

【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

●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

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
- フェイスブック広告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
- 独学でやっているけど思うように広告運用ができていない
- FB広告を運用しているが、費用対があっていない
- WEBのマーケティングのはじめとしてFB広告をしっかりと学びたい

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
- PPCアフィリエイト実践者、FB広告アフィリエイト実践者
- 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

- 時流について
- 消費者分類と広告出稿目的
- 広告に対するマインドセット
- 運用型広告と反響型広告について

【第2部】 Facebook広告における基本概念、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



2004年

- ・ 複合機 ・ 通信商材の営業代行の会社～

事業部統括営業部長

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



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～

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



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

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。

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



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。

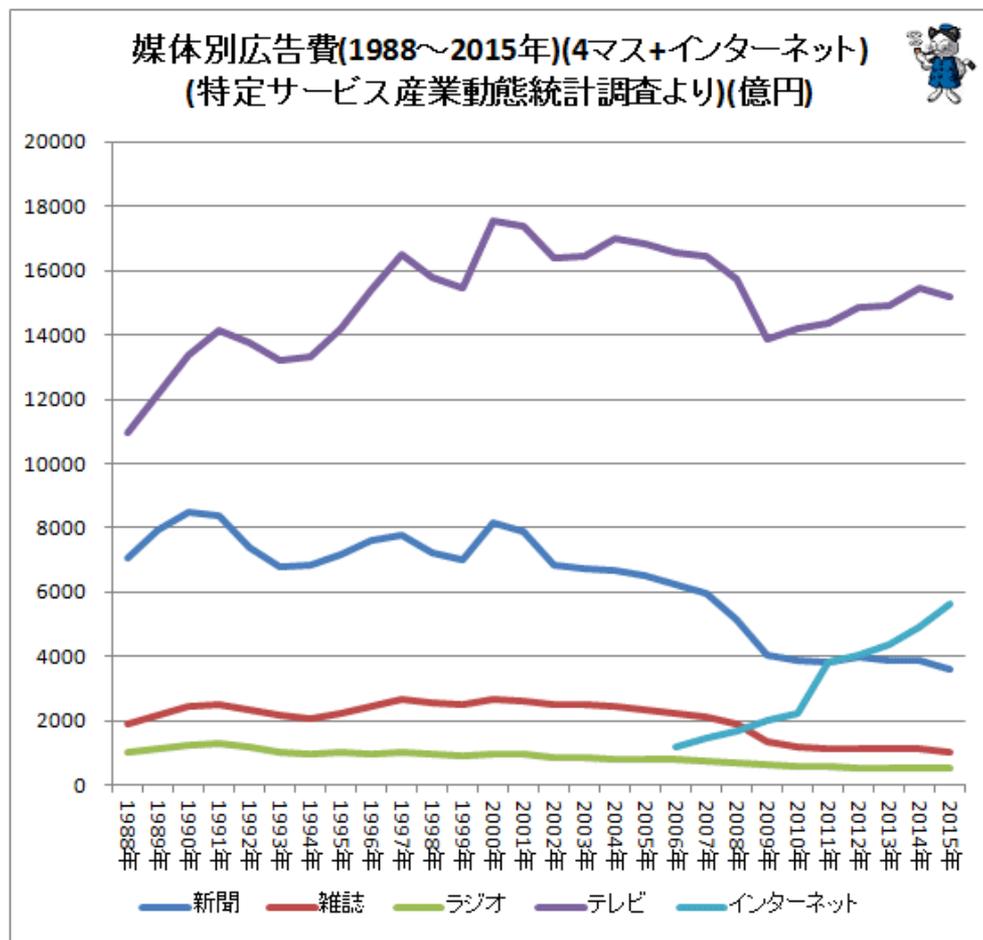
【第1部】

WEBマーケティング知識&理解編



- 時流について
 - 消費者分類と広告出稿目的
