [ディメンションを追加] ボタンで [プラットフォーム] を選択します。



次に、どのコンテンツ カテゴリでの収益が最も多いかを確認し、スマートフォン ユーザーがサイトに何を求めているかを把握します。スマートフォン ユーザーがパソコン ユーザーとは異なるコンテンツを見ていることに驚くこともあるかもしれません。このような情報が、コンテンツに優先順位を付け、収益を最大限に増やすことに役立ちます。

- ① AdSense アカウントにログインします。
- ② [パフォーマンス レポート] タブに移動します。
- ③ 左側のナビゲーションで [カスタム チャネル] を選択します*。
- ④ グラフの左下にある [ディメンションを追加] ボタンで [プラットフォーム] を選択します。

※事前にカスタムチャネルの設定が必要となります。

さらに、コンテンツのインプレッション単価が最も高くなっている地域を確認します。その地域でのリーチを拡大する方法を模索するとよいかもしれません。

- ① AdSense アカウントにログインします。
- ② [パフォーマンス レポート] タブに移動します。
- ③ 左側のナビゲーションで [国] を選択します。
- ④ グラフの左下にある [ディメンションを追加] ボタンで [プラットフォーム] を選択します。

Country	Platform	Page views	Clicks	Page CTR	CPC	Page RPM	Estimated earnings
United States	Desktop	5,659,891	89,245	1.58%	\$0.13	\$2.38	\$13,215.19
Canada	Desktop	626,196	7,504	1.40%	\$0.16	\$2.32	\$1,216.28
United Kingdom	Desktop	362,539	4,815	1.33%	\$0.21	\$3.24	\$879.18
United States	Tablets	384,315	4,455	1.16%	\$0.14	\$1.59	\$613.11
United States	High-end mobile devices	4,237,287	4,213	0.10%	\$0.13	\$0.12	\$517.89
Australia	Desktop	391,455	1,719	0.44%	\$0.25	\$0.12	\$427.89
Canada	Tablets	33,346	514	1.54%	\$0.27	\$4.12	\$138.15
New Zealand	Desktop	87,819	485	0.55%	\$0.24	\$0.12	\$112.83
United Kingdom	Tablets	18,894	282	1.49%	\$0.28	\$0.41	\$162.65
Canada	High-end mobile devices	143,838	236	0.16%	\$0.32	\$0.32	\$76.98
Ireland	Desktop	38,884	464	1.19%	\$0.16	\$0.38	\$73.16
Australia	Tablets	18,894	168	0.89%	\$0.43	\$4.27	\$12.59
United Kingdom	High-end mobile devices	147,719	217	0.15%	\$0.33	\$0.48	\$71.83
South Africa	Desktop	44,783	426	0.95%	\$0.13	\$1.24	\$85.35
India	Desktop	85,135	1,362	1.60%	\$0.34	\$0.37	\$46.74
Australia	High-end mobile devices	198,243	79	0.04%	\$0.37	\$0.42	\$44.89
Philippines	Desktop	117,826	1,123	0.95%	\$0.33	\$0.28	\$34.89
Singapore	Desktop	37,852	180	0.48%	\$0.18	\$0.16	\$28.82
Malaysia	Desktop	48,782	320	0.66%	\$0.36	\$0.37	\$17.44
France	Desktop	22,814	126	0.55%	\$0.13	\$0.11	\$16.85

サイトから収益を生み出す

多くのサイト運営者が陥りがちな間違いの1つは、美しいサイトを構築しているにも関わらず、きちんと計画せずに広告を後からの思いつきで掲載することです。スマートフォン向けに最適化したサイトを設計するプロセスの始めから、サイトに組み込む広告ユニットと広告フォーマットの種類を検討しましょう。この重要なステップを経ることで、一貫したユーザーエクスペリエンスを提供し、コンテンツの価値を損なうことなく収益性を最大化できます。

Google AdSense では、スマートフォン サイトと組み合わせることで多彩なサイト運営ソリューションを提供しており、既に多くのサイト運営者に活用いただいています。

「スマートフォンの急速な普及に伴い、外出先や移動中にニュースを読む人が増えています。その結果、スタートから2年でPVは約4～5倍に伸びました。スマートフォンのシェアは今後ますます拡大することでしょう。市場が広がることで、さらに安定した広告収益が見込めるのではないかと期待し、特に力を入れています。」

