

【実践型】

# Facebook広告を 効果的運用の超集客勉強会

フェイスブック広告をうまく運用して見込み顧客を集めていきませんか？

## 勉強会アジェンダ

本日の講座内容  
本質はこんなことを教えます！

無駄を省いて、効率よく見込み顧客を集客する

“方法”

を理解し、

自分たちのビジネスモデルにあった

適切なプロモーションをする方法

をお伝えします。

## ●セミナーアジェンダ

- Facebook広告の概要と仕組み
- Facebook広告の広告種類
- Facebook広告のキャンペーン目的
- Facebookページのページランクの効果的な上げ方
- 広告配信における重要なペルソナ設計
- 画像クリエイティブのテスト手順
- タイトル、テキストの作成方法とテスト手順
- ビジネスマネージャーを使用したアカウント作成
- パワーエディタを使用して広告入稿の手順
- 広告分析、広告マネージャーの見かたや分析
- ソーシャルメディアを活用したインターネット集客の成功方程式
- Facebook広告の種類と審査に落ちない具体的な方法
- Facebook広告の実践データを共有
- Facebook広告の結果の出るノウハウ

その他、

- 人々の行動パターンが変わったため、一昔前の集客手法はすでに通用しない
- 自分たちが媒体の定型枠に合わせるのではなく、自分たちに合った告知方法を身につける
- 3C分析とワーク、地域性と競合、自社の強みを理解する
- オンライン、オフラインの集客方法の種類と理解
- 集客の受け皿となる爆発的に反応が取れるサイトの構築方法
- “見えなかった顧客”を“見える顧客”にするリピート促進方法
- 様々な集客方法（リスティング広告、Facebook、ツイッター、動画配信、LINE@、ブログ等）

# 本日の講座内容は こんな方々が対象です

- 実業をやられていてインターネット広告を使って見込み顧客を集客したい方
- 本や無料セミナーなどで独学でトライしてるけど、基礎が不安な人
- ネット集客に取り組んでみたいけど何をしたらよいのかわからない
- FacebookやYouTubeの活用方法を知りたい
- 売上につながるホームページを作りたい
- 集客できるブログの使い方を知りたい
- インターネットを使ってビジネスをブランディングしたい人

本日の講座内容は特に  
このような業種・業態がおすすめです

- BtoCビジネスをやられている会社の経営者
- 通販で自社商品を売っている会社の経営者
- 起業したばかりの方や、これから起業する方
- 店舗系ビジネスのオーナー
- 士業、コンサルタント、講師、インストラクターなど

## 【第1部】 WEBマーケティング知識&理解編

- なぜあなたが行っている集客手法はすでに通用しないのか？
- なぜポータルサイトやフリーペーパーなどでの反響が落ちているのか？
- チラシや折り込み、雑誌広告でも反響は上げられる理由
- オンライン、オフラインの集客方法の種類と理解

## 【第2部】 Facebookにおける基本概念、実践ワーク

- Facebook広告の種類、プロモーションプランニング
- Facebook広告キャンペーン目的、考案の仕方
- Facebookページの作成

## 【第3部】 Facebook広告運用に関する設定、テクニック

- Facebook広告の配信セグメント
- FB広告におけるクリエイティブ
- ビジネスマネージャを使用してFacebook広告アカウントを作成
- パワーエディタを使用して広告の入稿
- 広告の分析、広告マネージャの見方



## 会社概要

**会社名** 株式会社ウィニングフィールド

WINNINGFIELD.LTD.

**所在地** 〒107-0062

東京都港区南青山2丁目2番15号 ウィン青山9F

**連絡先** TEL.03-6869-3864 FAX.03-6893-3931

**E-mail** info@winningfield.net

**URL** <http://winningfield.net/>

**役員** 代表取締役

**設立** 2014年3月

**取引銀行** みずほ銀行 新宿中央支店

**事業内容** 1. 各種コンサルティング業

2. PPC（クリック課金型）、

SEO（検索エンジン最適化）サービスの提供

3. ウェブサイトのプロモーション、企画、制作、運営及び管理

4. 各種商品の販売代行業

5. ダンススタジオの運営及びプロデュース業

6. 各種イベントの企画、制作、運営及び管理

7. 前各号に附帯関連する一切の事業



## お取引先業種・業界

- 動画制作会社
- 飲食店（から揚げ屋）
- ダンススタジオ
- スポーツジム
- OA機器販売
- 脱毛クリニック
- 人材派遣会社
- 不動産仲介
- ドッグラン牧場経営
- 独立支援制度NPO法人
- カフェ経営
- シューズメーカー
- マラソンコンサルタント
- 英語教材販売
- リフォーム会社
- 営業代行会社
- マジック等教材販売
- ブライダルサービス企画会社
- 電話占い会社
- 化粧品販売サポート会社
- 医学療法支援団体

など多数！！





セミナー開催実績 : 2015年8月～ WEB広告に関するセミナー（リスティング、SNS広告）



株式会社ウィニングフィールド  
代表取締役 勝原 潤



1977年（昭和52年）生まれ  
富山県出身・東京在住  
趣味：バンド、登山、ドライブ等



# 全事業部統括営業部長

2004年

・複合機・通信商材の営業代行の会社～



SoftBank  
ソフトバンクテレコム

法人のお客様へ おとくライン



特長  
その1

おトクな基本料金、通話料でコスト削減を実現!

固定電話を「おとくライン」に変更で **基本料金削減** ↓

株式会社ウィニングフィールド  
代表取締役 勝原 潤



1977年（昭和52年）生まれ  
富山県出身・東京在住  
趣味：バンド、登山、ドライブ等



## 2006年

- 雑誌の編集・広告営業・  
商品プロモーションの  
プランニング、キャスティング業務、  
イベントの企画・制作・運営の会社～

株式会社ウィニングフィールド  
代表取締役 勝原 潤

1977年（昭和52年）生まれ  
富山県出身・東京在住  
趣味：バンド、登山、ドライブ等



株式会社ウィニングフィールド  
代表取締役 勝原 潤

1977年（昭和52年）生まれ  
富山県出身・東京在住  
趣味：バンド、登山、ドライブ等



# 編集長代行～営業統括部長～副社長



株式会社ウィニングフィールド  
代表取締役 勝原 潤



1977年（昭和52年）生まれ  
富山県出身・東京在住  
趣味：バンド、登山、ドライブ等



2013年

- WEBマーケティング会社の  
リスティング広告運用部入社



株式会社ウィニングフィールド  
代表取締役 勝原 潤



1977年（昭和52年）生まれ  
富山県出身・東京在住  
趣味：バンド、登山、ドライブ等

## 2014年

- ・ 広告提案やプロモーション案件に関わることで集客や売上に貢献してきた実績を元に起業。

現在は中小企業や店舗系の企業を中心にWEBマーケティングを使ったコンサルティングとリスティング運用代行の集客、サイト制作や動画・SNSプロモーションを中心に異業種のビジネスを展開中。

## 【第1部】

## WEBマーケティング知識&amp;理解編



- なぜあなたが行っている集客手法はすでに通用しないのか？
- なぜポータルサイトやフリーペーパーなどでの反響が落ちているのか？
  - チラシや折り込み、雑誌広告でも反響は上げられる理由
  - オンライン、オフラインの集客方法の種類と理解



# 現在のマスメディア&消費・購買行動



## 4マス媒体（テレビ、ラジオ、新聞、雑誌）



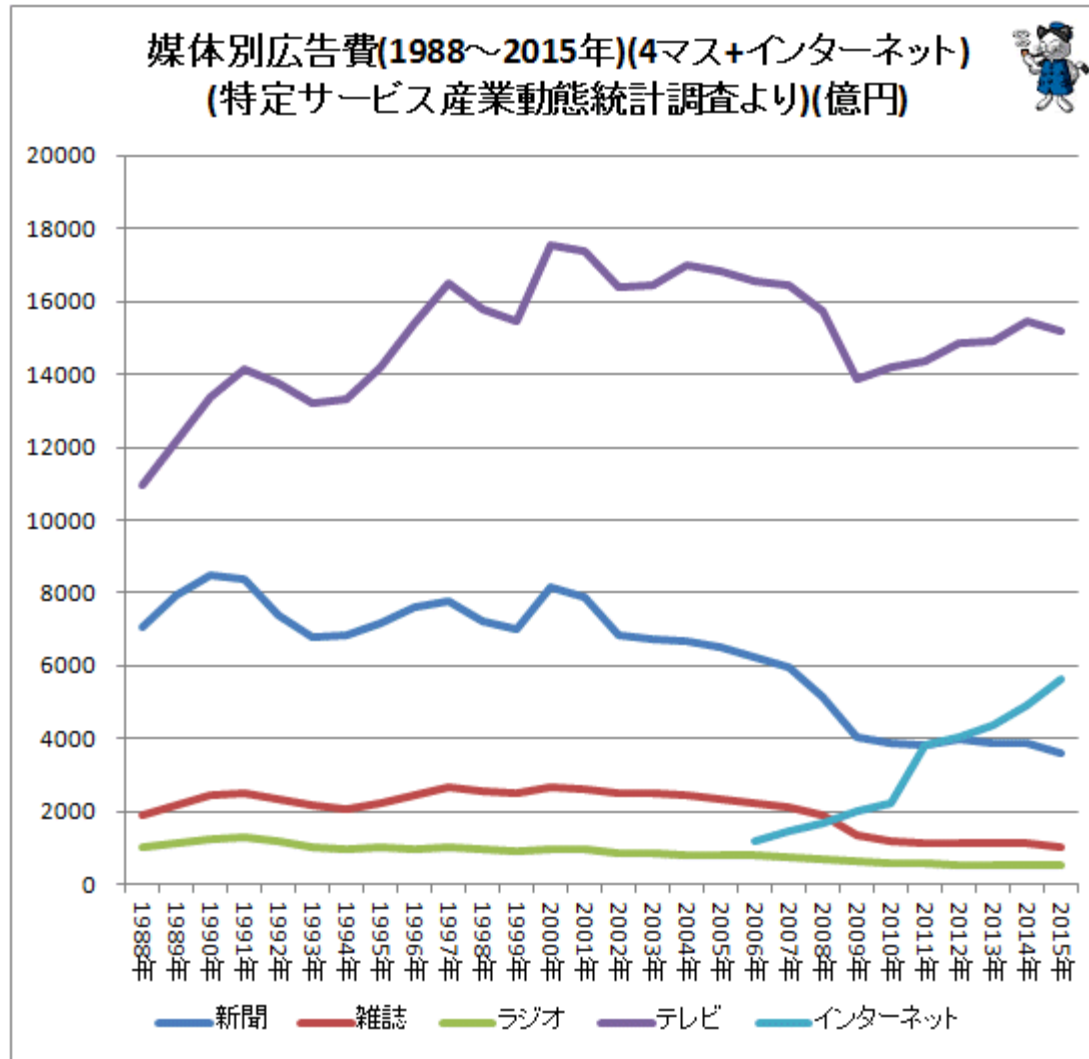
# 現在のマスメディア&消費・購買行動



購買や購入、行動に移すまでの  
工程数が多く決済率が  
年々下がっているのが現状。



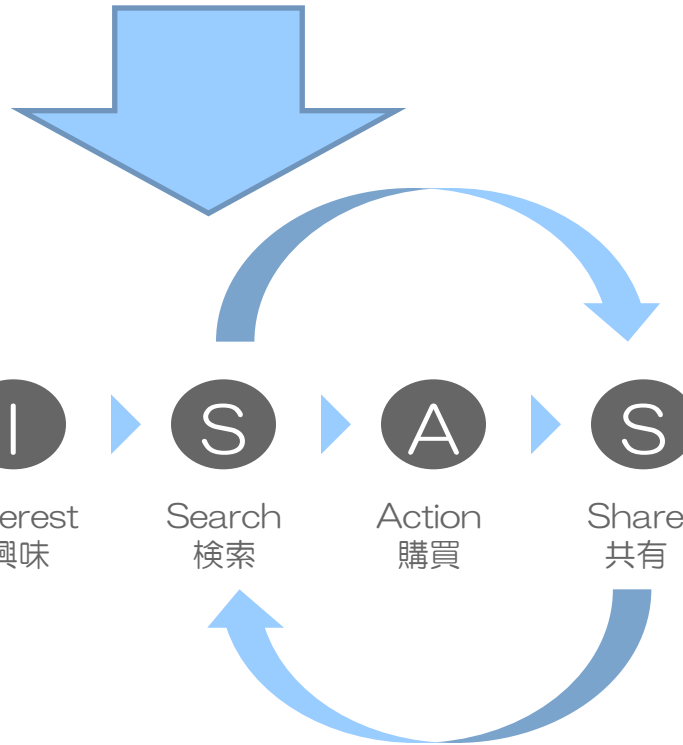
# 現在のマスメディア市場規模



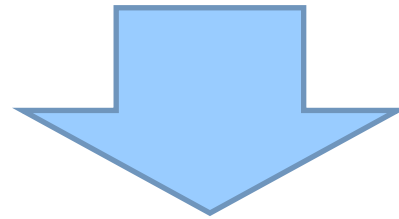
↑ 媒体別広告費(1988-2015年)(4マス+インターネット)(特定サービス産業動態統計調査より)(億円)



## AIDMA理論



## AISAS理論



現代社会において  
消費者の起こす欲求から行動までは  
HPや評判を参考に問い合わせに至っている

# チラシや折り込み、雑誌広告でも反響は上げられる理由



人口密集地域となる都心部と郊外では  
集客手法によっては  
反響があがる業種、職種が違う



ポータルサイト任せや  
依存していた企業や店舗は  
自社サイトに  
力を入れていないところが多い...

ポータルサイトや専門特化型サイトの  
媒体力の低下により、反響が落ち始め、  
費用対効果を生みづらくなった

# なぜ、媒体力が落ちてきているのか？



多種・多様な媒体が乱立し、  
ユーザーがより自分たちの探している情報に近いものを選ば立場となり、かつ探しやすい環境になったことで  
一点集中していた媒体からユーザーが分散していった



# ではこれからどうすべきか？



自分たちの個性や強みを消してまで  
媒体側の定型枠に合わせるのではなく、  
**“自分たちに合った告知方法”**  
を身につける

# 自分たちに合った告知方法を 身に着けるとどうなるか？



業者や外注に頼らず完全に自立した状態で仕事を行うことができ、  
プロモーションが得意となり、他のビジネスに挑戦する事が出来る。  
同業者・他業種の人をプロモーションスキルで助ける事が出来る  
難しそうに見えるので、**出来る人が少ない分、**  
**市場価値・生涯価値の高いスキルを習得**

## WEBプロモーションを行うことで 結果どうなったのか？

### 【業種・業態】

東京郊外のキッズダンススタジオ

### 【商圈内の競合】

4~5店舗のスタジオ、スポーツジム、フィットネス、ヨガスタジオ等

### 【見直した点】

獲得していく顧客分析と明確化、訴求ポイント、価格変更、リピート率  
毎年のキャンペーン企画見直し

### 【修正した点】

HPのヘッダー、キャッチフレーズ、SNS拡散体制

### 【広告媒体】

リスティング、SNS広告（FB広告、TW広告）、動画広告



## 【結果】

新規入会者数 前年対比：155%

売上前年対比：151%

## WEBプロモーションを行うことで 結果どうなったのか？

### 【業種・業態】

大阪から進出してきた東京・渋谷に店舗を構える脱毛クリニック

### 【商圈内の競合】

脱毛専門サービスを行っている店舗 16店舗  
その他、平行にて案内をしている店舗 6店舗

### 【見直した点】

獲得していく顧客分析と明確化、訴求ポイント、価格変更、リピート率  
4半期ベースののキャンペーン企画見直し

### 【修正した点】

HPのヘッダー、電話問い合わせ、お客様の声、動画制作等

### 【広告媒体】

リスティングリマーケティング、SNS広告（FB広告、TW広告、IG広告）



## 【結果】

新規顧客獲得数 前月より1.6倍

売上前月対比：1.9倍

## 集客には大きくわけて2種類



WEB等の  
オンライン集客



リアル店舗の  
オフライン集客

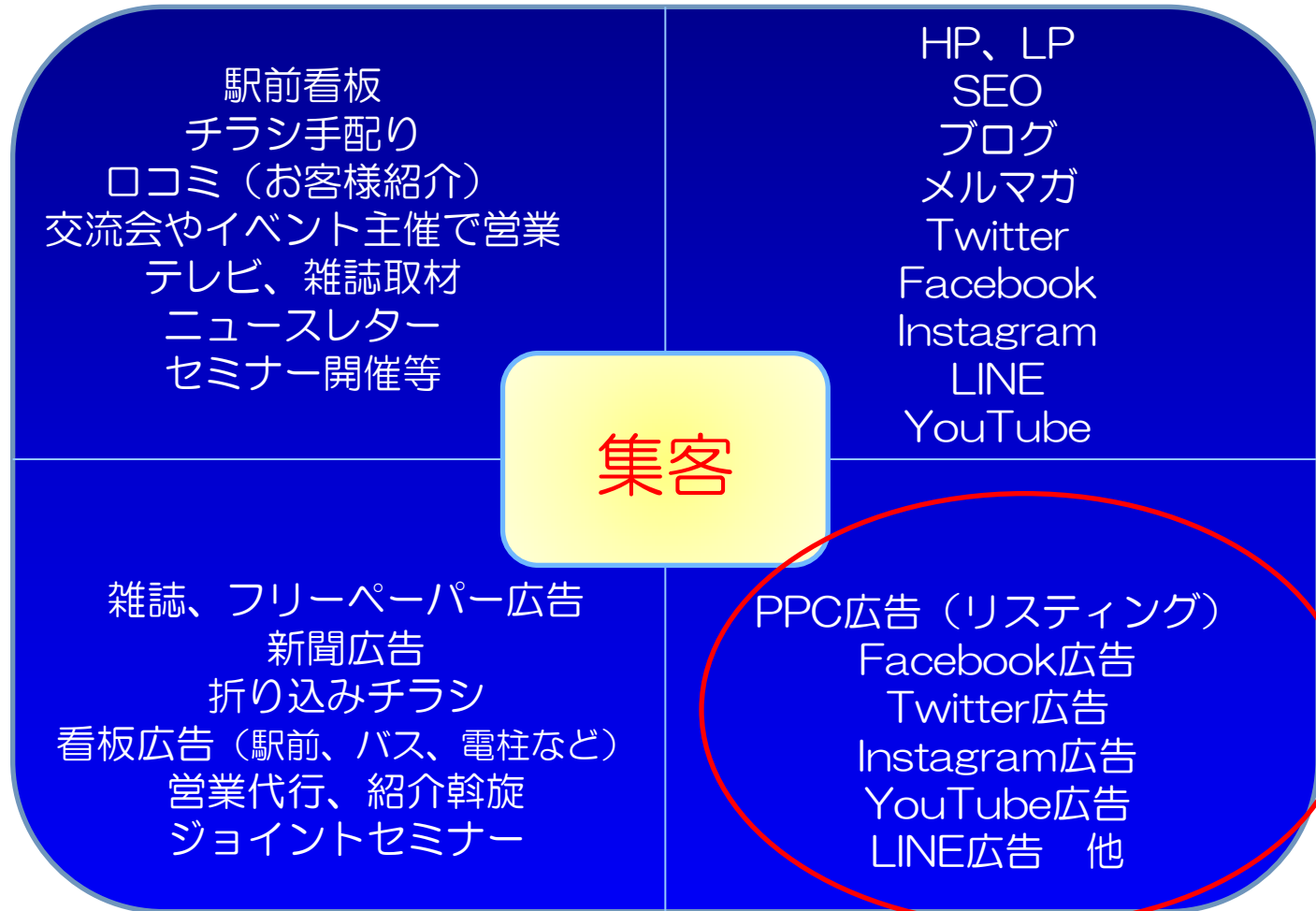
どちらか単体で行わず、連動し合って  
戦略をもって集客できるようにしていく

時間・労力

無料

オフライン

オンライン



集客

有料

即効性

## こんな経験ありませんか？



①店舗の前を歩いて「へえ、こんなのできたんだ」

## こんな経験ありませんか？



②近くを寄った際に

「あ、以前から気になっていたところだ。入ってみよう」



## こんな経験ありませんか？



- ③ 「ふ～ん、なかなかいいのが揃っているね、  
今度来た時に買い物していこう」

# 呼び込み = 集客



# 来店



# ご案内（クロージング）



# 集客（アクセス）



# 来店（サイト訪問）



# 購入・申込み（コンバージョン）





●オンライン戦略

- ブログ
- Facebook
- Youtube
- Twitter
- SEO対策
- PPC広告

●オフライン戦略

- ポスティング
- 新聞へのチラシ封入
- 該当で配るティッシュ
- 紙媒体への出稿
- 看板広告
- 地域のイベント開催
- 発表会

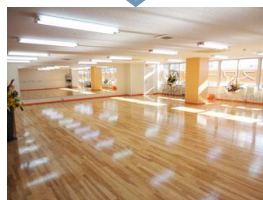
アクセスを流す



サイトリターゲティング機能 ※で  
90日間サイト来訪者をバナーなどで追う

サイトから離脱

バナーや広告文を  
クリック



▲店舗



検討

オンラインツールの  
LINE@  
オフラインツールの  
DM等

上記を仕組化させほぼ全自動で流れるよう構築



# Mautic (モーティック)

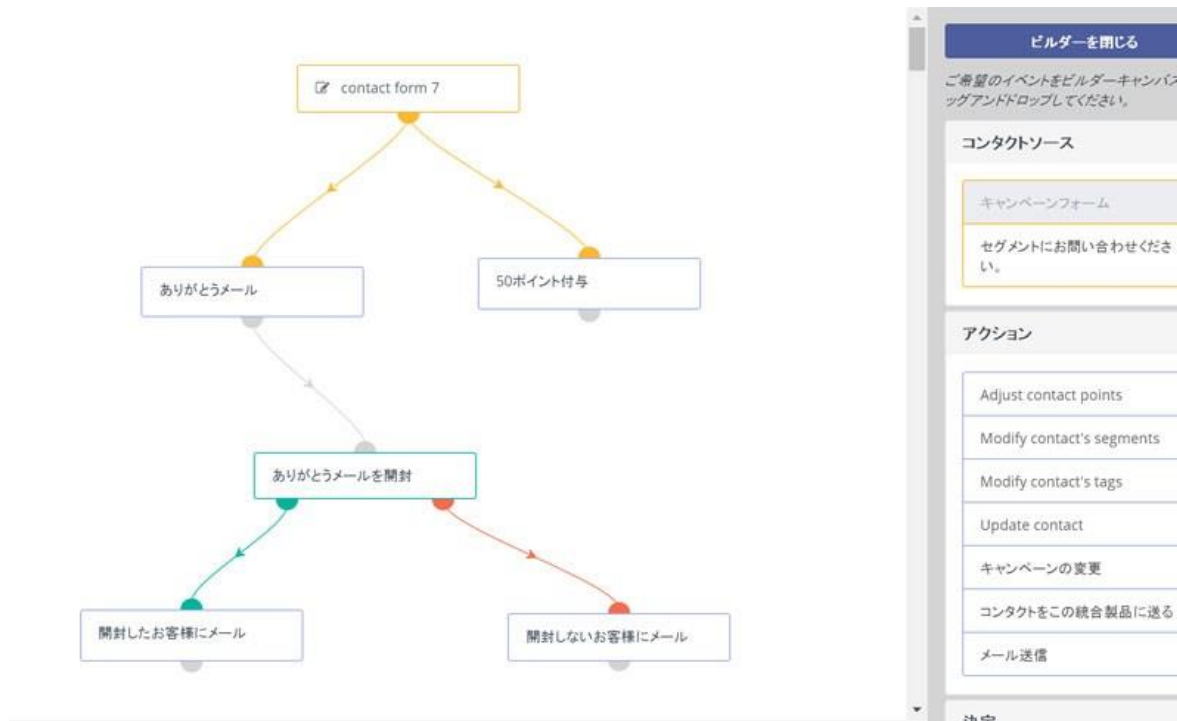
マーケティングオートメーションツール



**無料で使用可能！**

見込み客を可視化して分析や管理する事が可能  
見込み客の状況（ポイント）に応じて、自動でメールを送る事が出来、  
送ったメールの開封状況も管理画面から見る事が可能  
ワードプレスなどと連携可能  
ステップメールのシナリオの自動分岐が可能！