 - 広告に対するマインドセット
- 運用型広告と反響型広告について

時代の流れ（時流）



テレビ：
1兆5千億円（昨年対比98%）

インターネット：
5615億円（昨年対比114%） **上昇トレンド**

新聞：
3581億円（昨年対比92%） **減少トレンド**

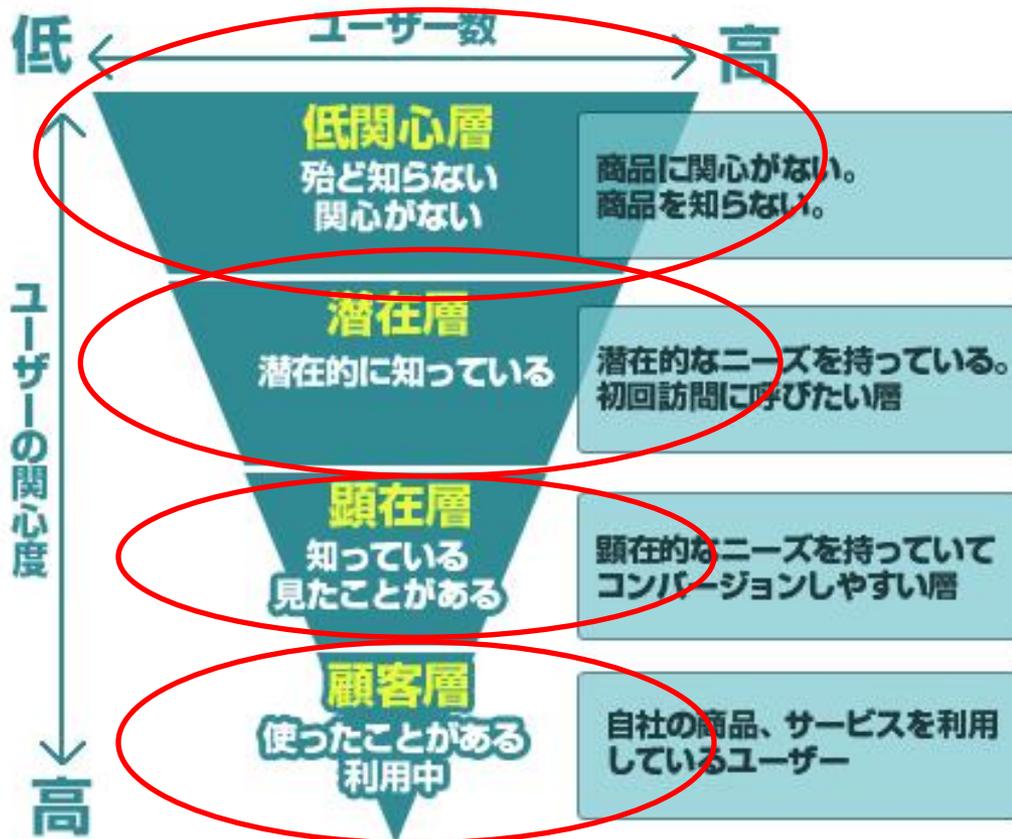
雑誌：
1037億円（昨年対比93%） **減少トレンド**

そこに流れがある時、取るべきアクションはわずか3つのみ

1. 流れに逆らうか！？
2. 流れに乗るか！？
3. 気付かずに流されるか・・・

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？

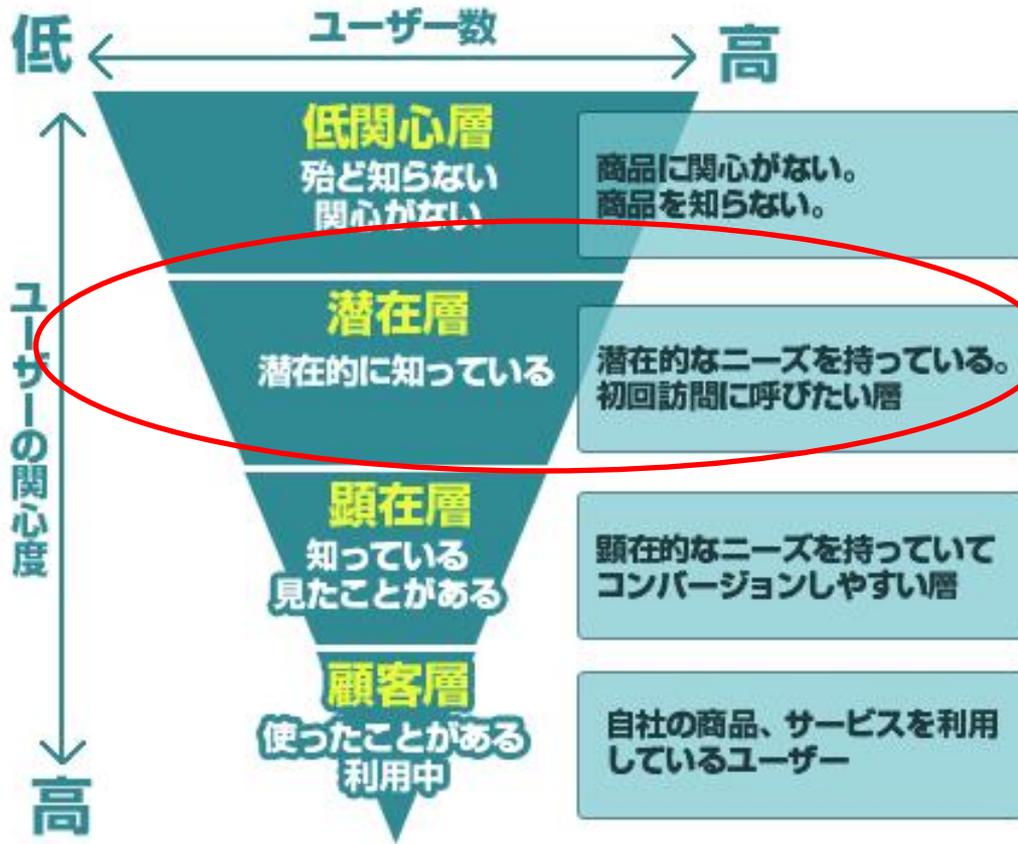


純広告（バナー広告）や
インプレッション課金型広告、
動画広告など

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

広告に対する重要なマインドセット

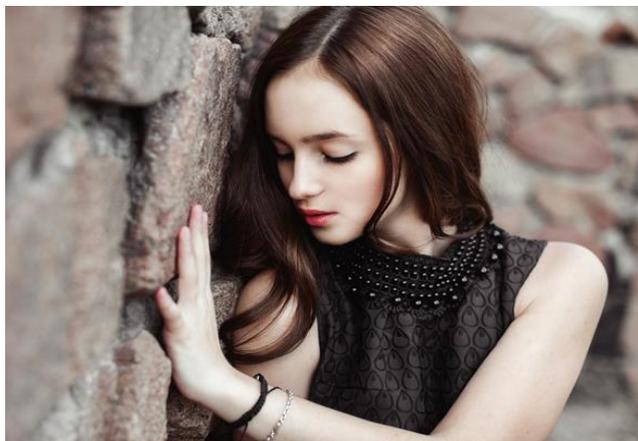
答えは市場に聞く

The Action is The Answer.