小松俊樹 氏

(株式会社時事通信社 デジタルメディア事業本部 本部長)



モバイル版カスタム検索広告

独自の検索機能を持つスマートフォン サイトやアプリで、検索結果に特化した AdSense を活用できるようになりました。ユーザーの検索キーワードに基づいて、細かくターゲティングされた広告が配信されます。

検索を中心とした
スマートフォン アプリ イメージ

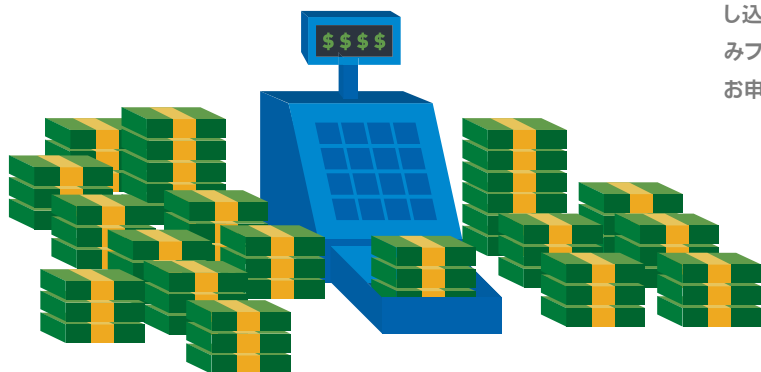


検索を中心とした
スマートフォン サイト イメージ



※モバイル版カスタム検索広告に関心をお持ちの場合は、別途お申し込みが必要となりますので、モバイルカスタム検索広告 お申込みフォーム よりご連絡ください。

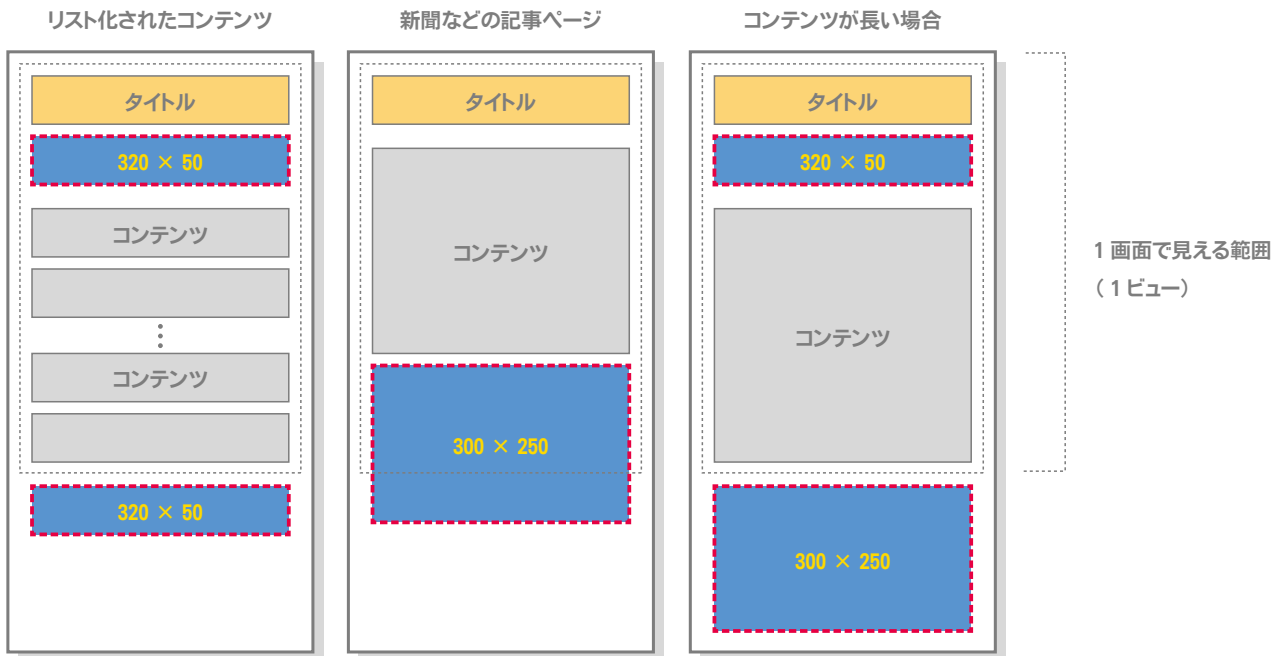
お申し込みフォーム : <http://goo.gl/rwxdQ>



スマートフォン サイトに最適化する

コンテンツに関連性のある Google 広告を組み込むことができます。
スクエア(小) (200 × 200)、スクエア (250 × 250)、レクタングル(中)
(300 × 250)、モバイルバナー (320 × 50) といった AdSense で
よく使われる効果の高い広告フォーマットを利用できます。