## キャンペーン機能で自動化



Mauticのキャンペーン機能を使えば、こちらが描いたストーリー通りに自動でユーザーにステップメールを送るなどの処理をしてくれます。例えば

- ユーザーの行動：お問合せフォームを登録
- Mautic:ポイントを50ポイント付与
- Mautic:自動返信メール（ありがとうメール）を送る
- ユーザーの行動：メールを開封
- Mautic:ポイントを30ポイント付与
- Mautic:1日置いて、〇〇メールを送信 など

## ポイント付与（重み付け）



サイトに訪れたユーザーに対してポイントを付与する事が出来、重みを付けることで、ユーザーの重要度を可視化可能。例えば

- お問合せフォームを入力したユーザーは50ポイント付与
- Aページを閲覧してくれたユーザーは30ポイント付与
- 販促メールを見てくれたユーザーは20ポイント付与 など

アクセスを水に例えて、  
HPを受け皿に例えると



いくら水を注いでも網目の荒いザルに  
水を注いでいるようなもので  
いくら経っても溜まらない

## お客を呼ぶためにまずやるべきポイント 【現状のHPを見直す】

WEB経由で問い合わせや申し込みが少ない場合は、、、

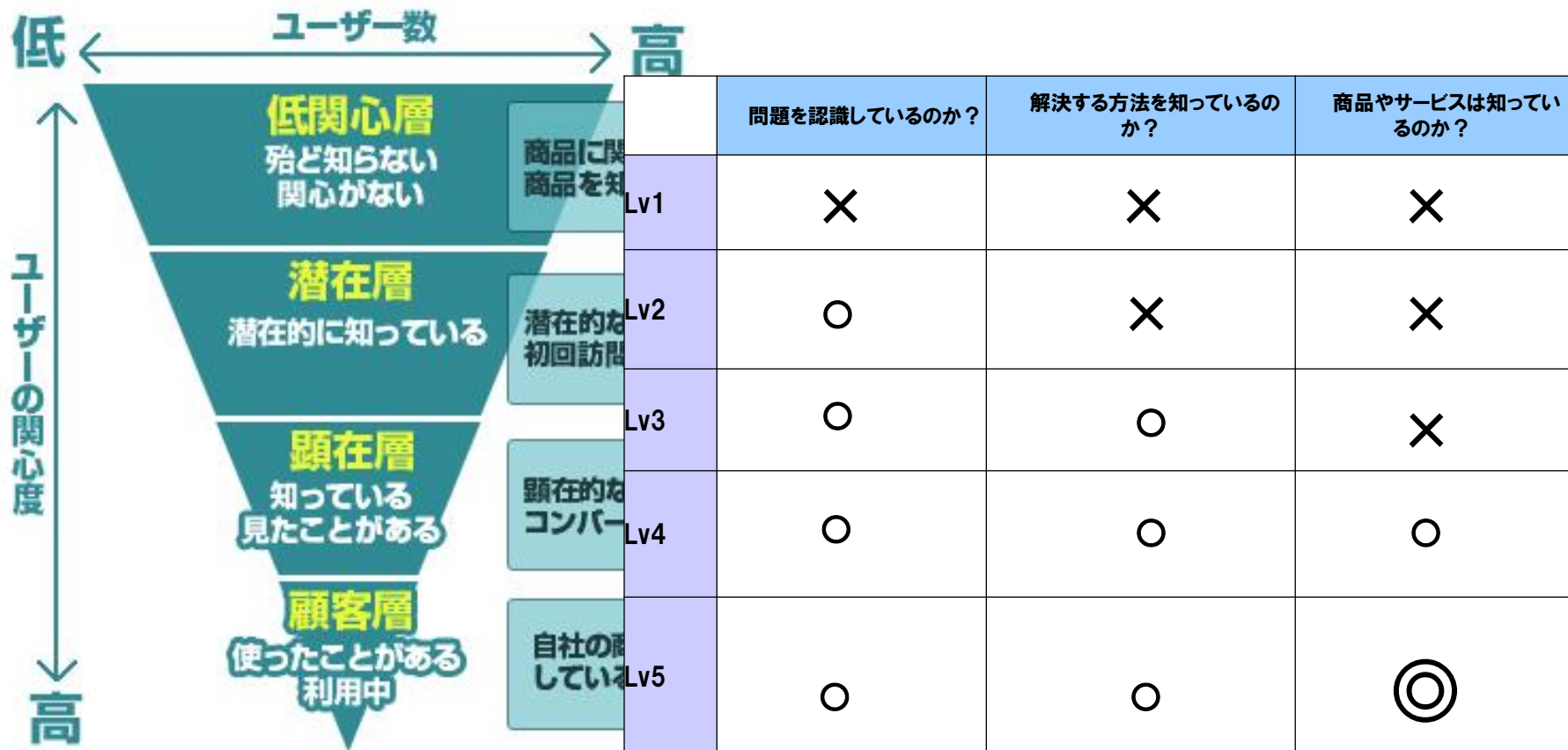


- 強み（差別化）を打ち出したHPを作る
- アクセスを増やす
- HPを修正する

お客様（見込み顧客）が貴社・貴店にて物を買う、もしくは来る理由が比較対象ができるものを用意しておく  
【オファー】は行動を起こさせるためのものオファーがなかったらHPを作る意味がないそれくらい大切！

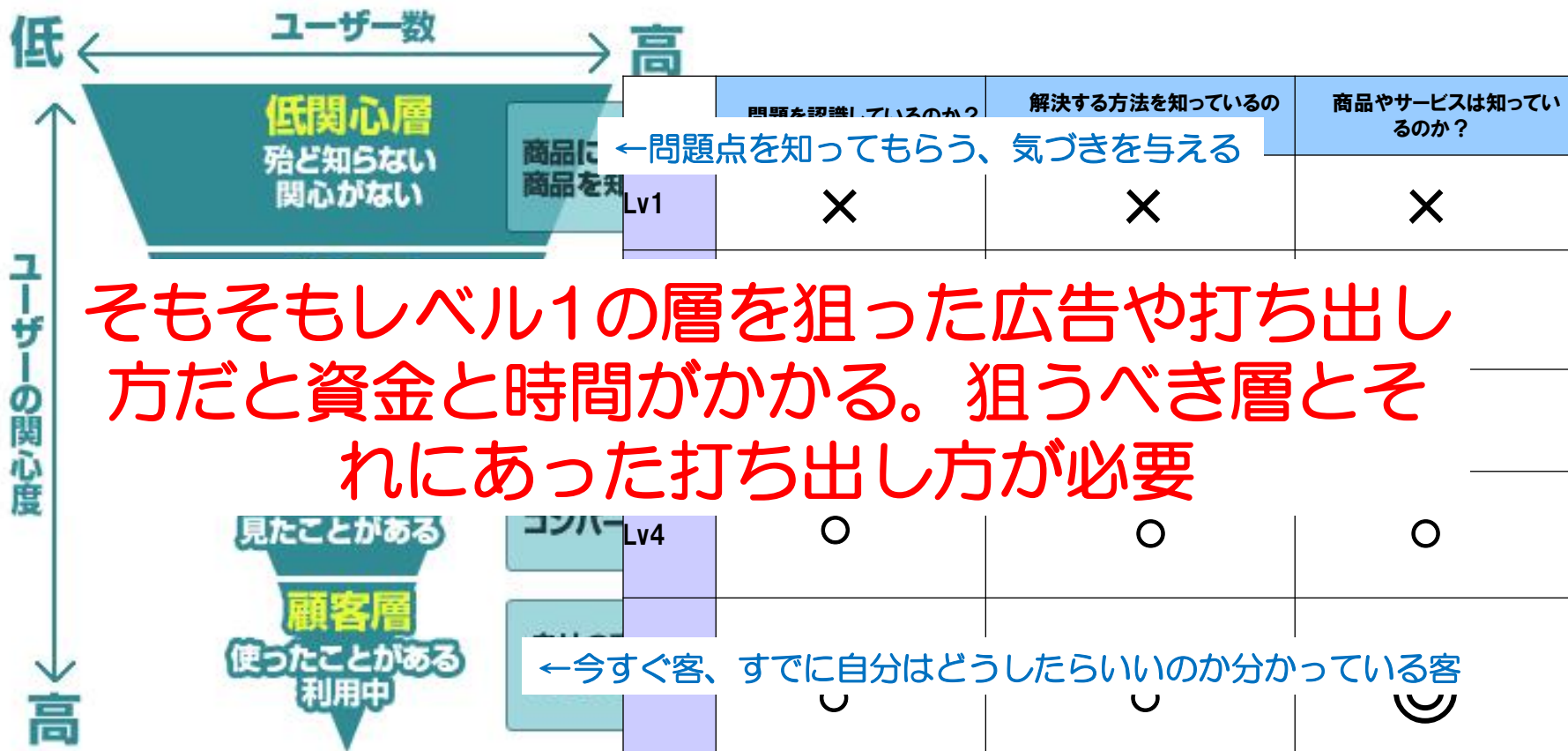
## 消費者分類と、広告出稿目的

なんのためにWEB広告を行うのか？ といった状態の誰を  
ターゲティングしていくのか？



## 消費者分類と、広告出稿目的

なんのためにWEB広告を行うのか？ といった状態の誰を  
ターゲティングしていくのか？



そもそもレベル1の層を狙った広告や打ち出し  
方だと資金と時間がかかる。狙うべき層とそ  
れにあった打ち出し方が必要

## 消費者分類と、広告出稿目的

なんのためにWEB広告を行うのか？ といった状態の誰を  
ターゲティングしていくのか？



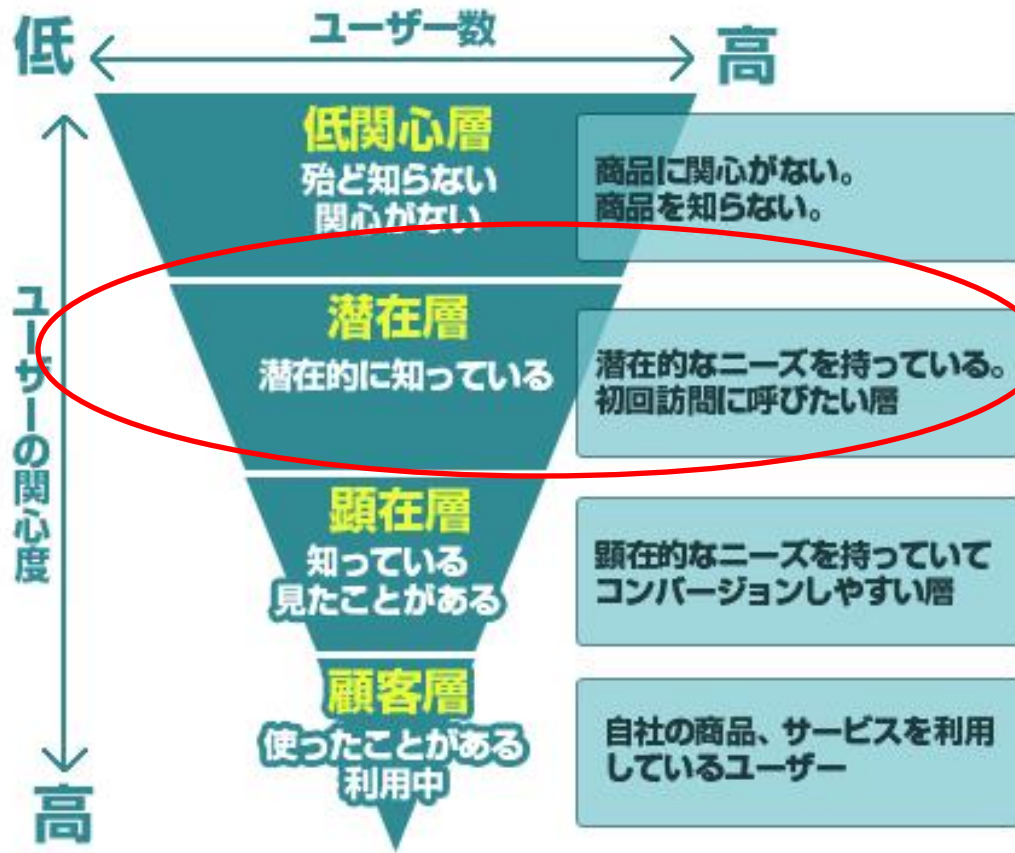
純広告（バナー広告）や  
インプレッション課金型広告、  
動画広告など

コンテンツ連動型広告  
→ディスプレイアドネットワーク（YDN、GDN）  
アフィリエイト広告、フェイスブック広告、  
ツイッター広告などのSNS広告

検索連動型広告  
→リスティング広告（SS、AW）、  
リマーケティング広告

リマーケティング広告  
メール広告（メールマガジン）、  
LINE@など





純広告（バナー広告）や  
インプレッション課金型広告、  
動画広告など

コンテンツ連動型広告  
→ディスプレイアドネットワーク（YDN、GDN）  
アフィリエイト広告、**フェイスブック広告、  
ツイッター広告などのSNS広告**

検索連動型広告  
→リスティング広告（SS、AW）、  
リマーケティング広告

リマーケティング広告  
メール広告（メールマガジン）、  
LINE@など



# Facebook広告の概要



Facebookは全世界で15億4,000万人を超えるアクティブユーザー<sup>1</sup>を有する、世界最大のソーシャルネットワーキングサイトです。

## ● グローバル

- 月間アクティブユーザー(全体): 15.4億人
- 月間モバイルアクティブユーザー: 13.8億人
- 65%のユーザーが毎日利用

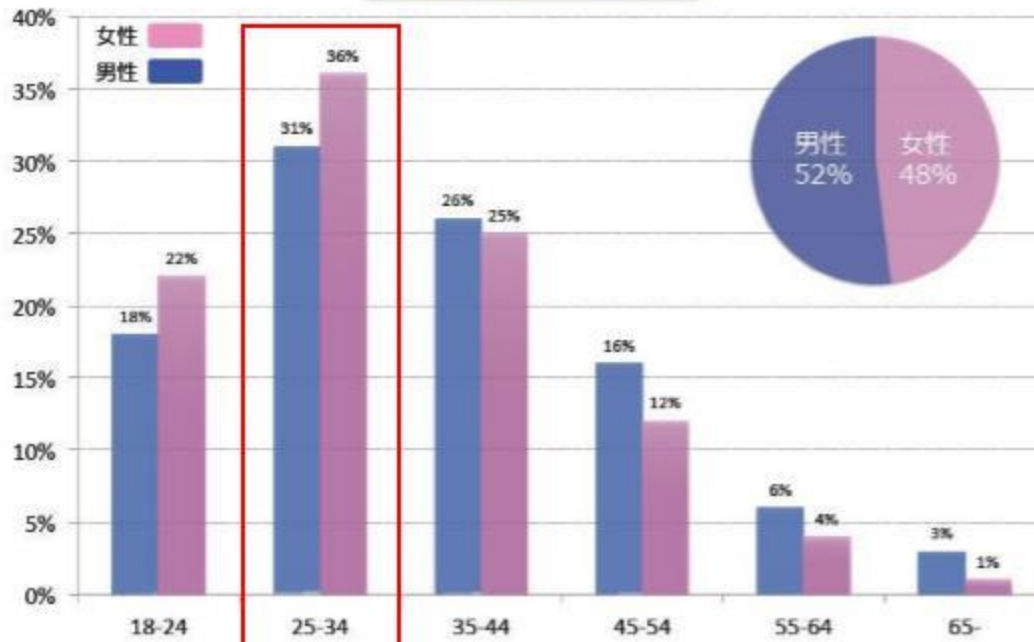
## ● 日本

- 月間アクティブユーザー(全体): 2,500万人(前期比+100万人)
- 月間モバイルアクティブユーザー: 2,300万人
- 70%のユーザーが毎日利用



Facebook Inc. 2015 Q3 データ参照

性別x年齢



	13-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
リーチ数	77万人	450万人	790万人	600万人	350万人	130万人	54万人

日本全体人口から考えると約5人に1人が利用している。

デバイス



※スマホ最適化必須

Facebook Inc. 2015 Q3 データ参照

## 幅広！日本でのユーザー数

月間アクティブユーザー（全体）  
**2,500万人**

月間モバイルアクティブユーザー  
**2,300万人**

デイリーアクセス率  
**70%が毎日利用**

月間滞在率  
**約200分**

※Facebook社提供資料参照

## 幅広い！ターゲティングの正確性

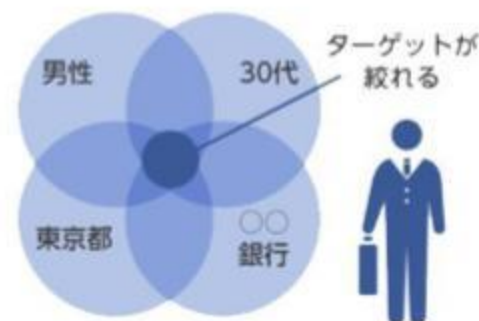
他メディアの27%のターゲティング精度と比較して、Facebookは**91%の精度**で設定したターゲットオーディエンスに正しく広告配信ができていますという調査結果が発表されています。



※Facebook社提供資料参照

## 幅広！の豊富なセグメント

地域（市区町村単位・半径指定可能）  
年齢（1歳単位）・性別・恋愛対象  
恋愛ステータス・学歴・専攻  
学校・大学の在籍期間・民族  
世代・子供の有無とその年齢  
ライフイベント（1週間以内に誕生日が来る人・新婚1年など）・役職・業界  
勤務先・言語・興味・関心・行動…



※2015年5月現在

Facebookのインターフェースを再現した画像。左側には「開発者」メニューがあり、「アプリを管理」「インサイト」「ミュージシャンに...」「バンドを組むなら...」などが表示されている。また、「趣味・関心」には「ページと著名人」があり、「イベント」には「Metal bless JAPA...」「イベントを作成」があり、「支払い」には「支払い履歴」がある。

中央には「Ryo Yoshizukaさん、佐藤俊晴さん、他6人がYahoo! JAPANについて「いいね！」と言っています。」という投稿があり、その下に「Yahoo! JAPAN」の広告が掲載されている。この広告は「Tポイントの加盟店になってリピーターの獲得を！他店との差別化で安定した集客を！会員5,300万人、加盟店約35万店舗の共通ポイントをあなたのお店のポイントカードにしませんか」という内容で、女性が白いお椀を手にしている写真と「集客力アップ！」という吹き出しが特徴的である。広告の下部には「Tポイント加盟店募集中」という大きな文字と「詳しい資料をお送りします。無料資料請求はこちらから」というテキストがある。

右側には「おすすめのグループ」があり、「ベイシティローラーズ ぶん 倶楽部」が表示されている。また、「すべて見る」の下には「Googleアドワーズの担当者も見てる情報源」という別の広告が掲載されている。この広告は「WEB集客に立ち止まったら...」という内容で、Googleアドワーズに関する情報を提供している。

Facebookの下部には「いいね! 40」「コメントする」「シェアする」のボタンがあり、右下には「日本語・プライバシー・規約・Cookie・広告・AdChoices」などのリンクと「Facebook © 2016」の著作権表示がある。

SoftBank 4G 10:35

Takahiro Iwakamiさん、すずきしょうたさんが株式会社フィードフォース/ff\_socialte...