マーケティング最大の敵は自意識である

最もクリックされる写真はどれでしょう？



WEB広告には大きくわけて2つ種類がある

反響型広告

運用型広告

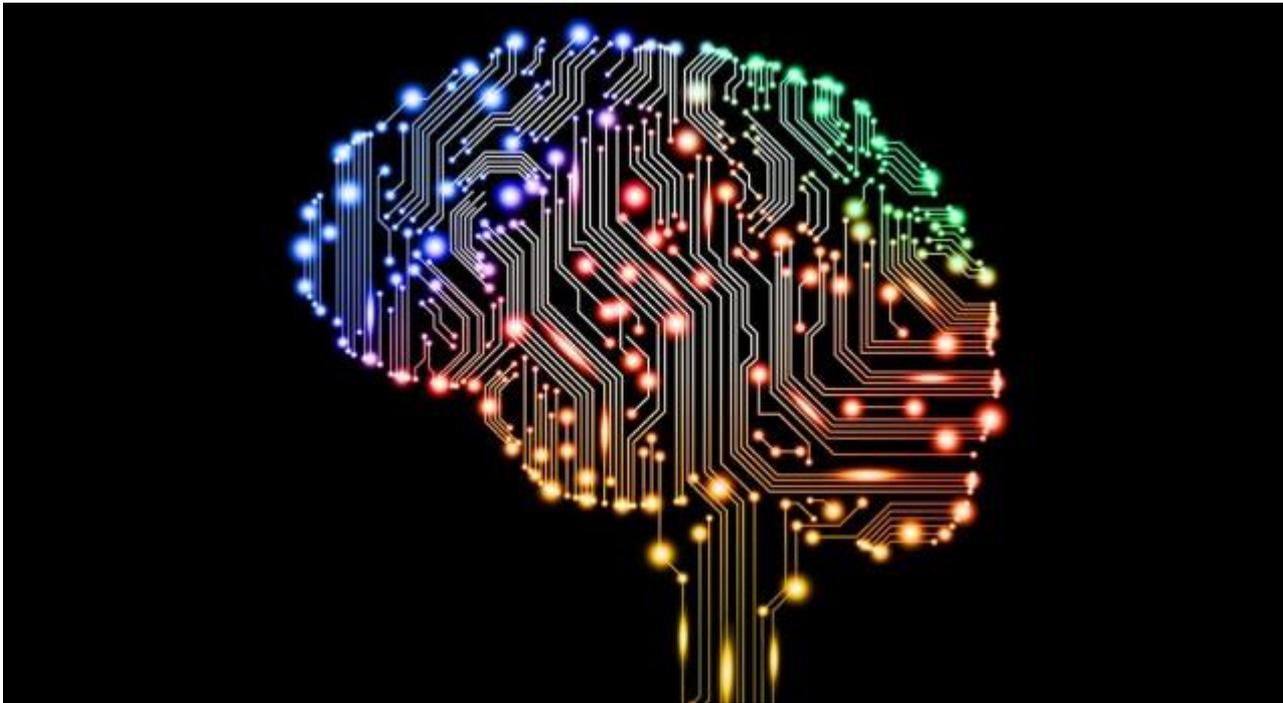
反応の良い【タイトル】はどちらでしょう？

1. 好きなだけ食べても痩せるダイエット方法が解明された
2. 注意！！73%の人が知らずにやっている太る食べ方

FB広告を使ってできること

1. サイトへのアクセスアップによるクリック型課金モデルの収益化
2. FBページへのいいね！を増やしてファンの獲得
3. イベントやセミナー集客のための見込み顧客獲得
4. 実店舗への集客やオフラインコンバージョン等
5. 成約、申込み、購入といったコンバージョンしそうな方に対しての広告配信

広告コントロール型から 広告学習型へ



ノウハウよりも最適化

【第2部】

Facebook広告における基本概念、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



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¹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