以下に広告を考慮に入れたスマートフォン サイトの設計案をいくつ
か紹介します。



利用できる広告フォーマットについて詳しくは下記 URL でご覧ください。

<http://goo.gl/vsPkC>

また、Android 搭載端末に以下のアプリをダウンロードして、Google のさまざまなモバイル広告フォーマットを見することもできます。

<http://goo.gl/0pyaD>

スマートフォン サイトを 見つけてもらいやすくするために

自分で自分の応援団になる

クロスプロモーションは、ユーザーをスマートフォン サイトに誘導する上で簡単かつ費用対効果の高い方法です。ユーザー基盤を複数のサイトで活用して、デスクトップ サイト・スマートフォン サイトの両方でサービスのクロスプロモーションを行います。コンテンツにさまざまな手段でアクセスできるようにすることで、ユーザーのロイヤリティを獲得し、全体としてコンテンツの利用を促進することができます。

サイトを見つけてもらいやすくする

スマートフォン サイトが検索エンジンのインデックスにきちんと登録されやすいようにして、スマートフォンで検索したユーザーがサイトに確実にアクセスできるようにします。検索エンジンによってスマートフォン サイトがインデックスに登録される方法は、デスクトップ サイトで使われるものと同じとは限らないため、さまざまな登録方法を知っておくことが重要です。

Google ではスマートフォン向けに最適化されたサイトのクロールには、パソコンとは別の「Googlebot-Mobile」を使用しています。スマートフォン サイトを Google のインデックスに登録されやすくする方法について詳しくは、こちらの投稿をご覧ください。

<http://goo.gl/zjrZe>

スマートフォン向けに最適化した広告キャンペーン

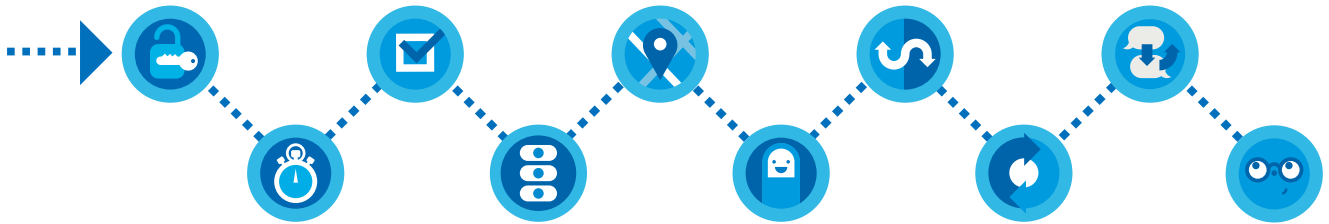
スマートフォン向けに最適化したサイトが用意できたら、実施する広告キャンペーンもスマートフォン向けに最適化する必要があります。スマートフォンに特化したキャンペーンにすることで、キャンペーンの単価、予算、キーワード、クリエイティブといった点をより広範囲に管理できます。また、スマートフォンに特化した広告枠を利用することもできます。

スマートフォン向けに最適化した広告キャンペーンを構築する方法について詳しくは

<http://goo.gl/vxCkl>※ ※URLの末尾は小文字の「L」になります。

をご覧ください。





スマートフォン サイトのベストプラクティス 10 か条

優れたスマートフォン サイトではスマートフォンの機能が考慮されていますが、ただ単に画面サイズを合わせれば済むものではありません。そこで、スマートフォン サイトの利便性を高める方法をベストプラクティス 10 か条としてまとめましたのでご覧ください。



スピードを重視

多くのスマートフォン ユーザーは時間に追われており、1 日のちょっとした時間を活用してオンライン上のタスクをこなします。こうした多忙なユーザーを念頭に置きながら、サイトの読み込み時間を短縮し、テキストを読みやすくしましょう。