株式会社フィードフォース/  
ff\_socialteam

広告 · 地球

高い効果で人気！くるくる動く「Criteo広告」  
特徴から配信に必要なものまで解説した資料を公開中。



今さら聞けない「Criteo広告」  
を徹底解説！

ダウンロード

👍 30

シェア3件 再生4,405回

👍 いいね!    💬 コメントする    ➦ シェア



SoftBank 4G 10:36

Instagram



netflixjp

広告



詳しくはこちら



▶ 再生66,843回



PC (デスクトップ)



ダイレクトレスポンスに有効な広告配信手法として

- 左側のタイムライン上 (ニュースフィード)
- 右側の欄

タイムライン上 (ニュースフィード) へ広告が配信・露出できてログインしているユーザーが普段目にする位置に 広告を表示させて訴求する事が可能。クリック率も比較的高く、認知させるための効果は最適。



## スマホ（モバイル）



フェイスブックのスマホサイトでは  
**タイムライン上（ニュースフィード）**のみに表示されます。

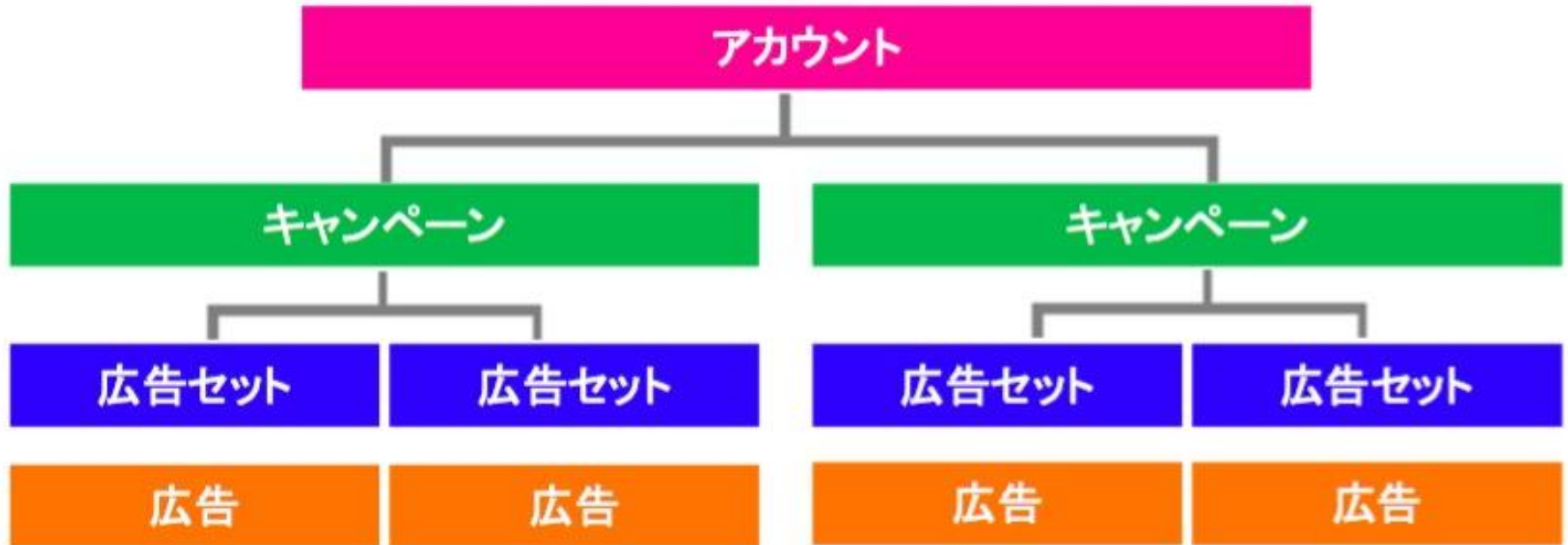
1クリック辺りの単価が非常に安く、  
 上手に運用を行う事で1クリックあたり  
 数円～十数円で運用が可能です。  
 理由として競合が少なく、個人レベルのターゲ  
 ティングが正確

通称、

**パーソナルマッチ広告**

と呼ぶことができる

# Facebook広告のアカウント概要



Facebook広告にリスティング広告で使っているような、  
広告グループや、キーワードという概念はない。

アカウント: winningfield (1159... ▼)

キャンペーン: 目的を選択してください

ヘルプ: 広告の目的 | 既存のキャンペーンを使用

☑ キャンペーン

└ 広告の目的

マーケティングの目的は？

☰ 広告セット

└ ターゲット  
└ 配置  
└ 予算と掲載期間

☰ 新しい広告

└ メディア  
└ テキスト

認知度	検討機会	コンバージョン
 投稿を宣伝	 ウェブサイトへのアクセスを増やす	 ウェブサイトでのコンバージョンを増やす
 ページを宣伝	 アプリのインストール数を増やす	 アプリのエンゲージメントを増やす
 ブランドの認知度をアップ	 イベントの参加者を増やす	 クーポンの取得を増やす
	 動画の再生数を増やす	 製品カタログを宣伝
	 ビジネスのリードを獲得	

キャンペーン目的/広告一覧							
キャンペーン性質	使用頻度	キャンペーンの目的	概要	画像	動画	カルーセル広告	キャンバス広告
コンバージョンと売上アップ	◎	ウェブサイトでのコンバージョンを増やす	LP等を利用した商品販売や問い合わせの獲得	○	○	○	○
	○	クーポンの取得を増やす	Facebookページで作成したクーポンを宣伝する	○	×	×	×
	×	アプリとのエンゲージメントを増やす	アプリの利用者ではなく利用者を促す広告	○	○	○	×
新規カスタマーの開拓	◎	ウェブサイトへのアクセスを増やす	LP等にアクセスを増やす	○	○	○	
	◎	動画の再生数を増やす	Facebook上の動画の再生数を増やす	×	○	×	×
	○	ビジネスのリードを獲得	Facebookでリストの獲得を増やす	○	○	×	×
	△	イベントの参加者を増やす	セミナーやイベントの参加者を増やす	○	○	×	×
	△	アプリのインストール数を増やす	アプリのインストール数を増やす	○	○	○	×
ブランドやビジネスの認知度アップ	◎	投稿を宣伝	Facebookページの投稿を宣伝する	○	○	△	×
	◎	Facebookページを宣伝	Facebookページの投稿を宣伝する「いいね！」数を増やす	○	○	×	×
	×	近隣エリアへのリーチ	店舗周辺ユーザーの認知度と来店数を増やす	○	○	○	×
	×	ブランドの認知度アップ	商品の認知度を高める	○	○	○	×

# コンバージョンを増やすキャンペーンでの成功事例 ①

## 【ターゲティング】

東京、神奈川、千葉、埼玉の男女30歳以上、マラソンに興味

## 【LPの訴求】

中級者の目標である、『サブ4』（4時間を切る事）を目指す

## 【コンバージョン】

メルマガ読者獲得

## 【広告出稿期間】

2016年8月8日～8月29日

アカウント: 真田雅之 > キャンペーン: 160808\_ランニングフォーム\_クリック  
広告セット: 160808\_ランニングフォーム\_クリック

検索 ▼ フィルタ ▼ 2016年8月8日 ~ 2016年8月14日 ▼

広告の名前	配信	リーチ	コスト	消化金額	リンクの...	CPC(リ...	ウェブサイ...	ウェブアク...
Default name - ウェブサイトクリック 160808_ランニングフォーム_クリック > 160808_...	● 未配信 広告セッ...	3204	¥20 リンククリッ...	¥2987 合計消化金額	152	¥20 アクション...	20	¥149 アクション当...
Default name - ウェブサイトクリック 160808_ランニングフォーム_クリック > 160808_...	● 未配信 広告セッ...	491	¥21 リンククリッ...	¥509	24	¥21	8	¥64
▶ 広告2件の結果		3545 人数	¥20 リンククリッ...	¥3496 合計消化金額	176 合計	¥20 アクション...	28 合計	¥125 アクション当...

アカウント: 真田雅之 > キャンペーン: 160808\_ランニングフォーム\_クリック  
広告セット: 160808\_ランニングフォーム\_クリック

検索 ▼ フィルタ ▼ 2016年8月22日 ~ 2016年8月28日 ▼

広告の名前	配信	リーチ	コスト	消化金額	リンクの...	CPC(リ...	ウェブサイ...	ウェブアク...
Default name - ウェブサイトクリック 160808_ランニングフォーム_クリック > 160808_...	● 未配信 広告セッ...	2373	¥17 リンククリッ...	¥2017	122	¥17	10	¥202
Default name - ウェブサイトクリック 160808_ランニングフォーム_クリック > 160808_...	● 未配信 広告セッ...	1226	¥18 リンククリッ...	¥1379	76	¥18	2	¥690
▶ 広告2件の結果		3112 人数	¥17 リンククリッ...	¥3396 合計消化金額	198 合計	¥17 アクション...	12 合計	¥283 アクション当...

# コンバージョンを増やすキャンペーンでの成功事例 ①

アカウント: 真田雅之 > キャンペーン: 20160818\_ブログリタゲ

広告セット: 20160818\_ブログリタゲ - コピー - コピー

検索 ▼ フィルタ ▼ 2016年8月22日 ~ 2016年8月28日 ▼

この広告セットの広告 ▼ + 広告を作成

列: 勝原さんに提出 ▼ 内訳 ▼ エクスポート ▼

広告の名前	配信	リーチ	コスト	消化金額	リンクの...	CPC(リ...	ウェブサイ...	ウェブアク...
Default name - ウェブサイトクリック - コピー - ... 20160818_ブログリタゲ > 20160818_ブログリタ...	● 未配信 広告セッ...	1172	¥44 リンククリッ...	¥3028	69	¥44	14	¥216
Default name - ウェブサイトクリック - コピー ... 20160818_ブログリタゲ > 20160818_ブログリタ...	● 未配信 広告セッ...	308	¥54 リンククリッ...	¥485	9	¥54	2	¥243
▶ 広告2件の結果		1185 : 人数	¥45 リンククリッ...	¥3513 合計消化金額	78 合計	¥45 /アクション...	16 合計	¥220 /アクション当...

アカウント: 真田雅之 > キャンペーン: 20160826\_ブログリタゲ\_類似

広告セット: 20160826\_ブログリタゲ\_類似

検索 ▼ フィルタ ▼ 2016年8月22日 ~ 2016年8月28日 ▼

この広告セットの広告 ▼ + 広告を作成

列: 勝原さんに提出 ▼ 内訳 ▼ エクスポート ▼

広告の名前	配信	リーチ	コスト	消化金額	リンクの...	CPC(リ...	ウェブサイ...	ウェブアク...
Default name - ウェブサイトクリック 20160826_ブログリタゲ_類似 > 20160826_プロ...	● 未配信 広告セッ...	1040	¥28 リンククリッ...	¥1075	38	¥28	6	¥179
Default name - ウェブサイトクリック 20160826_ブログリタゲ_類似 > 20160826_プロ...	● 未配信 広告セッ...	120	¥53 リンククリッ...	¥53	1	¥53	—	—
Default name - ウェブサイトクリック 20160826_ブログリタゲ_類似 > 20160826_プロ...	● 未配信 広告セッ...	66	— リンククリッ...	¥0	—	—	—	—
▶ 広告3件の結果		1177 : 人数	¥29 リンククリッ...	¥1128 合計消化金額	39 合計	¥29 /アクション...	6 合計	¥188 /アクション当...

アカウント: 真田雅之 > キャンペーン: 20160822\_登録済みアドレス類似

広告セット: 20160822\_登録済みアドレス類似

検索 ▼ フィルタ ▼ 2016年8月22日 ~ 2016年8月28日 ▼

この広告セットの広告 ▼ + 広告を作成

列: 勝原さんに提出 ▼ 内訳 ▼ エクスポート ▼

広告の名前	配信	リーチ	コスト	消化金額	リンクの...	CPC(リ...	ウェブサイ...	ウェブアク...
Default name - ウェブサイトクリック 20160822_登録済みアドレス類似 > 20160822_登...	● 未配信 広告セッ...	2030	¥21 リンククリッ...	¥1999	94	¥21	20	¥100
Default name - ウェブサイトクリック 20160822_登録済みアドレス類似 > 20160822_登...	● 未配信 広告セッ...	2001	¥16 リンククリッ...	¥1004	64	¥16	12	¥84
▶ 広告2件の結果		3341 : 人数	¥19 リンククリッ...	¥3003 合計消化金額	158 合計	¥19 /アクション...	32 合計	¥94 /アクション当...

# コンバージョンを増やすキャンペーンでの成功事例 ①

アカウント: 真田雅之 > キャンペーン: 20160818\_プログラタゲ  
 広告セット: 20160818\_プログラタゲ - コピー - コピー

検索 ▼ フィルタ ▼ 2016年8月22日 ~ 2016年8月28日 ▼

この広告セットの広告 ▼ + 広告を作成

列: 勝原さんに提出 ▼ 内訳 ▼ エクスポート ▼

広告の名前	配信	リーチ	コスト	消化金額	リンクの...	CPC(リ...	ウェブサイ...	ウェブアク...
Default name - ウェブサイトクリック - コピー - ...	● 未配信	1172	¥44	¥3028	69	¥44	14	¥216

8/8~8/15

リスト	リーチ	クリック数	クリック率	CPC	CV	CV率	リスト単価
160808_ランニングフォーム_クリック	3100	216	6.97%	18	0	0	

8/15~8/21

リスト	リーチ	クリック数	クリック率	CPC	CV	CV率	広告費	リスト単価
160808_ランニングフォーム_クリック	3109	198	6.37%	17	6	3.03%	3396	566
20160818_プログラタゲ	647	67	10.36%	37	4	5.97%	3067	767

8/22~8/29

リスト	リーチ	クリック数	クリック率	CPC	CV	CV率	広告費	リスト単価
160808_ランニングフォーム_クリック	3545	174	4.91%	20	14	8.05%	3496	250
20160818_プログラタゲ	1185	78	6.58%	45	6	7.69%	3513	586
20160822_登録済みアドレス類似	3341	158	4.73%	19	16	10.13%	3003	188
20160826_プログラタゲ_類似	1426	47	3.30%	27	3	6.38%	1276	425

広告の名前	配信	リーチ	コスト	消化金額	リンクの...	CPC(リ...	ウェブサイ...	ウェブアク...
Default name - ウェブサイトクリック 20160822_登録済みアドレス類似 > 20160822_登...	● 未配信 広告セッ...	2030	¥21 リンククリッ...	¥1999	94	¥21	20	¥100
Default name - ウェブサイトクリック 20160822_登録済みアドレス類似 > 20160822_登...	● 未配信 広告セッ...	2001	¥16 リンククリッ...	¥1004	64	¥16	12	¥84
▶ 広告2件の結果		3341 :人数	¥19 リンククリッ...	¥3003 合計消化金額	158 合計	¥19 /アクション...	32 合計	¥94 /アクション当...





# コンバージョンを増やすキャンペーンでの成功事例 ②

## 【ターゲティング】

治療家と呼ばれる理学療法士、柔道整復師、鍼灸師、トレーナー

## 【LPの訴求】

運動で膝を治すというところをUSPIにしている

## 【コンバージョン】

メルマガ読者獲得

## 【広告出稿期間】

2016年8月8日～8月29日

アカウント: 笹川 大瑛

▼ キャンペーン6件

検索 ▼

フィルタ ▼

2016年8月22日 ~ 2016年8月28日 ▼

のキャンペーン ▼

列: カスタム ▼

内訳 ▼

エクスポート ▼

	キャンペーン名	配信 <sup>?</sup>	リーチ <sup>?</sup>	コスト <sup>?</sup>	消化金額 <sup>?</sup>	リンクの... <sup>?</sup>	ウェブサイ... <sup>?</sup>	CPC(リ... <sup>?</sup>	ウェブア... <sup>?</sup>
<input checked="" type="checkbox"/>	治療家リスト_CV増	● アクティブ	5320	¥178 コンバージョ...	¥6417	232	36	¥28	¥178
<input checked="" type="checkbox"/>	剣道リストCV増	● アクティブ	9804	¥90 コンバージョ...	¥6404	486	71	¥13	¥90
<input checked="" type="checkbox"/>	剣道リスト取り_ブログ訪問者+類似	● アクティブ	1266	¥19 リンククリッ...	¥1570	81	—	¥19	—
<input type="checkbox"/>	剣道【リスト取得】	● オフ	877	¥11 リンククリッ...	¥442	40	—	¥11	—
<input type="checkbox"/>	治療家リスト取り	🚫 ● オフ	—	—	¥0	—	—	—	—
<input type="checkbox"/>	治療家リスト取り - 類似	● オフ	955	¥21 リンククリッ...	¥895	43	—	¥21	—

# コンバージョンを増やすキャンペーンでの成功事例 ②

8/8~8/14									
治療家リスト取り	インプレッション数	クリック数	クリック率 (CTR)	CPC	広告費	CV数	コンバージョン率 (CV)	リスト単価	
理学療法士・柔整師・鍼灸師_役職・専攻治療家リスト取り	6153	280	4.55	27円	7556円	15	5.857%	503.7円	
8/15~8/21									
治療家リスト取り	インプレッション数	クリック数	クリック率 (CTR)	CPC	広告費	CV数	コンバージョン率 (CV)	リスト単価	
理学療法士・柔整師・鍼灸師_役職・専攻治療家リスト取りの類似AD	9069	549	6.05	16円	5992円	45	6.41%	252.1円	
理学療法士・柔整師・鍼灸師_役職・専攻治療家リスト取り	4336	153	3.53	35円	5356円				
8/15~8/21									
剣道リスト取り	インプレッション数	クリック数	クリック率 (CTR)	CPC	広告費	CV数	コンバージョン率 (CV)	リスト単価	
剣道類似オーディエンス	12756	534	5.86	5円	3484円	85	14.7%	51.5円	
剣道ブログ訪問者+その類似	1659	42	3.68	15円	898円				
8/22~8/28									
治療家リスト取り	インプレッション数	クリック数	クリック率 (CTR)	CPC	広告費	CV数	コンバージョン率 (CV)	リスト単価	
治療家リスト取りの類似AD_CVを増やす	6760	384	5.68	17円	6416円	34	8.85%	188.7円	
理学療法士・柔整師・鍼灸師_役職・専攻治療家リスト取り_類似	956	63	6.59	14円	895円	15	23.8%	59.6円	
8/22~8/28									
剣道リスト取り	インプレッション数	クリック数	クリック率 (CTR)	CPC	広告費	CV数	コンバージョン率 (CV)	リスト単価	
剣道類似オーディエンス_CVを増やす	12662	812	6.41	8円	6403円	66	8.12%	97.0円	
剣道ブログ訪問者+その類似	2255	137	6.07	14円	2012円	67	48.9%	30.0円	

# コンバージョンを増やすキャンペーンでの成功事例 ②

【ターゲティング】  
治療家と呼ばれる理学療法士、柔道整復師、鍼灸師、トレーナ

【LPの訴求】  
運動で膝を治すというところをUSPにしている

【コンバージョン】  
メルマガ読者獲得

【広告出稿期間】  
2016年8月8日～8月29日

【結果】  
リスト獲得数：194名  
広告費：30,597円  
CPA：157円/人

コンバージョン率 (CV)	リスト単価
5.857%	503.7円
6.41%	252.1円
14.7%	51.5円
8.85%	188.7円
23.8%	59.6円

