

メリット	デメリット	矛盾点	対策
購買意欲の高いユーザーに配信できる・狙った広告文を配信できる	認知の拡大には不向き	購買意欲の高いユーザーに配信できるが、新規ユーザーの獲得に繋がらない	提携サイトにランダムに表示されるバナー広告でカバーする
低予算でも配信できる	人気のキーワードはクリック単価が上がりやすい・予算が少ないと広告効果がでにくい	低予算でも始められるが、予算が少ないと広告効果は少ない。その為単価の高いワードにする必要がある。	効果を出すためにはある程度の広告費が必要
いつでも始められる	出稿や運用の手間がかかる	いつでも始められるのが利点だが、始めるための設定が煩雑で手間がかかる	運用をプロに委託
リアルタイムで配信状況を確認できる・費用対効果を数値で確認できる	機能が多いため、運用者の実力で効果に差が出る	リアルタイムに配信・確認するには運用が複雑	運用をプロに委託