- ▶ スマートフォン ユーザーがまず必要とするコンテンツや機能を優先しましょう。それには、デスクトップサイトのアクセスデータを調べ、スマートフォン ユーザーがサイトで何をしているかを調べましょう。
- ▶ テキストは長文を避け、箇条書きを使って読みやすく構成しましょう。
- ▶ 画像は圧縮してサイズを抑え、サイトの読み込みを速くすることをおすすめします。



シンプルな操作

操作がわかりにくいサイトを喜ぶユーザーはいません。操作をわかりやすくし、ユーザーが探している情報を簡単に見つけられるようにしましょう。大規模なサイトや複雑なサイトでは検索機能が役立ちます。

- ▶ スクロール操作を最小限に抑え、縦方向に限定しましょう。
- ▶ メニューの階層構造を明確にし、ロールオーバーの使用は避けましょう。
- ▶ [戻る] ボタンや [ホーム] ボタンをわかりやすく設置して、階層間の移動を容易にしましょう。
- ▶ 操作のためのリンクは 1 ページあたり 7 個以内に抑えましょう。
- ▶ 複雑な構成のサイトの場合、目立つ場所に検索ボックスを配置しましょう。



親指での操作を意識

スマートフォンの操作上、特に親指が多く使われます。手の大きいユーザーでも簡単に操作できるようにサイトを設計しましょう。

- ▶ ボタンは大きめのサイズにして、中央に配置します。ボタン同士の間には十分なスペースを確保し、クリックミスを防止しましょう。
- ▶ 小さいボタンはパディング設定などで余白を調整し、クリック可能な面積を大きく確保しましょう。
- ▶ チェックボックスは、テキストの部分もクリックできるようにして操作しやすくしましょう。



読みやすさを考えたデザイン

スマートフォン向けに構築されたサイトは、ユーザーの目を疲れさせることなくメッセージを伝えることができますので、読みやすさを意識しましょう。スマートフォンの使用環境が、照明の暗い場所にある可能性も考慮して、サイトをデザインします。

- ▶ 背景とテキストとのコントラストを適度に持ちましょう。
- ▶ コンテンツは画面にきちんと収まるようにレイアウトし、ピンチズームをしなくても読めるようにしましょう。
- ▶ コンテンツを詰め込みすぎず、何も表示しないスペースも十分に残しましょう。
- ▶ リンクやボタンの重要度がわかるようサイズと色を工夫しましょう。
- ▶ ボタンには立体エフェクトやシャドウイングを使用しましょう。



アクセシビリティの確保

スマートフォン サイトは、すべての端末で動作し、画面の縦横の向きを問わないのが理想的です。

- Flash は一部の端末では動作しません。替わりの技術を活用しましょう。
- インタラクティブな機能やアニメーションは HTML5 を使って実現することが可能です。
- 画面が縦長でも横長でも対応できるようなサイトを作成しましょう。
- ユーザーが画面の向きを変えても表示箇所がずれないようにしましょう。



ユーザー登録／購買プロセスの簡略化

どのような種類のサイトであっても、スクリーン上のキーボードで、望む操作を容易に行えるようにする必要があります。商品の購入や問い合わせが簡単にできるようにしましょう。

- 表示する情報は、コンバージョンの達成につながるもの（商品の詳細情報など）に絞りましょう。
- 手続きの完了に必要なステップは最小限にしましょう。
- 申し込みなどの入力フォームは短くし、入力欄はできる限り少なくしましょう。
- チェックボックス、リスト、スクロールメニューなどを用意してデータ入力を容易にしましょう。
- 電話番号には必ず Click-To-Call 機能を設定しましょう。



地域性を重視

スマートフォン ユーザーが求める情報は、最寄りのガソリンスタンドや営業中のレストランといった地域情報です。ユーザーに見つけてもらい、来店してもらうために役立つ機能を用意しましょう。

- トップページに住所や店舗検索機能を掲載しましょう。
- 地図やルート案内を含めましょう。可能な場合は GPS を活用し、ユーザーの所在地に合わせてパーソナライズした情報を提供しましょう。
- 付近の店舗においての在庫をユーザーが確認できるようにしましょう。



シームレスな利便性を実現

今やユーザーは 1 日の間にさまざまな場所から何通りもの方法でインターネットに接続します。デスクトップサイトの機能は可能な限りスマートフォン サイトでも提供し、デスクトップとスマートフォン上でシームレスで利便性の高いサイト体験を実現させましょう。