独自の施術方法を教える  
1万円の有料セミナー開催 8名が参加

【施術の応用編】を1泊2日20万円の合宿+継続的サポートで  
オフアし、8名中7名が参加

売上140万円/1回開催

# Facebookの課金について

## 目標の最適化 (CPC or CPM)

⇒ キャンペーンの目的を、達成するのに最適な配信方法

※いいね、コメント、シェアなども1クリックとカウント

## ウェブサイトクリックへの誘導 (CPC or CPM)

⇒ 低価格で広告からウェブサイトへのクリック数を増やすため、適切なターゲット層に広告が配信

※広告のCTRが高い程CPCが安くなる

## インプレッション (CPM)

⇒ ターゲット層に含まれる人にできるだけ多く広告の配信

## デイリーユニークリーチ (CPM)

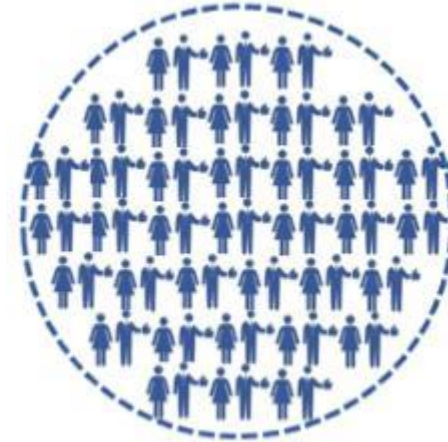
⇒ 一人のユーザーに1日に1回まで広告が配信

使用する優先順位は上位の方が使用頻度が高い

基本的には、目標の最適化とウェブサイトクリックへの誘導以外は使用しない。



サイト上でアクション  
をよく行うユーザー



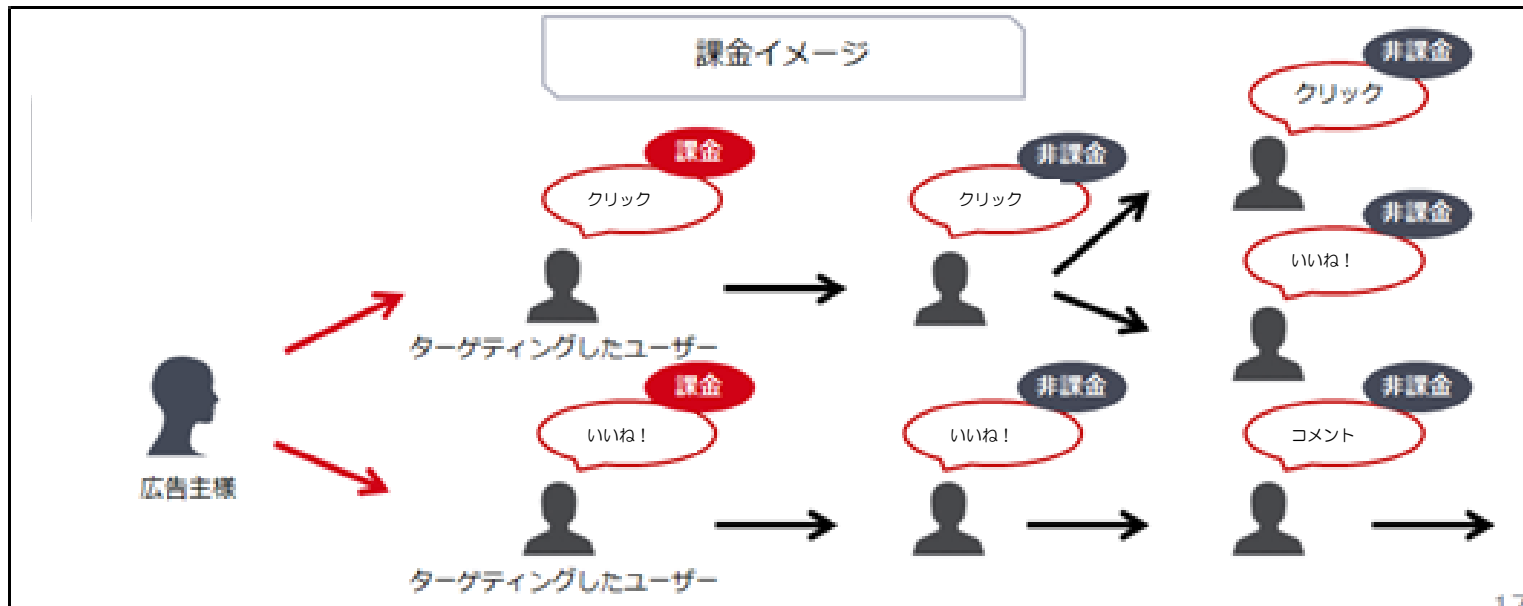
広告をよくクリック  
するユーザー

- 目的最適化（CV目的の場合）：サイト上で、お問い合わせやCVをよく行う、質の高いユーザーに優先的に広告を配信する
- ウェブサイトクリックへの誘導：広告をよくクリックするユーザーに優先的に広告を配信する

課金方法によって、配信のロジックが異なる！

多少CPCが高くとも、質の高いユーザーへ多く配信した方が  
CPAは安くなります！

2次拡散される程、広告費用をかけずに広告の配信が可能!!



## 2次拡散される程、広告費用をかけずに広告の配信が可能!!

根津 裕さん、千野 雅之さんがミルトークについて「いいね！」と言っています。

**ミルトーク**  
広告

マクロミルが開発した無料の定性調査ツール。10分の1の費用でリアルタイムにインタビュー調査も可能。アイデア募集・意見募集・質問ができます。



100の意見が無料で集まるアイデア発見サイト

[詳しくはこちら](#)

36人 再生7,957回

いいね! コメントする シェアする

安藤 和彦さん、上川 敏寿さん、他48人がダイレクト出版について「いいね！」と言っています。

**ダイレクト出版**  
広告

「ブログを毎日かけば、注目は集まるでしょ」とブログをはじめてみたけど、「人の心を動かす」内容を書き続けるのは難しいですね。ましてやファンを作るなんて、凄腕ライターに頼まないとダメなんじゃないか、と思っていました。でも、コンテンツ作りのための文章には、実はちょっとしたコツがあるのです。



私がブログで集客成功した理由

[詳しくはこちら](#)

WWW.DIRECTBOOK.JP

2,844 コメント25件 シェア151件

いいね! コメントする シェアする

## アカウントの種類

個人アカウント	普段使用している、アカウント。 実名制の為、基本的には一人一つの取得になります。
個別広告アカウント	個人アカウントを取得した際に、個別の広告アカウントが自動的に作成されている。一人一つしか取得できません。 *将来的には使用できなくなる可能性有り！
Facebookページ	誰でも自由に多数のページを作成することが可能。 *Facebook広告を配信する際に、必須となります。
広告アカウント (ビジネスマネージャ)	Facebookビジネスマネージャを取得することで、複数の広告アカウントを管理できるようになります。 *広告を配信する際には、取得することを推奨してます。

ビジネスマネージャとは

広告アカウント、Facebookページ、アプリ、担当者を一元管理するための専用ツール。

ビジネスマネージャを使用することで、1枚のクレジットカードで複数のアカウントを運用が可能になります。



# Facebook広告の種類

# 5種類のFacebook広告

## バナー広告

↳基本的な広告となり、最も多く使用します。バナーサイズは1200×628となります。

## カルーセル広告

↳マルチプロダクト広告になります。一つの広告ユニットで複数の画像やリンクを紹介できます。  
バナーサイズ600×600

## 動画広告

↳バナーの代わりに動画を設定して配信が行えます。広告が表示されると、動画は無音で自動再生されます。

## スライド広告

↳バナーをスライドショーにすることができる広告です。

## キャンバス広告

↳モバイルに最適化されたフルスクリーンのインタラクティブなコンテンツ=「キャンバス」を素材として利用できるフォーマットです。

\*上記以外にも、イベント・クーポン、近隣エリア、リード等の特別な広告があります。

# 広告イメージ

## バナー広告

 株式会社ウィニングフィールド  
広告 · 9

無料メールセミナー登録の方のみ期間限定で成功事例集を無料進呈



新規の顧客をWEBから半自動的に集める方法(動画、PDF)

[詳しくはこちら](#)

## カルーセル広告

 Popcorn  
広告 · 9

今日行けるサロン・マッサージを予約しよう！



今日行けるマッサージ・整体  
東京都 マッサージのサロンを当...

今日行けるネイルサロン  
東京都 ネイルのサロンを当日予...

今日行ける  
東京都 まつ

いいね！ · コメントする · シェア · 1

# 広告イメージ

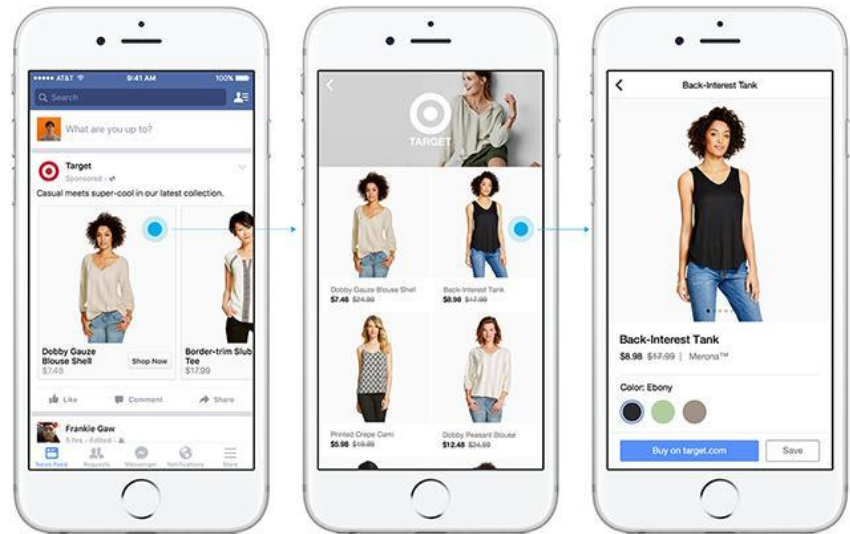
## 動画広告/スライド広告

 **ウルフ村田**  
広告

期間限定になりますが、私が勝ち続けている秘密のノウハウを含む動画&音声コンテンツを無料で贈呈しますのでぜひチェックしてみてください。



## キャンバス広告



The image illustrates a Target canvas advertisement across three mobile phone screens:

- Screen 1 (Facebook Feed):** Shows a Target advertisement in a Facebook feed. The ad features a grid of clothing items. A blue dot is placed on the 'Back-Interest Tank' item.
- Screen 2 (Product Grid):** Shows a grid of clothing items with the 'Back-Interest Tank' item highlighted by a blue dot.
- Screen 3 (Product Detail):** Shows the detailed product page for the 'Back-Interest Tank' item, including the price (\$8.98), color options (Ebony), and a 'Buy on target.com' button.

# カルーセル広告

## カルーセル広告の活用方法

### リンク先ページを変更して複数の商品を紹介する。

↳ お客様の選択肢を増やし、クリック率を増加させる。

### 1つの製品が持つ複数の機能にスポットライトを当てる。

↳ 商品をさまざまな角度から見せたり、細部を見せたりすることで、顧客にわかりやすく紹介する。

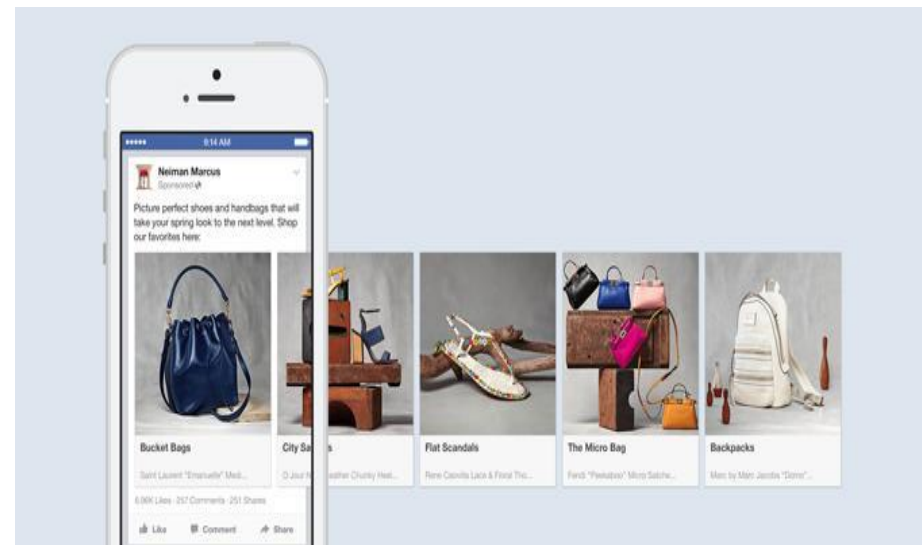
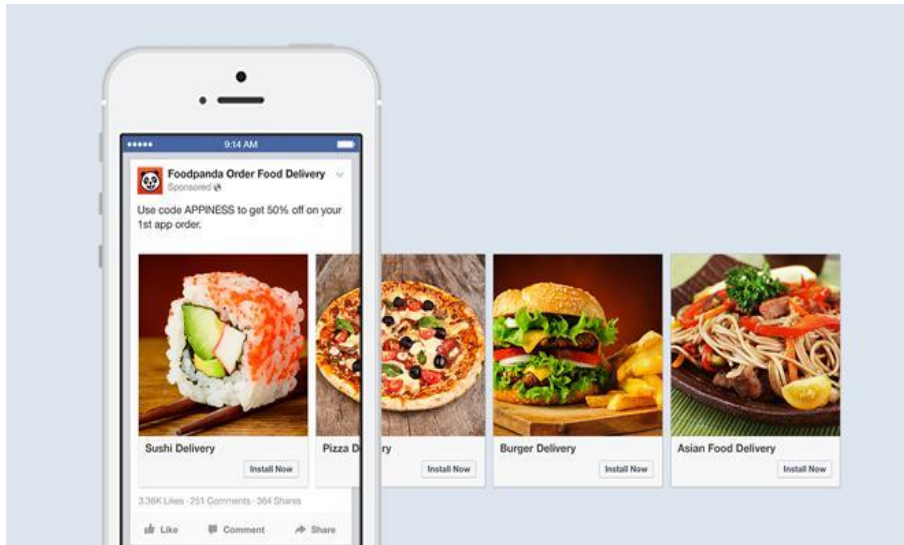
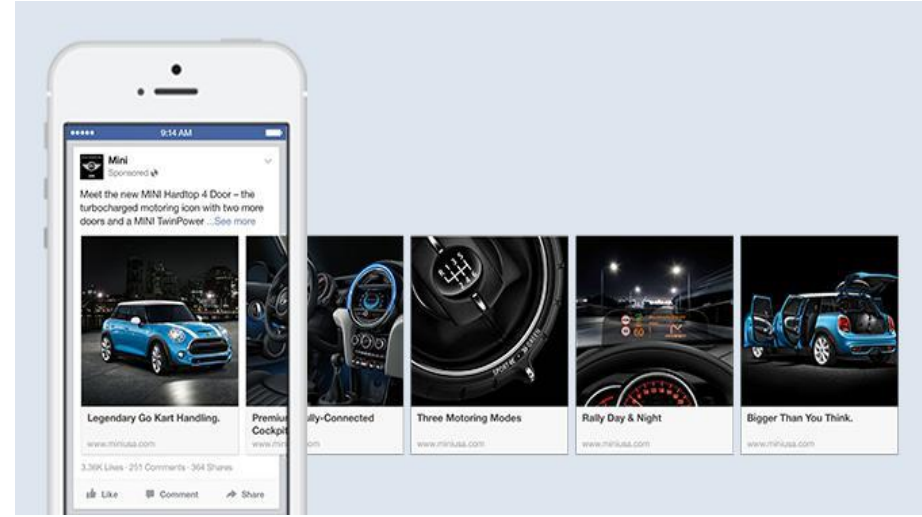
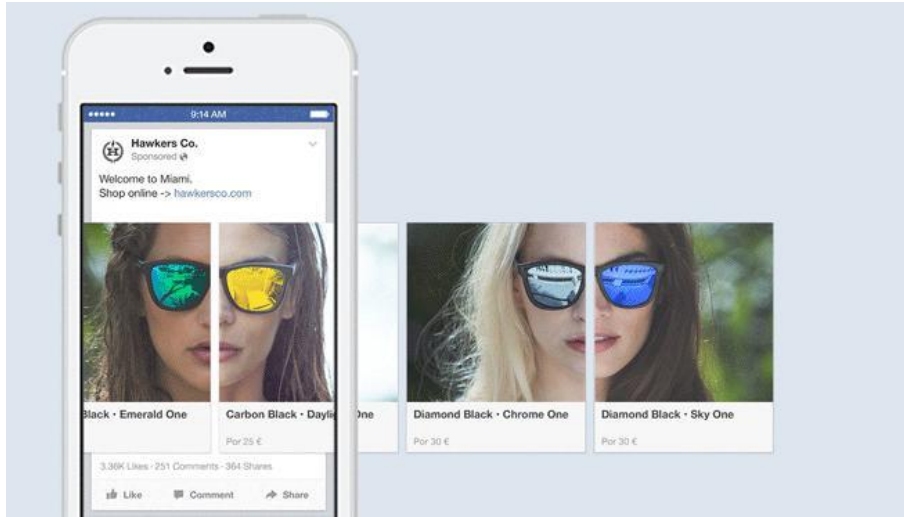
### ストーリーを伝える。

↳ 連続する複数の画像や動画を使用して、魅力的なストーリーを描写します。

### 大きなキャンバスとしてバナーを作成する。

↳ すべてのフレームを使用して1つの大きな画像を表示し、見る人を引きこむ広告にします。

# カーセル形式の広告も活用



## 動画広告/スライド広告

### 動画広告の効果

毎日1億時間以上の動画がFacebookで再生されており、ビジネスや商品を利用者に宣伝するのに効果的な広告になります。

**「テレビCMと比較すると、リーチ単価が安い」**

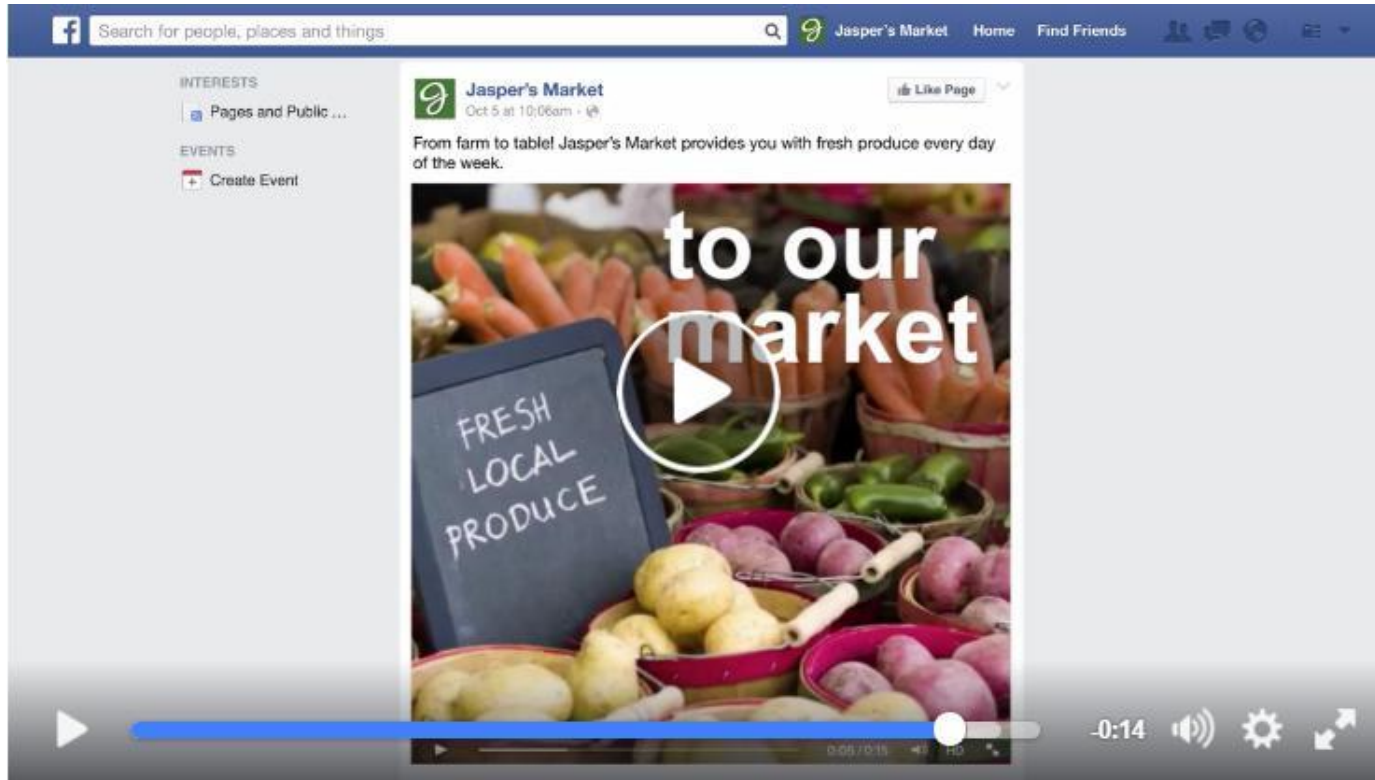
また、テレビと異なり不特定多数への配信ではなく、性別・年齢やユーザーの趣味をターゲットすることで、届けたいユーザーに広告を配信することができます。

### スライドショーの概要

スライドショーを使うと、モバイル環境に最適な軽量の動画広告をすばやく簡単に作成し、編集できます。写真を組み合わせ、テキストと音声を追加してスライドショーにすることで、動画を作成、宣伝、編集できます。スライドショー作成の際は、自分の写真をアップロードすることも、ページの写真やストック画像を使用することもできます。

## ■画像（クリエイティブ）フォーマット

- スライドショーが一番良い傾向。通常フォーマットよりはCTR1.2倍



<https://www.facebook.com/business/learn/facebook-create-ad-slideshow-ads>



# リード広告

## リアルタイムなリード管理

Facebookのパートナーが提供する統合マーケティングプラットフォームを利用し、CRMソリューションとリード獲得広告を連携させることにより、簡単かつ迅速にリードを管理することができます。リアルタイムでリードを獲得し、対応できるため、企業による迅速な対応を求める顧客の期待に応えやすくなります。

## 「リード獲得広告の成果」

初期のA/Bテストの結果、リンク広告でウェブサイトへ誘導してからフォームを記入してもらうのと比べ、リード獲得広告を利用したほうがより多くのリードを獲得することができ、コンバージョン率が向上し、これまでリード獲得のために実施してきたソーシャル施策と比べ、4分の1に削減！



株式会社ウィニングフィールド  
広告

いいね!

