

# AMS導入事例

「日本であまり知名度がなく、リソースも限られていましたが、AMSの活用により、多くのお客様にリーチできたことで、知名度を急速に高めることができました。」



ティーピーリンクジャパン株式会社

プロダクトマネージャー 張 超凡様

オンラインセールス 齊藤 悠馬様



## 会社概要

TP-Linkは最高のコストパフォーマンスを誇るネットワーク製品を世界に向けて提供すべく、製品の開発、製造、販売を担っており、世界42か国に現地法人や支社を展開しています。1996年の設立以来、TP-Linkは革新的な製品を世に送り出し続け、現在では全世界でSOHOや中小企業向けのネットワーク製品のマーケットリーダーになるまで成長しました。

## 課題・背景

2016年2月に日本でビジネスを始めたばかりで、競合ブランド・商品も多い市場で知名度があまりなく、社内のリソースも限られていたため、アマゾンマーケティングサービス（AMS）の活用を開始した。

## 効果・解決策

少額の投資から始めたが、効果を確認しながら徐々に3種類のAMS広告を活用し、日本での知名度を急速に高め、約1年半で想定以上のビジネスの拡大に繋がったことを実感。

## 広告イメージ

### スポンサープロダクト広告



スポンサープロダクト①  
TP-Link WiFi 無線LAN ルーター Archer C3150 11ac  
2167+1000Mbps 【利用推奨環境：最大48台 / 4LDK / 3階建】  
【Nintendo Switch 動作確認済み】  
TP-LINK  
¥ 17,906 prime  
明日中にお届け  
★★★★☆ 105

### 商品ディスプレイ広告



tp-link  
【Web限定】11ac対応  
Wi-Fi ルーター  
Archer C50  
TP-Link WiFi 無線LAN ルーター Archer  
C50 11ac 867 + 300Mbps 【利用推奨...  
★★★★☆ 130  
¥ 3,680 prime



【Web限定】11ac対応 Wi-Fi  
ルーター Archer C50  
TP-Link WiFi 無線LAN ルータ...  
¥ 3,680 prime

「レポートから効果の高いキーワードを確認することができたため、商品詳細ページの改善にもつながり、Amazon.co.jpでの広告以外からのトラフィックも増えました。」



#### AMSの管理・運営はどのようにされていますか？また管理のポイントを教えてください。

キャンペーンをそれぞれ2つずつ作成しました。片方は入札額を高く、もう片方は低く設定しメンテナンスしながら調整していきました。昨夏の「スポンサープロダクト広告」の売上高広告費比率は20%、また「ヘッドライン検索広告」は10%前後でした。最初は低予算から開始しましたが、現在は予算を上げて**売上高広告費比率を10%から20%の間で調整しています**。まだまだ調整が必要ですが、露出数には留意しています。

AMSの運営費はAmazon.co.jpに対する予算のうち半分程度を割り当てています。最初は少額の予算からスタートし、売上の増加にともない10倍近くまで予算も増やしていきました。もちろん、その分売上也拡大しました。

#### AMSの効果をどこで感じましたか？

「商品ディスプレイ広告」はより正確なターゲティング、関連する商品にリーチできたことで費用対効果の改善に繋がりました。「ヘッドライン検索広告」はカテゴリ別に設定ができ、3つの主流商品をバナーに表示できたことで効果を感じられました。

#### 何に留意してAMSを運用していますか？

複数のAMS広告の運用を行った結果、弊社の商品は、「スポンサープロダクト広告」で多くの商品をまとめて運用するより、1商品1キャンペーンで細かく運営する方が効果があることがわかりました。

**毎日30分、キーワード検索をして、「広告が表示されるか」をチェックしながら、2週間に一度はキーワードなどのメンテナンスを続けています。**

#### AMSのメリットはどんなところでしょうか？

AMSはセルフサービスなので、「スポンサープロダクト広告」、「ヘッドライン検索広告」、「商品ディスプレイ広告」の全てを試しながら自分のペースで運用できることです。レポートから効果の高いキーワードを確認することができ、商品詳細ページの改善にもつながり、Amazon.co.jpでの広告以外からのトラフィックも増えました。

弊社は2016年2月に日本でビジネスを始め、Amazon.co.jpで販売開始しました。日本での知名度があまりなく、リソースも限られていましたが、AMSの活用により、多くのお客様にリーチできたことで、知名度を急速に高めることができました。

#### 今後の目標についてお聞かせください。

弊社はAmazon.co.jpで確実に売り上げを伸ばしています。2016年2月の日本でのスタートから現在まで想定以上に速いスピードで大きなビジネスに成長しています。当初は3人でビジネスを展開していましたが、約1年半でスタッフの数は23人まで増えています。さらに売上を伸ばしていけるよう、AMSを活用していきたいです。

※ 各サービスの詳細な情報、細則等は、右記URLでご確認下さい。 [ams.amazon.co.jp](https://ams.amazon.co.jp)

本資料記載の内容（サービス内容等）は、2017年12月8日現在のものであり、変更となる場合がありますのでご了承ください。

© Copyright 2017 Amazon.com, Inc. and its affiliates. All rights reserved. 無断転載・複製を禁止します。Amazon、アマゾン、Amazon.co.jp、AMS (Amazon マーケティングサービス)、その他Amazonのサービスに関する標章およびロゴは、Amazon.com, Inc.またはその関連会社の商標です。