- よく検索される内容や、ショッピングカートの中身を保存できるようにしましょう。
- サイトの主要な機能を、デスクトップやスマートフォンなど、可能な限りすべての端末で提供するようにしましょう。
- 商品やサービスについては、どのサイトでも同じ情報を提供しましょう。



スマートフォン サイトへのリダイレクト機能

スマートフォン サイトへのリダイレクト機能とは、スマートフォンを使用しているユーザーを自動的に判別し、スマートフォン対応サイトに誘導する機能のことです。サイトにリダイレクトコードを実装し、スマートフォンからアクセスするユーザーにはスマートフォンに適したサイトを表示するようにしましょう。

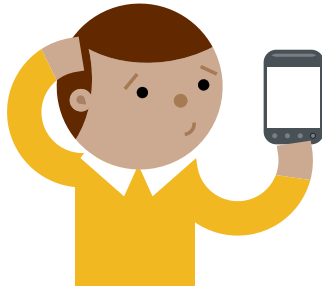
- デスクトップ サイトに戻るオプションを用意すると同時に、スマートフォン サイトにも簡単に戻れるように工夫しましょう。
- 次回アクセス時に表示するサイトをユーザーが選べるようにしましょう。
- リダイレクト先のページには住所や店舗検索機能などの主要な情報を表示しましょう。



ユーザーの声を汲み取り、分析し、最適化を継続的に実施

優れたスマートフォン サイトはユーザーのニーズを的確に反映したデザインになります。対象ユーザーの声に基づいて設計されているのです。デスクトップ サイトのユーザーに「スマートフォン サイトに求めるものは何か」を尋ね、テストと最適化のプロセスを継続的に実施しましょう。

- アクセスデータを活用し、サイトがどのように使われているかを調べましょう。
- 可能であれば（特に複雑なサイトの場合）サイトの公開前にテストを行い、公開後にユーザーからのフィードバックを収集しましょう。
- このプロセスを繰り返し行い、調査に基づいて継続的にサイトを改善していきましょう。



よくある質問

Q: スマートフォンで表示できるサイトはスマートフォン向けのサイトと言えますか？

A: 必ずしもそうとは言えません。ほとんどのサイトがスマートフォン上で表示されますが、スマートフォンを念頭において設計されていない限り、ユーザーにとって利用しやすいサイトではありません。真のスマートフォン対応サイトとは、スマートフォン ユーザーのニーズと、スマートフォンの機能に合わせて設計されたサイトです。

Q: スマートフォン サイトを構築する金銭的余裕がありません。対応時期を延ばしてもいいでしょうか？

A: 対応時期は延ばせますが、その間に膨大なビジネスチャンスを逃す恐れがあります。まもなく、インターネットにパソコンからアクセスするユーザーよりもスマートフォンからアクセスするユーザーのほうが多くなります^{※1}。2015 年までに、モバイルコマースの市場規模は世界全体で 1,190 億ドルに達する見込みです^{※2}。

※ 1. Gartner、"Gartner's Top Predictions for IT Organizations and Users, 2010 and Beyond: A New Balance"、2010 年

※ 2. Google のデータに基づく Forrester Research、"What Users Want from Mobile"、2011 年 7 月

Q: スマートフォン アプリを開発しました。それで十分ではないですか？

A: スマートフォン アプリはモバイル戦略の重要な一部とはなり得ますが、実際のところ、スマートフォン対応サイトの代わりになるものではありません。アプリはプラットフォーム固有であり、アップデートに多大な労力が必要となります。それに対してスマートフォン対応サイトは、ブラウザを備えたすべてのスマートフォンで機能します。コンテンツの更新もすばやく簡単に行うことができます。

Q: 自分の顧客はスマートフォンからアクセスしないと思います。端末を利用するのはほとんどが若者ではないでしょうか？

A: そのようなことはありません。2012 年には 4,000 万人の日本人がスマートフォン利用者になり、2013 年末には全人口の約半数がスマートフォン ユーザーになると予測されています^{※3}。

※ 3. IDC Japan 2012

Q: 顧客がスマートフォンを使用しているかどうかはどのようにしてわかるのですか？

A: Google アナリティクス等のアクセス解析の結果から、ユーザーがサイトにどのようにしてアクセスしているかについて多くのことがわかります。各ツールに応じた方法で、全体のトラフィックに占める割合を確認してください。また、これらのユーザーが何を探しているのか、またどこからブラウジングしているのかにも注目します。そのような情報を活用して、スマートフォン対応サイトを構築する際に適切な情報や機能の優先順位を高くすることができます。