無料メールセミナー登録の方のみ期間限定で無料進呈



WEBからの新規顧客を2.2倍に増やした成功事例集(動画、PDF)

詳しくはこちら

いいね! コメントする

# リード広告

リード獲得フォーム

**フォーム名とオプション**

フォームに名前を付けてください

フォームの言語を選択

English (US) +

**コンテキストカード**

任意コンテキストカードで特典やスペシャルオファーをハイライトすることができます。これはフォームのランディングページのようなものです

- フォームを送信する前に表示されます。

コンテキストカードを追加

詳細オプションを表示する

戻る

↓書きを保存 次へ



The screenshot shows a preview of a landing page for 'Winning Field'. The page features a header with the text '最新のWEBマーケティングとSNSを! 店舗集客のノウハウ情報を発信' (Latest Web Marketing and SNS! Distributing know-how information for store customer acquisition). Below the header are several circular icons representing different services or features. The main body of the page includes the company name '株式会社ウィニングフィールド' (Winning Field Co., Ltd.) and a blue '送信' (Send) button at the bottom.

## 「フォームはカスタム自由」

ユーザー情報で必要な内容を設定が可能！  
簡単に作成が行えるので、フォームのABテストが容易に作成できます。

また、フォームを開いたけど、登録しなかったユーザーのリストを作成することができる為、フォームを離脱したユーザーには別の訴求で再アプローチを行うことで、効率的に登録者を獲得することができます。

# 10分休憩



# Facebook広告キャンペーン目的

アカウント: winningfield (1159... ▼)

キャンペーン: 目的を選択してください

[ヘルプ: 広告の目的](#) | [既存のキャンペーンを使用](#)
 キャンペーン

 広告の目的

マーケティングの目的は？

 広告セット

 ターゲット
  配置
  予算と掲載期間

 新しい広告


 メディア
  テキスト


認知度


検討機会

コンバージョン


 投稿を宣伝

 ウェブサイトへのアクセスを増やす

 ウェブサイトでのコンバージョンを増やす


 ページを宣伝


 アプリのインストール数を増やす

 アプリのエンゲージメントを増やす


 ブランドの認知度をアップ

 イベントの参加者を増やす

 クーポンの取得を増やす

 動画の再生数を増やす

 製品カタログを宣伝

 ビジネスのリードを獲得

キャンペーン目的／広告一覧							
キャンペーン性質	使用頻度	キャンペーンの目的	概要	画像	動画	カルーセル広告	キャンバス広告
コンバージョンと売上アップ	◎	ウェブサイトでのコンバージョンを増やす	LP等を利用した商品販売や問い合わせの獲得	○	○	○	○
	○	クーポンの取得を増やす	Facebookページで作成したクーポンを宣伝する	○	×	×	×
	×	アプリとのエンゲージメントを増やす	アプリの利用者ではなく利用者を促す広告	○	○	○	×
新規カスタマーの開拓	◎	ウェブサイトへのアクセスを増やす	LP等にアクセスを増やす	○	○	○	
	◎	動画の再生数を増やす	Facebook上の動画の再生数を増やす	×	○	×	×
	○	ビジネスのリードを獲得	Facebookでリストの獲得を増やす	○	○	×	×
	△	イベントの参加者を増やす	セミナーやイベントの参加者を増やす	○	○	×	×
	△	アプリのインストール数を増やす	アプリのインストール数を増やす	○	○	○	×
ブランドやビジネスの認知度アップ	◎	投稿を宣伝	Facebookページの投稿を宣伝する	○	○	△	×
	◎	Facebookページを宣伝	Facebookページの投稿を宣伝する「いいね！」数を増やす	○	○	×	×
	×	近隣エリアへのリーチ	店舗周辺ユーザーの認知度と来店数を増やす	○	○	○	×
	×	ブランドの認知度アップ	商品の認知度を高める	○	○	○	×

## FB広告のテキスト制限が変更（6/8より）

「テキスト量が少ない画像」もしくは「テキストが一切ない画像」が良い  
バナー・良い広告と認識されるようなシステムに変更

ルール変更前	ルール変更後
全体の20%未満なら配信可能	全体の20%基準にテキスト量を判断し、 テキストが少なければ少ないだけ配信される

- バナーは商品イメージを伝えるものとする
- オリジナル画像がより重要になる

## ウェブサイトでのコンバージョンを増やす

ウェブサイト上でニュースレターの登録や商品の購入といった特定のアクションを促す広告。

### 特徴

- コンバージョンにつながりやすいユーザーに最適化して広告の配信が可能
- \* 目的に最適化されて配信される為、CVが少ないアカウントだと配信が安定しない。

### 掲載可能な枠

- モバイルニュースフィード
- デスクトップニュースフィード
- デスクトップの右側広告枠
- オーディエンスネットワーク
- Instagram



株式会社ウィニングフィールド  
広告

無料メールセミナー登録の方のみ期間限定で成功事例集を無料進呈

新規の顧客をWEBから半自動的に集める方法(動画、PDF)

[詳しくはこちら](#)



## ウェブサイトへのアクセスを増やす

名前の通りサイトへのアクセス数を増やす為の広告です。CVの計測ができない店舗誘導のサイトや広告画像のABテストを行う時などに使用。

### 特徴

- サイトにアクセスしやすいユーザーに配信
- 平均CPC100~300円
- 配信量が安定しやすく、アクセスを多く集めることが可能です。

### 掲載可能な枠

- モバイルニュースフィード
- デスクトップニュースフィード
- デスクトップの右側広告枠
- オーディエンスネットワーク
- Instagram



株式会社ウィニングフィールド  
広告

無料メールセミナー登録の方のみ期間限定で成功事例集を無料進呈

新規の顧客をWEBから半自動的に集める方法(動画、PDF)

[詳しくはこちら](#)

## ビジネスのリードを獲得

Facebookの系列プラットフォームを作成することで、LPに移動せずにリードの登録を促すことができます。

### 特徴

- リードの項目を自由にカスタム可能
- ユーザーが登録している情報は自動で入力されるので、手間が少ない
- フォームのABテストが簡単にできる

### 掲載可能な枠

- モバイルニュースフィード
- デスクトップニュースフィード
- デスクトップの右側広告枠

The screenshot shows a 'Lead Generation Form' (リード獲得フォーム) interface. It includes a title 'フォーム名とオプション' (Form Name and Options), a text input field for naming the form, and a language selection dropdown currently set to 'English (US)'. Below this is a 'Context Card' (コンテキストカード) section with explanatory text and an unchecked checkbox to 'Add context card' (コンテキストカードを追加). At the bottom left is a 'Show detailed options' (詳細オプションを表示する) link. On the right side of the form, there is a preview of the form's appearance, featuring a header with the text '最新のWEBマーケティングとSNSを! 店舗集客のノウハウ情報を発信' (Share the latest web marketing and SNS! Publish know-how information for store customer acquisition) and a 'Send' (送信) button at the bottom. The preview also shows the company name '株式会社ウィニングフィールド' (Winning Field Co., Ltd.) and contact information 'info@winningf' and '03-6869-3864'.

## Facebookページの宣伝

Facebookページを宣伝してページのファン「いいね」を獲得することができます。ページのいいね数が増えると、ページのスコア向上にもつながります。

### 特徴

- ・リンク先はFacebookページになる
- ・ユーザーが広告に「いいね」をすると、ページの「いいね」になる。
- \* 「いいね」の平均単価：150~300円

### 掲載可能な枠

- ・モバイルニュースフィード
- ・デスクトップニュースフィード
- ・デスクトップの右側広告枠

 株式会社ウィニングフィールド  
広告

中小企業・店舗に特化したWEBマーケティング&WEBコンサルティングサービス

**最新のWEBマーケティングとSNSを使った店舗集客のノウハウ情報を発信**

F1&M1 様、  
スマホユーザー層に  
**特化した**  
WEBコンサルティング  
サービス

様々なお客様のニーズに応じた  
最適な価格の提案

サイト分析と  
アクセス解析の最適化

ソーシャルネットワーク(SNS)  
との連携

お問い合わせ ▶▶▶ [info@winningfield.net](mailto:info@winningfield.net) ☎ 03-6869-3864 (受付9:00-18:00)

株式会社ウィニングフィールド  
広告代理店  
262人がいいね！しています。

 いいね!

## 近隣エリアへのリーチ

営業拠点の周辺にいる人々にリーチする広告を作成できます。

### 特徴

- 地図と電話発信を選択できます。
- Facebookページで設定しているURLがリンク先になります。
- ＊基本的にはスマホでの配信がメインです。

### 掲載可能な枠

- モバイルニュースフィード
- デスクトップニュースフィード



## 効果的なプロモーションプランニングのワーク

Q1.美容サプリの販売 目的：商品の販売 商品単価2,000円 目標CPA10,000円

キャンペーン目的：

使用する広告：

配信戦略：

Q2.人材会社の登録者募集 目的：ネットでの登録 目標CPA20,000円

キャンペーン目的：

使用する広告：

配信戦略：

## 効果的なプロモーションプランニングのワーク

Q1.美容サブリの販売 目的：商品の販売 商品単価2,000円 目標CPA10,000円

キャンペーン目的：①ウェブサイトのコンバージョン ②ウェブサイトへのアクセス

使用する広告：①・②ともに通常のバナー

配信戦略：ウェブサイトのコンバージョンを通常のセグメントで配信を行い、  
確度の高いユーザーのアクセスを集めリマーケティングリストの獲得を行う。  
獲得したリマーケティングリストのユーザーにウェブサイトへのアクセスで配信

Q2.人材会社の登録者募集 目的：ネットでの登録 目標CPA20,000円

キャンペーン目的：①投稿を宣伝（記事広告） ② ウェブサイトのコンバージョン

使用する広告：①通常のバナー ②カルーセル広告と通常のバナー

配信戦略：記事広告で認知の拡大、リマケリストの獲得を行っております。  
カルーセル広告は職種別の訴求  
通常のバナーはサイト全体の訴求する広告文を作成して、  
ウェブサイトのコンバージョンで配信

# Facebookページの作成

## Facebookページとは

Facebookページは、企業とユーザーが相互コミュニケーションを取れる場として、活用されており、企業はユーザーに向けて、自社の商品やサービスの情報を発信することができ、ユーザーは自分が好きなもの、興味のある情報を得ることができます。

## Facebookページと個人アカウントの違い

	友達申請	管理者	インサイト *Facebookの解析	アカウント作成	有料広告
個人アカウント	可能	本人のみ	インサイト機能無	1アカウントのみ	広告の配信不可
Facebookページ	Facebookページでは 友達を作れません。	複数人で管理可能	インサイト閲覧可	無制限で作成可能	広告の配信可能



## Facebookページのメリット

- 無料で簡単に作成が可能

- ↳ 5分～10分前後で作成が可能

- タイムリーな情報発信が簡単にできる

- ↳ 今すぐ伝えたいことをファンに伝えることができる優れた情報発信ツール

- ユーザーと交流しながら情報の拡散が可能

- ↳ 記事に対して、ユーザーが「いいね」や「シェア」などを行うと、ユーザーの友人へ拡散することが可能。

- インサイトにより顧客分析が可能

- ↳ インサイトで、ユーザーの年齢、性別、アクセスしている時間、人気の記事などを分析することが可能。

- いいねユーザーのリスト化が可能

- ↳ 「いいね」しているユーザーのリストを作成して、リストに対して広告の配信を行うことが可能。

## 1. ページ作成画面へ移動

The screenshot shows a Facebook profile page for 'Katsuhara Jun'. The top navigation bar includes a search bar, the user's name, and navigation icons. A dropdown menu is open from the top right, listing various options. The 'Create Page' option is highlighted with a red box. A red dashed box highlights the first three steps of the process: logging in, clicking the dropdown arrow, and selecting 'Create Page'. The main content area shows a post with a photo of flowers and a sign that says 'お花の元気になりました~ (≧▽≦) ♪'. The right sidebar shows a list of pages, including '株式会社ウィニングフィールド'.

友達、スポット等を検索

Katsuhara Jun ホーム

写真・動画 | 写真動画アルバム

今なにしてる?

1. Facebookアカウントにログイン  
2. 右上の▽をクリック  
3. 「ページを作成」を選択

由比 入り口のお花が元気になりました~ (≧▽≦) ♪  
下のパン屋のモアナさんではワンちゃんと一緒に  
お茶も出来ますよ🐾... もっと見る

Facebookページ:

ビジネスマネージャ:  
株式会社ウィニングフィ...

ページを作成  
ページを管理

グループの作成  
グループの管理

広告を掲載  
広告を管理

アクティビティログ 4  
ニュースフィードの設定  
設定  
ログアウト

木曜日 10月度 カマコン定例会  
田中尊寿さんと他1人

広告 広告を作成

## 1. ページ作成画面へ移動

Facebookページを作成

Facebookページを作成しよう。  
設定は無料

**会社または団体**  
Facebookで支援者と交流しましょう。

小売企業  
テスト

[スタート]をクリックすることにより、  
Facebookページ規約に同意します。

スタート

ブランドまたは製品

アーティスト、バンドまたは著名人

芸能・エンタメ

慈善活動またはコミュニティ

### 1. カテゴリを選択

※Facebookページの目的によってカテゴリを変えます。

カテゴリによって、登録できる情報が異なりますが、基本的には赤枠のカテゴリを選択します。

### 1. Facebookページ名を記入

会社名、もしくは企業名よりは媒体名やキャラクター名にしてみるのも攻略のカギ

## 3.Facebookページ情報設定

### Winningfieldを設定

1 基本データ >> 2 プロフィール写真 >> 3 お気に入りに追加 >> 4 ページの優先ターゲット

**アドバイス情報:** 説明やウェブサイトを追加することにより、ページの検索ランキングを向上させることができます。  
星印 (\*)が付いた欄は必須です。

ページに関する簡単な説明を追加します。これにより、ページが適切な検索結果に表示されるようになります。ページ設定で後から情報を追加することもできます。

155

\*ページ①の簡単な説明を追加しましょう。

ウェブサイト②(例: あなたのウェブサイト、Instagram、Twitter、その他のソーシャルメディアリンク)

ヘルプが必要な場合

スキップ 情報を保存

1. Facebookページの説明を記載
2. HPのURLを設定

## 3. Facebookページ情報設定

Winningfieldを設定

1 基本データ 2 プロフィール写真 3 お気に入りに追加 4 ページの優先ターゲット



コンピュータ  
からアップロ  
ード

ウェブサイト  
からインポー  
ト

スキップ 写真を保存

1. Facebookページのアイコン設定

\*バナーサイズ：160×160 100kb未満

## 3.Facebookページ情報設定

Winningfieldを設定

1 基本データ >> 2 プロフィール写真 >> 3 お気に入りに追加 >> 4 ページの優先ターゲット

ページは誰でも検索することができますが、ターゲットにしたいオーディエンスを設定することで、特にターゲットとなる人がページを見つけやすくなります。

地域

所在地の一括追加...

年齢  -

性別  すべて  男性  女性

趣味・関心

言語

オーディエンス設定を行う場合は上記の設定を行います。  
設定を行わない場合は「スキップ」をクリックします

## 4. Facebookページ情報設定

Winningfield

Facebookページ メッセージ お知らせ インサイト 投稿ツール 設定 ヘルプ

Winningfield

ホーム  
ページ情報

写真を追加

カバー設定

1. カメラマークをクリック
2. 写真をアップロードをクリック
3. 設定したい画像を選択

\* バナーサイズ：851×315  
100kb未満 PNGファイル推奨

カバーを追加

いいね! メッセージ その他

+ ボタンを追加

インターネット企業

このページの投稿を検索

いいね! 0件 今週の0件

ページフィードを見る  
ページとして「いいね!」したページ投稿

友達に「いいね!」をリクエスト

今週 すべて見る

0 投稿のリーチ

0 投稿のエンゲージメント

広告を出す

動画  
写真  
イベント  
ノート  
いいね!  
タブを管理

WINNING FIELD

## 4. Facebookページ情報設定

The screenshot shows the Facebook page for 'Winningfield'. A red dashed box highlights the 'ボタンを追加' (Add Button) button and a list of instructions:

1. ボタン追加をクリック
2. ボタンの種類を選択
3. リンク先URLの設定

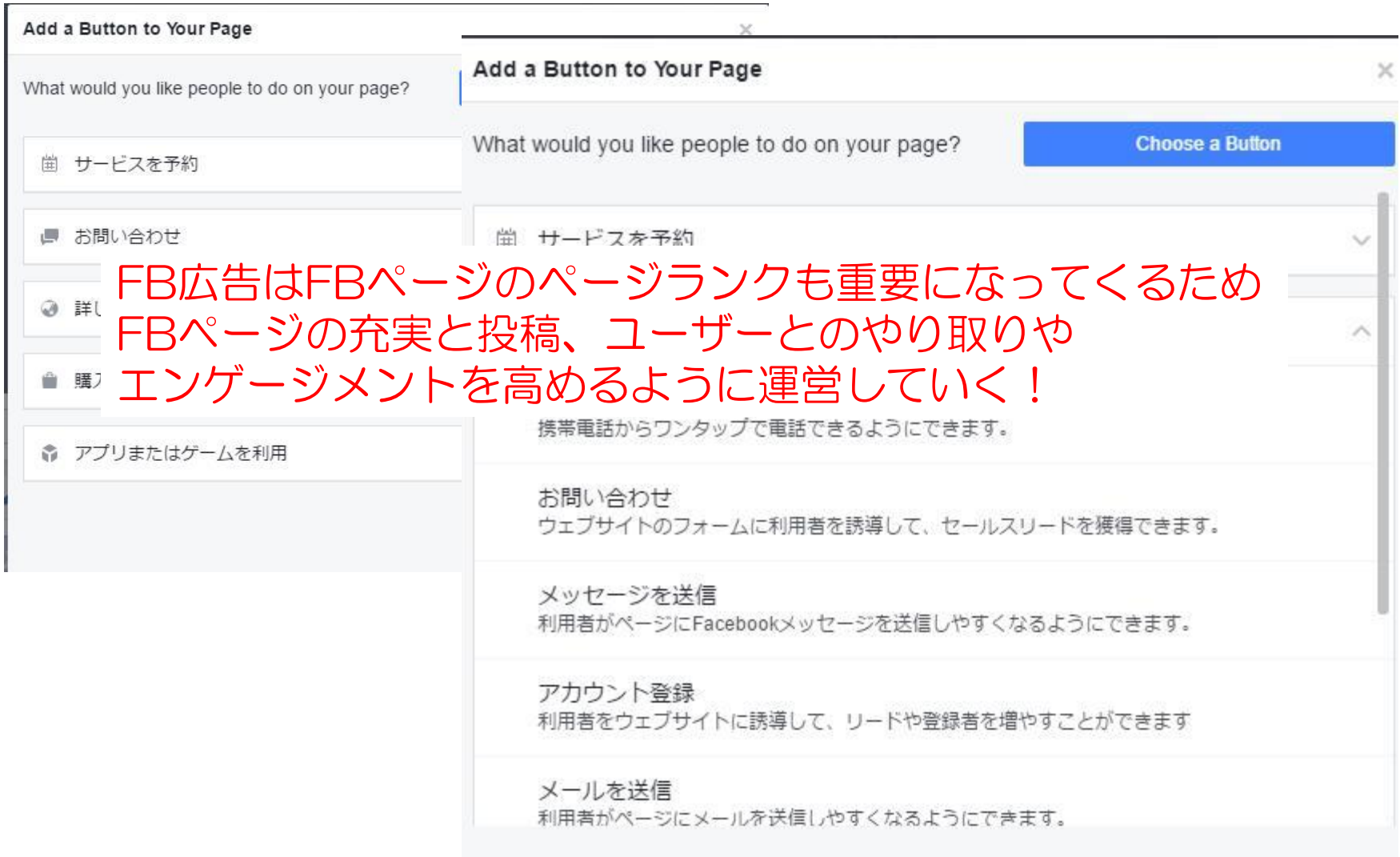
\* ボタンは一つしか設定出来ません

The 'ボタンを追加' button is located in the bottom right corner of the page's main content area. A red arrow points from the text '\* ボタンは一つしか設定出来ません' to this button.