Q: スマートフォン サイトがビジネスの成長に役立つかどうかはどのようにしてわかるのですか？

A: データの上では納得できても、スマートフォン サイトで実際にビジネスが拡大するかどうかは気になるところです。幸いにも、スマートフォン向けサイトの構築は一発勝負ではありません。基本的なスマートフォン サイトとさまざまなコンテンツを実験的に組み合わせて、パフォーマンスを評価できます。この結果から、本格的なスマートフォンサイトを構築する際に活用できる情報を得られます。

Q: スマートフォン サイトからどれだけの収益が得られるのですか？

A: 投資収益率はサイトごとに異なります。ユーザーがコンテンツにアクセスできる手段を 1 つ増やすことにより、ユーザーにどのような追加のメリットを提供することになるのかに着目すべきです。スマートフォンの利用が増えるにつれて、ユーザー基盤と収益も増えていきます。

その他のツールとリソース

スマートフォンの最新トレンドや、スマートフォン サイトの重要性が増しつつある現状の説明に役立つ Google ツールとリソースをご紹介します。

サイト運営者様向け

サイト運営者様向けソリューション

サイト運営者様がサイトのコンテンツを最大限に活用できるようお手伝いする Google の多彩なサイト運営者様向けソリューションを紹介しています。

www.google.co.jp/ads/publisher

サービスおよび機能

サービスや機能について学べるラーニング センターと Google パートナー プログラムのご案内です。

www.google.co.jp/ads/resources/#tab0=0

Google アナリティクス

Google アナリティクスは、デスクトップ サイトとスマートフォン サイトの継続的なテストと最適化の戦略の一部として役立てることができます。

www.google.co.jp/analytics

Google AdSense

お手持ちのオンライン資産から収益を生み出す広告ソリューションにお申し込みいただけます。

www.google.co.jp/adsense

+1 ボタン

+1 ボタンを組み込めば、ユーザーにサイトを推薦してもらうことができます。

Google + に関する情報:

www.google.com/intl/ja/+1/button

ウェブサイト に +1 ボタンを設置するには、以下でコードを取得してください。

<http://goo.gl/XSfzC>

動画コンテンツ

動画コンテンツから収益を生み出すことができます。

<http://www.google.co.jp/ads/video>

DoubleClick

Google の洗練された広告配信プラットフォームを利用した総合的な収益管理について紹介しています。

<http://www.google.co.jp/doubleclick/publishers>

分析関連

ウェブマスター向け公式ブログ

Google のインデックスへの登録とそのためのクロールに関する最新ニュースを紹介しています。特に、スマートフォン サイトの最適化のためのヒントをご覧になり、トラフィックの促進にお役立てください。

<http://goo.gl/Widn4>

Page Speed (英語版)

Page Speed Online では、ウェブページのコンテンツを解析し、そのページを高速化するための推奨事項を表示します。このサイトをスマートフォン最適化診断レポートと組み合わせて利用し、スマートフォン向け最適化に関するヒントをご活用ください。

<https://developers.google.com/pagespeed>

Our Mobile Planet

スマートフォンの利用とスマートフォン動向に関する分析情報を提供するツールです。このツールを使用して、スマートフォン ユーザーに対する理解を深め、モバイル戦略でのデータに基づく決定をサポートするカスタムグラフを作成します。

www.ourmobileplanet.com

Think Insights (英語版)

Think Insights は、消費トレンド、市場分析、業界調査をまとめて提供するサイトです。最新情報をチェックして、会話に参加しましょう。

<http://goo.gl/HnW1A>

モバイル向け

Google モバイル広告

広告主とサイト運営者様向けに、Google のスマートフォン ソリューションについて紹介しています。

www.google.co.jp/ads/mobile

Google モバイル広告ブログ (英語版)

Google モバイル広告ブログでは、スマートフォン サイトの最新トレンドやアドバイスを紹介しています。特にスマートフォン対応サイトの構築と最適化を中心に上げた Google の「Getting 'mobile-ready'」シリーズがおすすめです。

www.googlemobileads.blogspot.jp



そのサイト、
いますぐ
スマホに最適化。

powered by Google

GoMo

検索