Page details: Winningfield, Katsuhara Jun, ホーム 7, 設定, ヘルプ, いいね!, メッセージ, その他, + ボタンを追加, ステータス, 写真・動画, イベント, 大事な出来事+, 近況を投稿する, 今週, 投稿のリーチ: 0, 投稿のエンゲージメント: 0, インターネット企業, このページの投稿を検索, いいね! 0件 今週の0件, ページフィードを見る, ページとして「いいね!」したページ投稿, 友達に「いいね!」をリクエスト, 広告を出す



## 4.Facebookページ情報設定



**Add a Button to Your Page**

What would you like people to do on your page?

- 📅 サービスを予約
- 💬 お問い合わせ
- 🔍 探し
- 🛒 購入
- 📱 アプリまたはゲームを利用

**Add a Button to Your Page**

What would you like people to do on your page? [Choose a Button](#)

- 📅 サービスを予約  
携帯電話からワンタップで電話できるようにできます。
- 💬 お問い合わせ  
ウェブサイトのフォームに利用者を誘導して、セールスリードを獲得できます。
- 📧 メッセージを送信  
利用者がページにFacebookメッセージを送信しやすくなるようにできます。
- 👤 アカウント登録  
利用者をウェブサイトに誘導して、リードや登録者を増やすことができます
- ✉️ メールを送信  
利用者がページにメールを送信しやすくなるようにできます。

FB広告はFBページのページランクも重要になってくるため  
FBページの充実と投稿、ユーザーとのやり取りや  
エンゲージメントを高めるように運営していく！

■ 社名以外（媒体名&サイト名）が比較的クリック率、反応率が高い

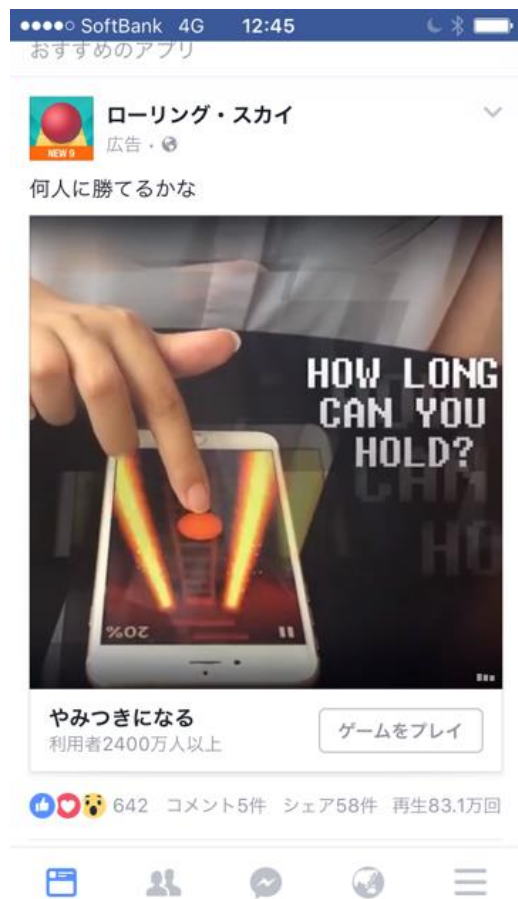
例）～事務局、～研究所など

- ・ 女性アイコン&女性の名前 →FBは認めてない  
（いまは大丈夫でも後にBANされる可能性あり。）

■社名以外（媒体名&サイト名）が比較的クリック率、反応率が高い

例）～事務局、～研究所など

- ・女性アイコン&女性の名前 →FBは認めてない  
(いまは大丈夫でも後にBANされる可能性あり。)



# Facebook広告の配信セグメント

## 基本設定

### 地域

市町村単位はもちろん、指定した場所から半径0kmという設定ができ、「今その地域にいる人」「その地域に住んでいる人」「その地域にいた人」など、より細かい設定も行う事ができます。

### 年齢

年齢は、13歳～65歳まで、1歳単位で設定することができます。ただ、それ以下の年齢のユーザーには広告を配信することはできず、65歳以上のユーザーはそれ以上細かくターゲティングすることができません。

### 性別

「男性」「女性」の設定を行い広告を配信できます。

### 言語

言語を設定することで、国籍のセグメントも行う事ができます。言語を設定してしまうと、広告をリーチできる人数が減ってしまう代わりに（プロフィール欄の言語設定をしているユーザーが少ないため）、特定の国籍の人に広告を配信できます。

※例えば、日本国内に広告を配信したとしても、日本にいる外国人にも広告が配信されてしまう可能性は極めて高いです。

## 利用者層

趣味・関心 エンタメやスポーツ、ビジネスやテクノロジー、ファッションなど、さまざまな興味・関心 に対してターゲティングをすることができます。

例えば、「アウトドア」という趣味・関心の中にも、  
キャンプ サーフィン ハイキング ボード マウンテンバイク  
・・・

項目が分かれており、より細かいターゲティングを行う事ができます。

**「300以上のセグメントが可能！」**

## その他の設定

行動 これはあまり使いませんが、ユーザーが使っているデバイスや旅行予定、アプリの利用状況などで、ターゲティングを行う事ができます。  
ただ、対象となるユーザーが少なすぎるケースが多いので、滅多に利用する事はありません。

学歴や恋愛ステータス、家族構成などを設定することも可能

### 「リーチ数が少ないと広告が配信されない」

あまり細かい設定をしてしまうと、広告が配信されないケースがありますので、セグメントは広く設定を行い、徐々に絞って配信をしていきます！

Facebookの推奨リーチ数は500,000人

**最低でも50,000人以上のリーチが理想**

## ペルソナとは

ペルソナとは：既存顧客の情報やインタビュー、調査データなどの実在する情報から、架空の理想の顧客「像」を描きます。



ペルソナは個人情報、ユーザーストーリーを作成し、「個人レベル」まで落とし込むことで、こういった訴求で広告を配信すれば、“刺さる”かを明確に想定することができます。  
また、会社内や複数人でペルソナを行うことでターゲット属性の認識のズレをなくすることができるので、可能な限り、具体的に作成を行います



## ペルソナを考えてみよう

1.ダンススタジオ（問い合わせ、来店） <http://vigoes.net/>

ユーザーストーリー

個人情報

名前：

性別：

住い：

仕事：

年収：

趣味：

家族構成：

2.WEBでの売上を上げたい方向けの  
セミナーの集客（無料セミナー申込み）

[https://peraichi.com/landing\\_pages/view/i2hbu](https://peraichi.com/landing_pages/view/i2hbu)

個人情報

名前：

性別：

住い：

仕事：

年収：

趣味：

家族構成：

ユーザーストーリー



## 作成したペルソナをベースにセグメントを複数考えてみよう

ダンススタジオ（問い合わせ、来店）

### セグメント1

年齢：  
性別：  
地域：  
言語：  
その他：  
興味関心

### セグメント2

年齢：  
性別：  
地域：  
言語：  
その他：  
興味関心

WEBでの売上を上げたい方向けの  
セミナーの集客（無料セミナー申込み）

### セグメント1

年齢：  
性別：  
地域：  
言語：  
その他：  
興味関心

### セグメント2

年齢：  
性別：  
地域：  
言語：  
その他：  
興味関心

# FB広告におけるクリエイティブ

## Facebook広告文の構成

① 店舗&企業の為のWeb集客実践会  
いいね!

② WEB広告で店舗集客や企業の顧客獲得の自動化ノウハウが学べる?

③ 愕然としました、、HPと広告管理画面を見て  
これらのお悩みを解決いたします！ 時間がない、いつも忙しい、自分が現場にいな  
④ と仕事が回らない 問い合わせ・資料請求・来店が一向に増えない ネットを使った  
プロモーションや集客に興味があるけどよくわからない...

WINNINGFIELD.NET

⑤ 詳しくはこちら

いいね! コメントする シェアする

①Facebookページ名 リンクしている  
ページの名前

②広告文（90文字以内）

③タイトル（25文字以内）

④リンクの説明（30文字以内）

⑤コールトゥアクション

下記のようなボタンを設定が可能

- 詳しくはこちら
- 購入する
- ダウンロード
- 登録する
- お問い合わせ

## Facebook広告文の構成

Facebook広告はネイティブ系の広告文を考える必要があります！

### 「ネイティブ広告とは」

ネイティブ広告とは広告掲載面に広告を自然に溶け込ませることで、ユーザーにコンテンツの一部として見てもらうことを目的とした広告です。

FacebookやInstagramやTwitter広告などのSNS広告は基本的にネイティブ系の広告になります。

また、身近な媒体だとYahooのTOP（モバイル版）等もネイティブ広告になります。

**Facebook広告＝広告にみえない広告の作成**

## 広告文の基本的な6パターン

- **潜在ニーズへの訴求**  
↳潜在的なニーズを気づかせるフレーズ ⇒ その臭いやバイかも、、、
- **限定の訴求**  
↳「今だけ」「〇〇キャンペーン」などの訴求 ⇒ 本日限りの限定販売
- **ターゲットへの訴求**  
↳「自分のこと」だと思ってもらえる広告 ⇒ 30歳から始める肌ケア
- **感情への訴求**  
↳感情が伝わる広告文 ⇒ ちくしょう転職だ
- **未来への訴求**  
↳サービスを使った結果を伝える ⇒ たった2ヶ月で-10kg達成！
- **ユーザーを煽る訴求**  
↳「ヤバイ」と思わせる広告 ⇒ まだ、〇〇やってないの？

## 基本以外のパターン

### 証言風の広告文

↳私がTOEICで800点を取った勉強方法とは

### 読み手を試す広告文

↳あなたは1分いないにこの問題が解けますか？

### 相手に語り掛ける広告文

↳あなたらしい住まいを一緒に探します！

### 質問形式の広告文

↳安全な資産運用をご存知ですか？

### ベネフィットを数字で伝える

↳1日5分の運動で-5kg達成！

**「広告文作成の4つのポイントを意識して作成を行うことが大事です」**

自社の広告文を作成してみよう

タイトル：

広告文：

タイトル：

広告文：



Facebook広告はバナーのテキスト量によって配信量の変動します。

## 「テキスト量のイメージ」

配信量（リーチ数）

全体に含むテキスト量（イメージ）

通常配信



配信量が減る可能性がある



配信量が大きく減る可能性がある



配信されない可能性がある



# Facebookのクリエイティブの3つのポイント

## 1.高画質、高精彩のものを使う

↳Facebookは基本的にバナーをみられ、興味が出たらタイトル⇒広告文の順番に目がいくので、まずは綺麗なバナーを使用しましょう。

## 2.クリエイティブの中にテキストは極力少なく

↳テキストを記載する際はブランドを想起させるキャッチコピーを利用しましょう。

## 3.サービス内容と親和性を高める

↳広告文同様にリンク先の内容と異なるバナーを使用してしまうと、成果が悪化してしまう為、リンク先とマッチしたバナーを使用しましょう。

## A/Bテストのポイント

Facebook広告に限らず、広告で成果を出すにはA/Bテスト正しく行う必要があります。

1. 広告文
2. タイトル
3. バナーデザイン
4. バナー内のキャッチコピー

店舗 & 企業の為のWeb集客実践会  
広告

いいね!

WEB広告で店舗集客や企業の顧客獲得の自動化ノウハウが学べる??

**愕然としました、、HPと広告管理画面を見て**

これらのお悩みを解決いたします! 時間がない、いつも忙しい、自分が現場にいないと仕事が回らない 問い合わせ・資料請求・来店が一向に増えない ネットを使ったプロモーションや集客に興味があるけどよくわからない...

WINNINGFIELD.NET

詳しくはこちら

いいね! コメントする シェアする

店舗 & 企業の為のWeb集客実践会  
広告

いいね!

WEB広告で店舗集客、企業の顧客獲得のための自動化ノウハウがしっかりと学べます!

**WEB集客に関する無料メールセミナー開催**

これらのお悩みを解決いたします! 時間がない、いつも忙しい、自分が現場にいないと仕事が回らない 問い合わせ・資料請求・来店が一向に増えない ネットを使ったプロモーションや集客に興味があるけどよくわからない...

WINNINGFIELD.NET

詳しくはこちら

タイトルのA/Bテスト

## ■ABテスト手順

画像と訴求文（見出し文）のテストを行いどれが一番クリック率いいのを確認し、最後にチャンピオンが決まったら次にキャンペーンを変えていく



1. 「ウェブサイトへのアクセスを増やす」 → 「ウェブサイトへの誘導」
2. 新規でキャンペーン「ウェブサイトでのコンバージョンを増やす」 → 「ウェブサイトへの誘導」
3. 2. の「ウェブサイトへの誘導」 → 「コンバージョン」

マーケティングの目的は？

認知度	検討機会	コンバージョン
投稿を宣伝	ウェブサイトへのアクセスを増やす	ウェブサイトでのコンバージョンを増やす
ページを宣伝	アプリのインストール数を増やす	アプリのエンゲージメントを増やす
ブランドの認知度をアップ	イベントの参加者を増やす	クーポンの取得を増やす
	動画の再生数を増やす	製品カタログを宣伝
	ビジネスのリードを獲得	

広告は30日間掲載されます。この期間の最大予算は¥60,000です。

広告配信の最適化対象

ウェブサイトへの誘導

ウェブサイトへの誘導 - 推奨

低価格で広告からウェブサイトへのクリック数を増やすため、適切なターゲット層に広告が配信されます。

インプレッション

ターゲット層に含まれる人にできるだけ多く広告が配信されます。

デイリーユニークリーチ

オーディエンスに1日1回まで広告が配信されます。

オーディエンス

- 地域:
  - 日本
- 年齢:
  - 25歳〜
- 配置:
  - モバイルスクロールストリップのターゲット
- Placements:
  - Facebook 広告枠、ネット

潜在リーチ: 20

1日の推定リーチ

Facebook: 0

Instagram: 0

数値は選択された

画像クリエイティブと訴求文のチャンピオンを決める

キャンペーン

広告セット

見出し文A



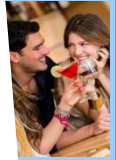
広告セット

見出し文B



広告セット

見出し文C



ど  
の  
見  
出  
し  
文  
が  
よ  
か  
っ  
た  
の  
か  
が  
確  
認  
で  
き  
た  
ら  
そ  
の  
コ  
ン  
テ  
ン  
ツ  
が  
ヘ  
ッ  
ダ  
ー  
部  
分  
に  
あ  
る  
よ  
う  
に  
LP  
を  
修  
正  
・  
改  
善  
を  
行  
う  
な  
ど  
す  
る

1. 「ウェブサイトへのアクセスを増やす」 → 「ウェブサイトへの誘導」
2. **新規でキャンペーン「ウェブサイトでのコンバージョンを増やす」 → 「ウェブサイトへの誘導」**
3. 2. の「ウェブサイトへの誘導」 → 「コンバージョン」

マーケティングの目的は？

認知度	検討機会	コンバージョン
<ul style="list-style-type: none"> <li>投稿を宣伝</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ウェブサイトへのアクセスを増やす</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ウェブサイトでのコンバージョンを増やす</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>ページを宣伝</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アプリのインストール数を増やす</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アプリのエンゲージメントを増やす</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランドの認知度をアップ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベントの参加者を増やす</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>クーポンの取得を増やす</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>動画の再生数を増やす</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>製品カタログを宣伝</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネスのリードを獲得</li> </ul>	

広告は30日間掲載されます。この期間の最大予算は¥60,000です。

**ウェブサイトへの誘導**

- コンバージョン - 推奨**  
低価格でウェブサイトコンバージョンを増やすため、適切なターゲット層に広告が配信されます。
- インプレッション**  
ターゲット層に含まれる人にできるだけ多く広告が配信されます。
- ウェブサイトへの誘導**  
低価格で広告からウェブサイトへのクリック数を増やすため、適切なターゲット層に広告が配信されます。
- デイリーユニークリーチ**  
オーディエンスに1日1回まで広告が配信されます。

請求のタイミング

広告スケジュール

配信タイプ 標準 -1日を通して広告を配信 - 推奨  
その他のオプション

詳細オプションを非表示にする。

地域: 日本  
年齢: 25+  
配置: モバイルのみに表示  
Placements: Facebook

潜在リーチ  
1日の推奨  
Facebook  
Instagram

数値は選択した既定値で表示されています。

広告セット名 JP - 25-60

CV実績を貯める

1. 「ウェブサイトへのアクセスを増やす」 → 「ウェブサイトへの誘導」
2. 新規でキャンペーン「ウェブサイトでのコンバージョンを増やす」 → 「ウェブサイトへの誘導」
3. 2.の「ウェブサイトへの誘導」 → 「コンバージョン」



CVしやすい人への積極的配信

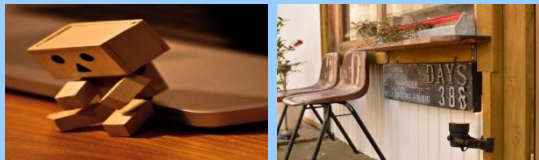


1. 「ウェブサイトへのアクセスを増やす」 → 「ウェブサイトへの誘導」 **画像クリエイティブと訴求文のチャンピオンを決める**
2. 新規でキャンペーン「ウェブサイトでのコンバージョンを増やす」 → 「ウェブサイトへの誘導」 **CV実績を貯める**
3. 2. の「ウェブサイトへの誘導」 → 「コンバージョン」 **CVしやすい人への積極的配信**

## キャンペーン

### 広告セット

#### 見出し文A



### 広告セット

#### 見出し文B



### 広告セット

#### 見出し文C



■写真（画像クリエイティブ）木目調の画像が  
反応率&クリック率ともに比較的高い

（例）おしゃれな木目調のカフェなど クリエイティブチェックの際には  
たとえば5つの画像中で1つは木目調画像を入れてみるなど

※業種、サービスによる！ 子供、動物画像の方がいい場合もある



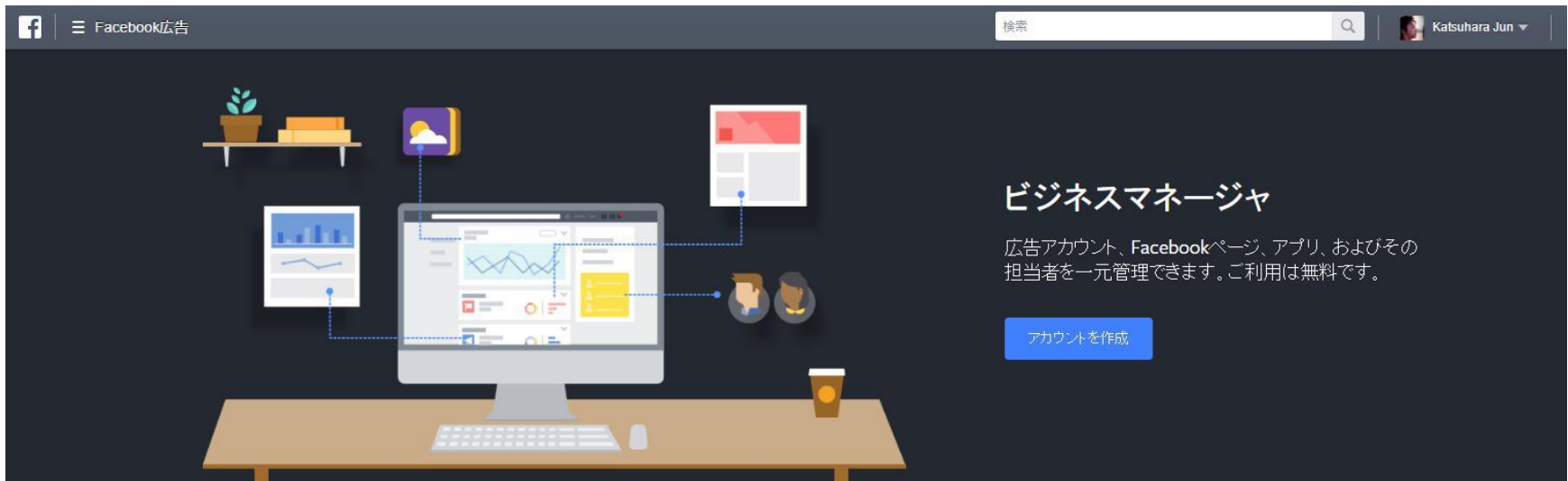
# 10分休憩



ビジネスマネージャを使用して  
Facebook広告アカウントを作成

<https://business.facebook.com/overview/>

※Facebookの個人用アカウントが必要です



f 三 Facebook広告 検索 Katsuhara Jun

## ビジネスマネージャ

広告アカウント、Facebookページ、アプリ、およびその担当者を一元管理できます。ご利用は無料です。

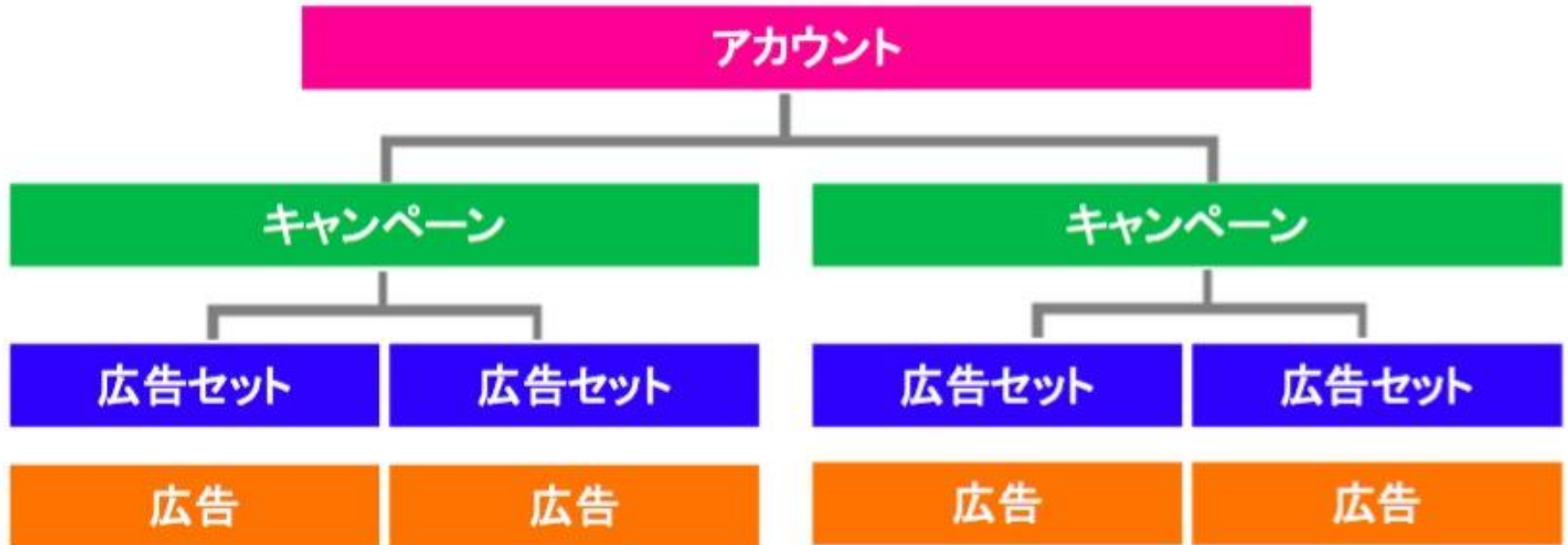
アカウントを作成

ビジネスマネージャの権限付与、支払方法の設定、広告アカウントの作成  
 FBページの申請 <https://vimeo.com/187299344>

The screenshot shows the Facebook Business Manager interface for the page '株式会社ウィニングフィールド'. At the top left, there is a button 'カバー写真を追加' (Add cover photo) and a profile picture of a blue and orange sphere with a white 'f'. The name '株式会社ウィニングフィールド' is displayed below the profile picture. A red box highlights the 'ビジネス設定' (Business Settings) button in the top right corner. Below the header is a search bar with the text '名前またはIDで検索' (Search by name or ID), a 'フィルタ' (Filter) button, and a '過去7日間' (Last 7 days) dropdown menu. The main section is titled 'パフォーマンス概要' (Performance Overview) and '広告アカウント1件' (1 ad account). It shows two summary cards: '合計消化金額' (Total spent) with a value of '¥0' and '合計インプレッション数' (Total impressions) with a value of '0'. Below these are two line charts showing performance over time from October 10th to 17th. The left chart shows '消化金額' (Spent amount) at '¥0' for '2016年10月15日' (October 15, 2016). The right chart shows 'インプレッション数' (Impressions) at '0' for the same date. A 'JPY' dropdown menu is visible in the top right of the performance section.

# パワーエディタを使用して 広告の入稿

# Facebook広告のアカウント概要



Facebook広告にリスティング広告で使っているような、  
広告グループや、キーワードという概念はない。



## パワーエディタと広告マネージャの使い分

### ●パワーエディタ

- アカウントの構築
- 新規キャンペーン
- 広告セットの追加
- 広告文
- バナーの追加
- 変更

### ●広告マネージャ

- 広告のオン、オフ
- 1日の予算の変更

パワーエディタでは、各階層ごとに作成・複製・削除などの作業を行っていきます。

- ①キャンペーン
- ②広告セット
- ③広告
- ④作成
- ⑤複製

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a navigation bar with the Facebook logo, the text 'パワーエディタ', a search bar, and the user's name 'Katsuhara Jun'. Below this is a dropdown menu for the account 'winningfield(1159686567383835)'. A toolbar contains buttons for '+ キャンペーンを作成' (marked with a red 4), '編集', 'クイック編集', and other icons. A red 5 is placed above the toolbar. Below the toolbar is a search and filter section. The main area is a table titled '広告キャンペーン' (Advertising Campaigns) with columns for 'パフォーマンス' (Performance) and 'ステータス' (Status). The table lists various campaigns with their respective metrics. A large blue rectangle covers the 'Campaign Name' column, indicating the 'Duplicate' action. Red circled numbers 1 through 5 are placed on the left side of the interface to correspond to the legend.

広告キャンペーン		パフォーマンス			
結果	コスト	リーチ	インプレ...	ステ...	配信
9 リード(フォーム)	¥2,207 リード(フォーム)の単	4,999	6,729	● アクティブ	● アクティブ
32 コンバージョン	¥1,295 コンバージョン単価	71,349	112,250	● アクティブ	● アクティブ
0 リード(フォーム)	¥0 リード(フォーム)の単	628	840	● オフ	● オフ
18 コンバージョン	¥428 コンバージョン単価	9,459	23,274	● オフ	● オフ
19 ページへのいいね!	¥188 ページへのいいね!の単	485	660	● オフ	● オフ
0 コンバージョン	¥0 コンバージョン単価	8,418	10,668	● オフ	● オフ
0 コンバージョン	¥0 コンバージョン単価	2,963	3,769	● オフ	● オフ
0 コンバージョン	¥0 コンバージョン単価	22,543	24,596	● オフ	● オフ
4 コンバージョン	¥1,769 コンバージョン単価	7,006	12,280	● オフ	● オフ
5 コンバージョン	¥1,454 コンバージョン単価	10,052	12,718	● オフ	● オフ
64 リンクのクリック	¥100 リンククリック単価	5,544	6,566	● オフ	● オフ

アカウント: winningfield (1159... ▼)

キャンペーン: 目的を選択してください

ヘルプ: 広告の目的 | 既存のキャンペーンを使用

▼ キャンペーン

広告の目的

☰ 広告セット

コンバージョン  
ターゲット  
配置  
予算と掲載期間

📄 広告

フォーマット  
メディア  
ページとリンク

認知度

🗨️ 投稿を宣伝

👍 ページを宣伝

👤 ブランドの認知度をアップ

検討機会

🖱️ ウェブサイトへのアクセスを増やす

📦 アプリのインストール数を増やす

🗓️ イベントの参加者を増やす

🎥 動画の再生数を増やす

📄 ビジネスのリードを獲得

コンバージョン

✔️ ウェブサイトでのコンバージョンを増やす

👤 アプリのエンゲージメントを増やす

📄 クーボンの取得を増やす

🛒 製品カタログを宣伝

16●●●●\_飛び先LPの案件名もしくはサービス名\_TGもしくはAD



## コンバージョン

デモ視聴や製品の購入など、ウェブサイトでのアクションを促すことができます。また、Facebookピクセルを使用してコンバージョンをトラッキングして、広告を最適化することができます。

広告キャンペーン名 ⓘ コンバージョン

次へ

閉じる

アカウント: winningfield (1159... ▼)

広告セット: ターゲット設定、予算、掲載期間を設定

既存の広告セットから開始

📌 キャンペーン

└ 広告の目的 ✓

📁 広告セット

- └ コンバージョン
- └ **ターゲット**
- └ 配置
- └ 予算と掲載期間

📄 広告

- └ フォーマット
- └ メディア
- └ ページとリンク

## コンバージョン

デモ視聴や製品の購入など、ウェブサイトでのアクションを促すことができます。また、Facebookピクセルを使用してコンバージョンをトラッキングして、広告を最適化することができます。

コンバージョン ⓘ

## オーディエンス

広告を配信するターゲットを設定してください。詳しくはこちら。

前回の広告セットからオプションを事前入力

カスタムオーディエンス ⓘ

次を除外する:

新規作成 ▼

地域 ⓘ

日本

📍 日本

📍 次を含める: ▼ | 地域を追加

所在地の一括追加...

年齢 ⓘ  -

性別 ⓘ

言語 ⓘ

## オーディエンス



オーディエンスが少々広すぎます。

### オーディエンス詳細:

- 地域:
  - 日本
- 年齢:
  - 18歳~65+歳
- 配置:
  - モバイル機器のニュースフィード、デスクトップニュースフィード、デスクトップの右側広告枠、モバイル機器でのサードパーティアプリとウェブサイトまたはInstagramフィードを見ている
- Placements:
  - Facebook フィード、Facebook 右側広告枠、Instagram、オーディエンスネットワーク

潜在リーチ: 25,000,000人

### 1日の推定リーチ



数値は選択されたオーディエンスをターゲットにした広告の平均パフォーマンスに基づいた推定値です。

広告セット期間: 30日間

アカウント: winningfield (1159...)

## 広告セット: ターゲット設定、予算、掲載期間を設定

既存の広告セットから開始

言語 言語を入力...

キャンペーン

広告の目的

広告セット

コンバージョン  
ターゲット   
配置  
予算と掲載期間

広告

フォーマット  
メディア  
ページとリンク

詳細ターゲット設定 以下のいずれかの条件に一致する人がターゲットになります

利用者層、趣味・関心、行動を追加

おすすめ 最近使用 ブラウズ

▶ 利用者層

▶ 趣味・関心

▶ 行動

▶ その他のカテゴリ

つながり

### 配置

適切な場所で適切なターゲット層に広告を配信できます。

自動配置(推奨)

広告は自動的にパフォーマンスが高くなる可能性が高い場所で配信されます。詳しくはこちら。

配置を編集

### 予算と掲載期間

広告で使用する予算と配信する期間を設定してください。詳しくはこちら。

予算 1日の予算 ▼ ¥2000

¥2000 JPY

実際の消化金額は日によって異なります。

閉じる

### オーディエンス



オーディエンスが  
少々広すぎます。

#### オーディエンス詳細:

- 地域:
  - 日本
- 年齢:
  - 18歳~65+歳
- 配置:
  - モバイル機器のニュースフィード、デスクトップニュースフィード、デスクトップの右側広告枠、モバイル機器でのサードパーティアプリとウェブサイトまたはInstagramフィードを見ている
- Placements:
  - Facebook フィード、Facebook 右側広告枠、Instagram、オーディエンスネットワーク

潜在リーチ: 25,000,000人

#### 1日の推定リーチ

Facebook: 1300 ~ 3500人

0 /13,000,000

Instagram: 1700 ~ 4500人

0 /3,400,000

数値は選択されたオーディエンスをターゲットにした広告の平均パフォーマンスに基づいた推定値です。

広告セット期間: 30日間

性別 ① **すべて** 男性 女性

言語 ① 言語を入力...

詳細ターゲット設定 ① 以下のいずれかの条件に一致する人がターゲットになります

つながり ①

利用者層、趣味・関心、行動を追加 | おすすめ | 参照

代表取締役社長：経営者	役職
中小ビジネス	趣味・関心
グルメ・食通	趣味・関心
ストリートダンス	趣味・関心
お酒	趣味・関心
クッキング	趣味・関心
剃毛	趣味・関心
ヒップホップ (ダンス)	趣味・関心
祭り・フェスティバル	趣味・関心

配置  
適切な場所で適切なターゲット層

## ● 自動配置(推奨)

広告は自動的にパフォーマンスが高くなる可能性が高い場所で配信されます。この目的では、次の配置を使用できます：Facebook、Instagram、オーディエンスネットワーク。詳しくはこちら。

## ○ 配置を編集

配置を削除すると、リーチ人数が少なくなり、目的を達成しにくくなる可能性があります。詳しくはこちら。

詳細ターゲット設定 ① 以下のいずれかの条件に一致する人がターゲットになります ①

利用者層、趣味・関心、行動を追加

おすすめ | 参照

除外

つながり ①

つながりの種類を追加 ▼

Facebookページ

あなたのページに「いいね！」した人

アプリ >

あなたのページに「いいね！」した人の友達

イベント >

あなたのページに「いいね！」した人を除外

詳細設定

## 配置

適切な場所で適切なターゲット層に広告を配信できます。

### ● 自動配置(推奨)

広告は自動的にパフォーマンスが高くなる可能性が高い場所で配信されます。この目的では、次の配置を使用できます: Facebook、Instagram、オーディエンスネットワーク。詳しくはこちら。

### ○ 配置を編集

配置を削除すると、リーチ人数が少なくなり、目的を達成しにくくなる可能性があります。詳しくはこちら。

## 配置

適切な場所で適切なターゲット層に広告を配信できます。

### ○ 自動配置(推奨)

広告は自動的にパフォーマンスが高くなる可能性が高い場所で配信されます。この目的では、次の配置を使用できます：  
Facebook、Instagram、オーディエンスネットワーク。詳しくはこちら。

### ● 配置を編集

配置を削除すると、リーチ人数が少なくなり、目的を達成しにくくなる可能性があります。詳しくはこちら。

機器タイプ **すべての機器(推奨)** ▼

プラットフォーム

Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>
Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>
オーディエンスネットワーク	<input checked="" type="checkbox"/>

詳細オプション

特定のモバイル機器とOS

オーディエンスネットワークで除外するカテゴリ

オーディエンスネットワークにブロックリストを適用

## オーディエンス



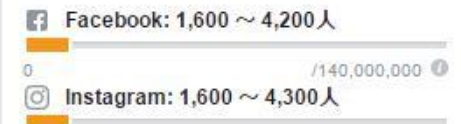
オーディエンスが少々広すぎます。

### オーディエンス詳細:

- 地域:
  - 米国
- 年齢:
  - 18歳~65+歳
- 配置:
  - モバイル機器のニュースフィード、デスクトップニュースフィード、デスクトップの右側広告枠、モバイル機器でのサードパーティアプリとウェブサイトまたはInstagramフィードを見ている
- Placements:
  - Facebook フィード、Facebook 右側広告枠、Instagram、オーディエンスネットワーク

潜在リーチ: 193,000,000人

### 1日の推定リーチ





### 3. 最適化と配信の概念について

#### 最適化と配信

広告配信の最適化対象 ① **コンバージョン**

コンバージョンウィンドウ ①  コンバージョン  
 低価格  
 インプレッション  
 ターゲット  
 ウェブサイト  
 低価格  
 デイリー  
 オーダー

入札額 ①  平均  
 推奨入札

請求のタイミング ①  インプレッション  
 標準  
 スピード

配信タイプ ①  標準 -1日  
 スピード

#### 最適化と配信

広告配信の最適化対象 ① コンバージョン ▼

コンバージョンウィンドウ ①  1日間  
 7日間

入札額 ①  自動 - 最適な価格で求める結果を増やすための入札価格を自動設定する。  
 自分で設定 - 結果のターゲット単価を設定 ①

**平均単価入札が利用可能になりました** ✕

結果の平均単価を設定できるようになり、平均入札価格を維持しつつ、より多くの結果を獲得できるようになりました。詳しくはこちら。

平均 ▼  — 結果単価

推奨入札価格: ¥3,126 JPY (¥2545-¥3996)

請求のタイミング ①  インプレッション単価(CPM)

配信タイプ ①  標準 -1日を通して広告を配信 - 推奨  
 スピード - できるだけ早く広告を配信

## カスタムオーディエンスを作成



Facebookで作成したいターゲット層のタイプを選択してください。

このプロセスは安全で、カスタムに関する情報が公開されることはありません。

**カスタマーリスト**

メールや電話番号、FacebookユーザーIDまたはモバイル広告主IDとFacebook利用者を照合します

**ウェブサイトトラフィック**

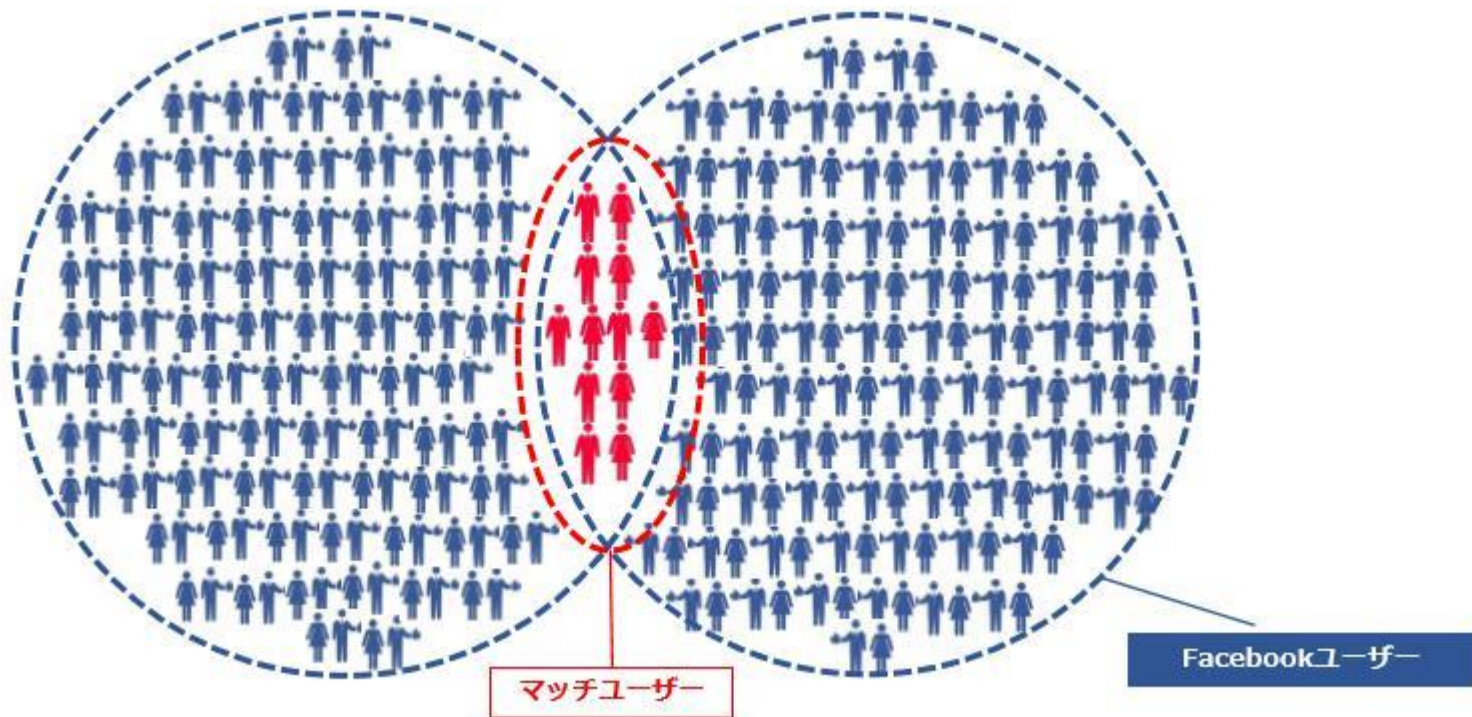
ウェブサイトまたは特定のウェブページにアクセスした人のリストを作成します

**アプリアクティビティ**

アプリまたはゲームで特定のアクションを実行した人のリストを作成します

キャンセル

**カスタムオーディエンスからの類似オーディエンス**  
カスタムオーディエンスのターゲットリストから情報を抽出してその属性に似た顧客リストを作ることができます。



自社が既に持っているリスト（メールアドレス・携帯番号）などをFacebookに登録を行い、マッチしたユーザーのリストを作成することが可能。

自社独自のリストとなる為、通常のセグメントと比較すると、安い単価で配信が行えるケースが多くある。

- 関連度スコア（1～10の数値、10が最高評価）
- スコアが高くなるほど配信コストは下がる傾向
- スコアはユーザーのアクションにより決まる

好意的 = クリック率、いいね！、シェアなど  
 否定的 = 広告を非表示、報告など

- スコアを上げるには = ターゲットを絞り込む、  
 広告画像・テキスト改善

関連度スコア ⓘ	好意的な意見 ⓘ	否定的な意見 ⓘ
4	中	中
2	低	中
4	中	高

- 広告画像、見出し文が命
- ターゲティング活用
- リターゲティング、カスタムオーディエンス、類似オーディエンスを使う

### 【カスタムオーディエンス】

既存顧客のメールアドレス、電話番号からリストを作成


広告を出すターゲットは「既存顧客」と「既存顧客の類似」

おススメの類似リスト = 既存顧客に似た人

- 既存顧客のメアドから作成したカスタムオーディエンス
- サイト訪問してコンバージョンした

# カスタムオーディエンス&類似オーディエンス

f Facebook広告

広告を管理 | アカウント設定 | 支払い管理 | パワーエディタ  | ツール ▾

広告アカウント: 365354157 (USD)

## オーディエンス

オーディエンスを作成 ▾ | フィルタ ▾ | 列をカスタマイズ ▾ | 広告を作成 | アクション ▾

	名前	タイプ	サイズ	利用可能
<input type="checkbox"/>		類似オーディエンス Custom Audience: oneサイトアクセス	263,700	● 利用可能 最終更新: 2016/04/09
<input type="checkbox"/>		カスタムオーディエンス ウェブサイト	10,000	● 利用可能 最終更新: 2016/04/09
<input type="checkbox"/>		類似オーディエンス Custom Audience: PPC広告学メルマガ登録者 1604	264,900	● 利用可能 最終更新: 2016/04/08
<input type="checkbox"/>		カスタムオーディエンス カスタマーリスト	500	● 利用可能 最終更新: 2016/04/07
<input type="checkbox"/>		類似オーディエンス Custom Audience: PPC WORKS_リスト取り 110	263,500	● 利用可能 最終更新: 2016/04/09
<input type="checkbox"/>		カスタムオーディエンス ウェブサイト	10,000	● 利用可能 最終更新: 2016/04/09
<input type="checkbox"/>		カスタムオーディエンス ウェブサイト	900	● 利用可能 最終更新: 2016/04/09
<input type="checkbox"/>		保存済みのオーディエンス	150,000	● 利用可能 最終更新: 2015/09/25
<input type="checkbox"/>		類似オーディエンス Custom Audience: 全体アドレス	257,400	● 利用可能 最終更新: 2016/03/24
<input type="checkbox"/>		保存済みのオーディエンス	5800	● 利用可能 最終更新: 2015/09/25

## ■ 時間帯配信システム

- 時間帯配信のパフォーマンスが落ちてるから効果的ではない。

## ■ 配信の配置について

- 配置は自動配置した方がいい。 ※FBが勝手に最適化してくれる。

**配置**  
適切な場所での

- 自動配置**  
広告は自動的に最適な
- 配置を編集**

広告スケジュール

常に広告を配信

**スケジュールを設定して広告を配信**

広告の配信期間設定を使用するには、通算予算が必要です。  
公開日はターゲット層の地域の時間帯で配信されます。  
例えば、午前8時～午前10時を選択した場合、広告はターゲット層が  
いる地域の午前8時～午前10時に配信されます。

	0時	3時	6時	9時	12時	15時	18時	21時
月曜日								
火曜日								
水曜日								
木曜日								
金曜日								
土曜日								
日曜日								
毎日								

スケジュール設定された時間はブルーで表示されます

配信タイプ **標準 -1日を通して広告を配信 - 推奨**  
その他のオプション

## ■CPC高騰の理由

・配信する時間帯 日額を1000円にした場合、  
21時からスタートしたら3時間で1,000円を消費しようとする。

新規キャンペーンを作る際は夜0時からスタート（¥表示の場合）（\$夕方4時）

**予算と掲載期間**  
 広告で使用する予算と配信する期間を設定してください。詳しくはこちら。

予算 ⓘ 通算予算 ▼ ¥35000  
¥35000 JPY

掲載期間 ⓘ

開始	<span style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px;">2016/9/6</span>	<span style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px;">13:37</span>
終了	<span style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px;">2016/10/6</span> <small>(日本時間)</small>	<span style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px;">13:37</span>

広告の掲載終了日: 2016年10月6日  
 合計最大費用: ¥35,000

---

広告配信の最適化対象 ⓘ ウェブサイトへの誘導 ▼

入札額 ⓘ

- 自動 - 最適な価格でリンクのクリック数を増やすための入札価格を自動設定する。
- 自分で設定 - リンクのクリックを増やすための入札価格を自分で設定する。

請求のタイミング ⓘ リンクのクリック(CPC)



## タグ（ピクセル）の概念



こちらをサイトに埋め込むだけで  
極端な話、サイトに訪れた人のデータをリスト化して  
再度その人だけに広告配信したり、  
いつ、こういったタイミングでどの広告から  
成約に至ったのかがわかるようになる

# WEB広告の最大のメリット

すべてのキャンペーン ▼ + キャンペーンを作成

列: 勝原カスタマイズ項目 ▼ 内訳 ▼ エクスポート ▼

キャンペーン名	配信	結果	リーチ	コスト	消化金額	リンクの...	ウェブサイ...	CPC(...)	ウェブア...	CTR(...)
	● アクティブ	62 コンバージョン	50,081	¥1,110 コンバージョ...	¥68,834	1,724	62	¥40	¥1,110	1.74%
	● アクティブ	90 リード(フォーム)	15,653	¥766 リード(フォ...	¥68,956	381	—	¥181	—	1.42%
	● アクティブ	8 リード(フォーム)	321	¥1,010 リード(フォ...	¥8,076	50	—	¥162	—	3.72%
	● アクティブ	— コンバージョン	1,726	— コンバージョ...	¥736	21	—	¥35	—	1.09%
	● 未配信	—	—	—	¥0	—	—	—	—	—
	● オフ	111 コンバージョン	65,607	¥4,459 コンバージョ...	¥494,956	1,676	111	¥295	¥4,459	0.59%
	● オフ	37 コンバージョン	47,292	¥1,972 コンバージョ...	¥72,979	1,650	37	¥44	¥1,972	1.68%

この広告セットの広告 ▼ + 広告を作成

列: 勝原カスタマイズ項目 ▼ 内訳 ▼ エクスポート ▼

広告の名前	配信	結果	リーチ	コスト	消化金額	リンクの...	ウェブサイ...	CPC(...)	ウェブア...	CTR(...)
	● アクティブ	21 コンバージョン	7,747	¥444 コンバージョ...	¥9,316	199	21	¥47	¥444	1.67%
	● アクティブ	10 コンバージョン	2,334	¥446 コンバージョ...	¥4,455	49	10	¥91	¥446	1.81%
	● アクティブ	— コンバージョン	3,877	— コンバージョ...	¥2,435	115	—	¥21	—	1.91%
	● オフ	6 コンバージョン	5,116	¥536 コンバージョ...	¥3,213	98	6	¥33	¥536	1.13%
	● オフ	1 コンバージョン	2,431	¥2,758 コンバージョ...	¥2,758	75	1	¥37	¥2,758	1.97%
	● オフ	— コンバージョン	1,852	— コンバージョ...	¥1,355	45	—	¥30	—	1.69%
	● オフ	— コンバージョン	337	— コンバージョ...	¥458	6	—	¥76	—	1.50%
	● オフ	— コンバージョン	160	— コンバージョ...	¥103	2	—	¥52	—	0.91%
	● オフ	— コンバージョン	6	— コンバージョ...	¥0	—	—	—	—	—

# 広告の分析、広告マネージャの見方

## Facebook広告の分析/改善ポイント

### 運用型広告は分析/改善が大事!!

しっかりと分析するには、基本を押さえることが大切。  
効果測定がきちんとできれば、データにもとづき正しい運用を行うことが可能。

### 分析/改善のポイント

- 広告分析は比較を行うことで改善を行うことが可能。  
↳ セグメント、広告文、バナー、リンク先などの比較を必ず行いましょう。
- 問題点の洗い出しを行い、問題点を1つずつ深堀し原因を特定します。  
↳ なぜ、クリック率が低いのか？なぜ、予算が消化できていないのか？

なぜ、CVRが低いのか？等を深堀することで、次の改善策をみつけることができます。

## Facebookレポートで分析できる基本的な指標

**パフォーマンス:** リーチ、フリークエンシー、インプレッション数などの広告の配信結果。

**エンゲージメント:** いいね、コメント、シェアなどのユーザーアクション

**動画:** 動画再生数、動画の平均再生時間(%)などの動画広告に関するデータ。

**ウェブサイト:** 設定した各種のCV数、CPAを確認することが可能です。

**アプリ:** アプリのインストール数、エンゲージメントなどのアプリ広告に関するデータ。

**イベント:** イベントへの参加やイベントへの出欠確認当たりコストなど。

**クリック数:** クリック数、ユニーククリック数、CTR、CPCなどの広告の配信結果。

**設定:** 開始日、終了日、広告セット名、広告ID、配信、入札、広告の目的など設定内容

## Facebookレポートで分析できる基本的な指標



## Facebookレポートで分析できる基本的な指標

### 列をカスタマイズ

パフォーマンス

検索  検索をクリア

パフォーマンス すべての列を選択

- 結果
- 結果レート
- 推定広告想起リフト(人)
- 推定広告想起リフト率
- リーチ
- フリークエンシー
- インプレッション数
- ソーシャルリーチ
- ソーシャルインプレッション数
- アクション数
- アクション実行者数
- 合計コンバージョン

関連度スコア(広告のみ: 配信の内訳はなし)

- 関連度スコア
- 好意的な意見
- 否定的な意見

費用

プリセットとして保存

### 選択された列10件

- 🔍 キャンペーン名
- 🔍 配信 ×
- 🔍 結果 ×
- 🔍 リーチ ×
- 🔍 コスト ×
- 🔍 予算 ×
- 🔍 消化金額 ×
- 🔍 終了日 ×
- 🔍 掲載期間 ×
- 🔍 関連度スコア ×

設定されているアトリビューションウィンドウ:

- 広告表示の1日後または広告のクリックから28日後

アトリビューションウィンドウを変更

キャンセル 実行

# 10分休憩







3ヶ月集中  
Specialforce（スペシャルフォース）  
WEB集客特化型養成講座



3ヶ月集中  
Specialforce（スペシャルフォース）  
WEB集客特化型養成講座の本質は？



生涯価値の高いスキルを一緒に学びながら  
お互い成長し合える仲間を作っていきますか？

3ヶ月集中  
Specialforce（スペシャルフォース）  
WEB集客特化型養成講座  
で得られるもの

少ない労力と予算で状況に合わせてWEB広告を使って  
継続的に見込み顧客を集め続けることができます

実際の取れた数値や反応を見ながらサイトを  
修正、改善し、**反応（売上）があがるサイト**を作れます

高い広告予算や制作費を業者払わず、  
生涯スキルの高い知識と経験を手に入れて  
**自社で運用、改善ができるようになります。**

3ヶ月集中  
Specialforce（スペシャルフォース）  
WEB集客特化型養成講座  
で得られるもの

プロモーション戦略（12ヶ月分）  
シュミレーションシート作成

オンライン戦略、オフライン戦略構築

自社メディア構築  
（ブログ、動画、フェイスブックページ等）

リスティングアカウント構築（ヤフー&アドワーズ）

見込み顧客リストに対しての教育系ステップメール

3ヶ月集中  
Specialforce（スペシャルフォース）  
WEB集客特化型養成講座

WEB広告に必要なすべてのノウハウ



Google Analytics



Google  
AdWords



3ヶ月集中  
Specialforce（スペシャルフォース）  
WEB集客特化型養成講座

## WEB広告に必要なすべてのノウハウ

運用型広告を行う上で費用対効果を最大限に  
発揮させるためのメンテナンス方法

キーワードマーケティング、顧客のペルソナ、  
案件ごとの価格設定、広告文&LPのABテスト、  
予算設定方法、地域ターゲティング、時間帯配信、  
IP除外、除外キーワード、YDN&GDN、動画ターゲティング、  
リタグ使用方法、タグマネージメントと画像テスト手順、  
オーディエンスデータ管理や概念など

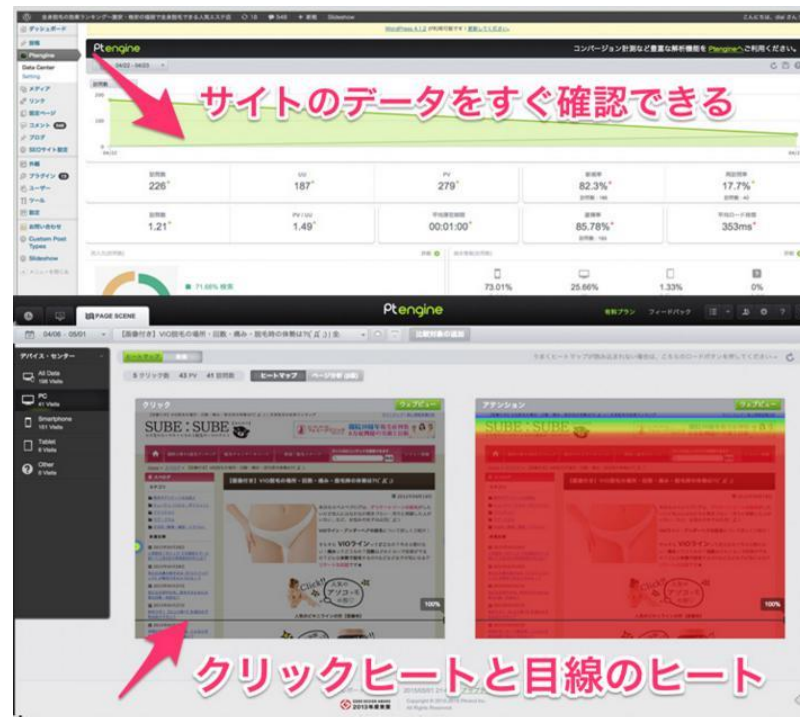
3ヶ月集中  
Specialforce（スペシャルフォース）  
WEB集客特化型養成講座

プロ視点のサイト解析マニュアル



# 3ヶ月集中 Specialforce (スペシャルフォース) WEB集客特化型養成講座

## ヒートマップでLP改善





3ヶ月集中  
Specialforce（スペシャルフォース）  
WEB集客特化型養成講座

メール、スカイプサポート、電話サポートは無制限



3ヶ月集中  
Specialforce（スペシャルフォース）  
WEB集客特化型養成講座

PC遠隔操作サポート



# 3ヶ月集中 Specialforce（スペシャルフォース） WEB集客特化型養成講座

## ビジネスモデルにあった 年間集客・収支シュミレーションの作成と改善



	10月31日	11月4日	11月10日	11月15日	11月21日	11月25日	11月26日	11/31	12月
				¥29,000					
				¥29,000					
				¥18,000					
				¥35,000					
				¥27,000					
			¥505,250				¥149,280		
					¥90,000		¥50,000		
							¥60,000		
	¥92,000							¥32,000	
	¥350,000	¥200,000			¥60,000				
	¥382,000	¥200,000		¥199,500	¥140,000	¥256,280	¥0	¥92,000	¥0
		¥65,000							¥600
			¥28,000						¥300
			¥21,000						
			¥20,000		¥40,000				
						¥50,000			
0	¥146,000							¥146,000	
	¥5,000		¥15,000					¥6,000	
	¥5,000		¥15,000					¥6,000	
	¥165,000							¥155,000	
		¥62,930							¥629
	¥10,000								
	¥49,000								
0	¥382,000	¥127,930	¥99,600	¥0	¥40,000	¥50,000	¥0	¥312,000	¥1529
in	¥27,100	¥100,170	¥20,570	¥140,070	¥240,070	¥458,950	¥458,950	¥178,950	¥25,4

# Mautic (モーティック)

マーケティングオートメーションツール



リストを取った後の教育型ステップメール

各自のビジネスモデルに沿った

見込み顧客獲得後のステップメール構築、  
ならびに成約率を高めるためのシナリオなどをご一緒に構築

**広告配信からコンバージョン、  
その後のWEBでの成約まで全自動化！**



3ヶ月集中  
Specialforce（スペシャルフォース）  
WEB集客特化型養成講座

業種・業態もしくはは広告媒体別のチーム分けにより、  
2週に1回のデータを見てのスカイプMTG

Google  
AdWords

YAHOO!



専門学校や大学時代にあった  
受きたい授業を選択して受講するようなイメージ





# 3ヶ月集中 Specialforce (スペシャルフォース) WEB集客特化型養成講座

リスティング広告プロフェッショナル養成講座 specialforce **メンバーシップサイトへの参加**

## 講座カリキュラム



## インフラ・チェック項目一覧

- ChatWorkスマホ用アプリ
- 最初にPCにダウンロードしておきたい無料ツール集
- 作業効率をアップするための音楽選
- セゾンプラチナ・アメリカン・エクスプレス・カード 担当者紹介と発行の手順
- 講座サポートについて
- リスティング広告運用資格取得方法について





# 3ヶ月集中 Specialforce（スペシャルフォース） WEB集客特化型養成講座

## 月1回の対面によるセミナー勉強会を開催



3ヶ月集中  
Specialforce（スペシャルフォース）  
WEB集客特化型養成講座

セゾンプラチナ・ビジネス・アメリカン・  
エクスプレス・カードの担当者をご紹介とカード  
発行



# 3ヶ月集中 Specialforce（スペシャルフォース） WEB集客特化型養成講座

- WEB広告に必要な知識と設定方法、すべての運用ノウハウ
- サイト解析マニュアル
- 現役WEB広告コンサルタントのサポート
- ヒートマップを使ったサイトのLPO
- メール、スカイプサポート、電話サポートは無制限
- PC遠隔操作サポート
- Mautic（モーティック）ステップメール構築
- プロモーション戦略（12ヶ月分）シュミレーションシート
- ビジネスモデルにあった年間集客・収支シュミレーションの作成と改善
- オンライン戦略、オフライン戦略構築
- 広告運用の際のレポートのチェックとディレクション
- 業種・業態別のチーム分けにより、2週に1回のデータを見てのスカイプMTG
- メンバーシップサイトへの参加
- ビジネスモデルにあった年間集客・収支シュミレーションの作成と改善
- WEB広告のパフォーマンスレポートへのコンサルティング
- 業種・業態別のチーム分けにより、2週に1回のデータを見てのスカイプMTG
- 月1回の対面によるセミナー講座&フォローワークを開催
- セゾンプラチナアメックスの担当者をご紹介と作成

※セミナー会場への交通費、  
懇親会参加費用は別途

## 398,000円（税込）

一括支払い: 398,000円（税込）

決済方法: クレジット決済、銀行振込

クレジットカード決済: 24回支払いまで選択可

銀行振り込み:

分割12回払い: 38,000円 × 12ヶ月

分割6回払い: 69,000円 × 6ヶ月

分割3回払い: 137,000円 × 3ヶ月

※講座終了後の  
メール、サポート、電話も  
無制限、完全無料

# 本日より3日以内の決済のみ！

3ヶ月集中  
Specialforce（スペシャルフォース）  
WEB集客特化型養成講座

その他、、、  
その1



社員など連れて2名受講の場合は2名分の受講料ではなく、  
2人目は半額で受講可

3ヶ月集中  
Specialforce（スペシャルフォース）  
WEB集客特化型養成講座

その他、、、  
その2



全額返金保障制度（クーリングオフ）

# 3ヶ月集中 Specialforce（スペシャルフォース） WEB集客特化型養成講座

その他、、、  
その3

- ◆助成対象となる訓練コース数は、1人当たり1年度3コースまでです。  
※対象となる訓練コースが「年間職業能力開発計画」内に含まれている必要があります。  
※様式3-1号で作成する訓練コースの名称を1コースと数えます。
- ◆1事業所が1年度に受給できる助成額は、最大で500万円です。

## 賃金助成の上限

	賃金助成 (1人1コース当たり)
中小企業	1,200時間まで
大企業	

## 経費助成の上限

	20時間以上 100時間未満	100時間以上 200時間未満	200時間以上
中小企業	15万円	30万円	50万円
大企業	10万円	20万円	30万円

本講座を申し込む際にIT講座助成金制度を使えば  
29~50万円の助成金が得られるので  
受講費が減額になる ※審査あり

3ヶ月集中  
Specialforce（スペシャルフォース）  
WEB集客特化型養成講座

少ない労力と予算で状況に合わせてWEB広告を使って  
継続的に見込み顧客を集め続けることが可能です。

修正、<sup>実</sup> **お約束します！** コンテンツを作れます

高い広告予算や制作費を業者払わず、  
生涯スキルの高い知識と経験を手に入れて  
自社で運用、改善ができるようになります。

3ヶ月集中  
Specialforce（スペシャルフォース）  
WEB集客特化型養成講座の本質は？



生涯価値の高いスキルを一緒に学びながら  
お互い成長し合える仲間を作っていきますか？

3ヶ月の講座が終了したらはい、サヨナラの関係ではなく  
コミュニティとしてはずっと継続をさせていただきます！



# 3ヶ月集中 Specialforce（スペシャルフォース） WEB集客特化型養成講座

- WEB広告に必要な知識と設定方法、すべての運用ノウハウ
- サイト解析マニュアル
- 現役WEB広告コンサルタントのサポート
- ヒートマップを使ったサイトのLPO
- メール、スカイプサポート、電話サポートは無制限
- PC遠隔操作サポート
- Mautic（モーティック）ステップメール構築
- プロモーション戦略（12ヶ月分）シュミレーションシート
- ビジネスモデルにあった年間集客・収支シュミレーションの作成と改善
- オンライン戦略、オフライン戦略構築
- 広告運用の際のレポートのチェックとディレクション
- 業種・業態別のチーム分けにより、2週に1回のデータを見てのスカイプMTG
- メンバーシップサイトへの参加
- ビジネスモデルにあった年間集客・収支シュミレーションの作成と改善
- WEB広告のパフォーマンスレポートへのコンサルティング
- 業種・業態別のチーム分けにより、2週に1回のデータを見てのスカイプMTG
- 月1回の対面によるセミナー講座&フォローワークを開催
- セゾンプラチナアメックスの担当者をご紹介と作成

**一括支払い: 398,000円（税込）**  
決済方法: クレジット決済、銀行振込

クレジット決済: 24回支払いまで選択可  
銀行振り込み:

**分割12回払い: 38,000円 × 12ヶ月**  
**分割6回払い: 69,000円 × 6ヶ月**  
**分割3回払い: 137,000円 × 3ヶ月**

- 社員など連れて2名受講の場合は2名分の受講料ではなく、2人目は半額で受講可
- 全額返金保障制度（クーリングオフ）
- 本講座を申し込む際にIT講座助成金制度を使えば29~50万円の助成金が得られるので受講費がまるまる無料になる ※審査あり