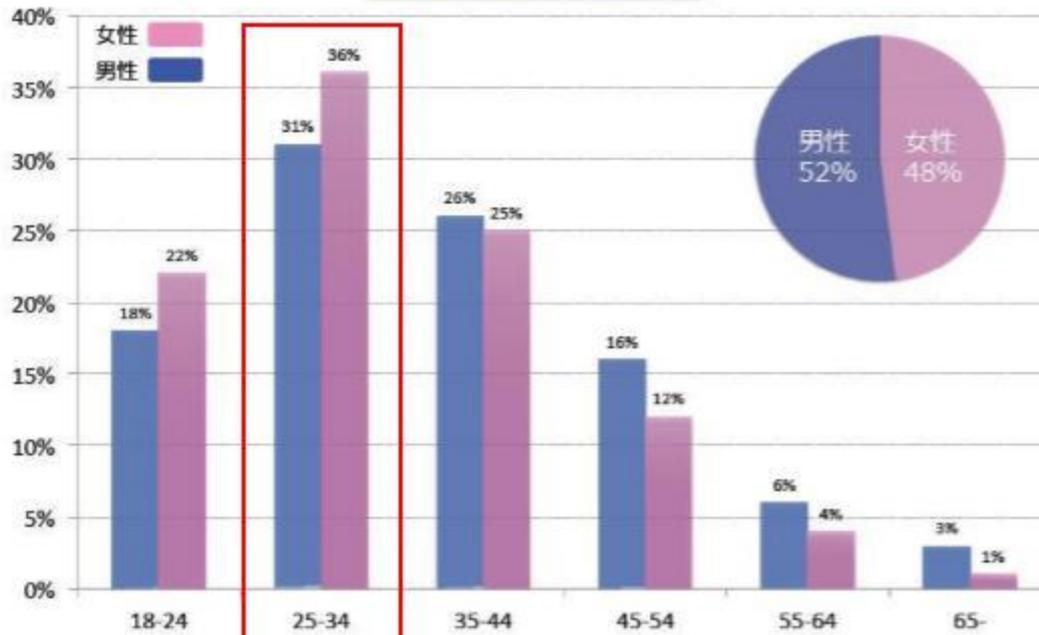
● 日本

- 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

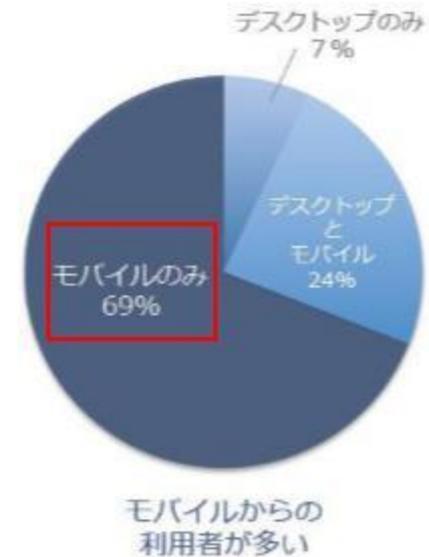
性別x年齢



	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

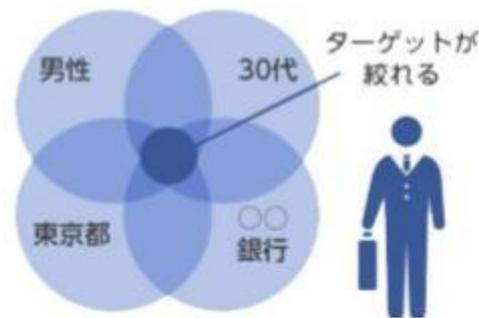
他メディアの27%のターゲティング精度と比較して、Facebookは**91%の精度**で設定したターゲットオーディエンスに正しく広告配信ができていますという調査結果が発表されています。



※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

ターゲティングの種類

性別、年齢、エリア（市町村まで）、興味・関心、
交際ステータス、学歴・学校名、業種・タイトル・会社名、
ライフイベント、リターゲティング、類似ユーザー、など

例① 化粧品通販

◆最適なターゲティング設定

リターゲティング

年齢×性別×興味関心（美容）

年齢×性別×興味関心（ダイエット）

年齢×性別×興味関心（特定な有名人）

性別×婚約している人

類似ユーザーターゲティング

例② 転職系

◆最適なターゲティング設定

リターゲティング

年齢×性別×業種

年齢×性別×大学名

類似ユーザーターゲティング

大前提として、、、

そもそもFBは能動的に
情報を探してログインして閲覧しているのではなく、

時間が空いた際になんとかなく流し読みで眺める媒体

ということをお忘れてはいけません。



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!」とコメントしています。」という投稿がある。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 ぶん俱樂部」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のフッターには「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

アカウント

アカウント単位で全てのキャンペーン、広告の請求が発生します。予算なども確認でき使用した広告費はアカウント単位になります。

キャンペーン

キャンペーン

キャンペーン

キャンペーンは広告配信の目的を設定します。これで最適化の掛かり方がわかります。キャンペーン名には【広告主】もしくは【広告キャンペーン名】で管理した方がわかりやすいかと思います。

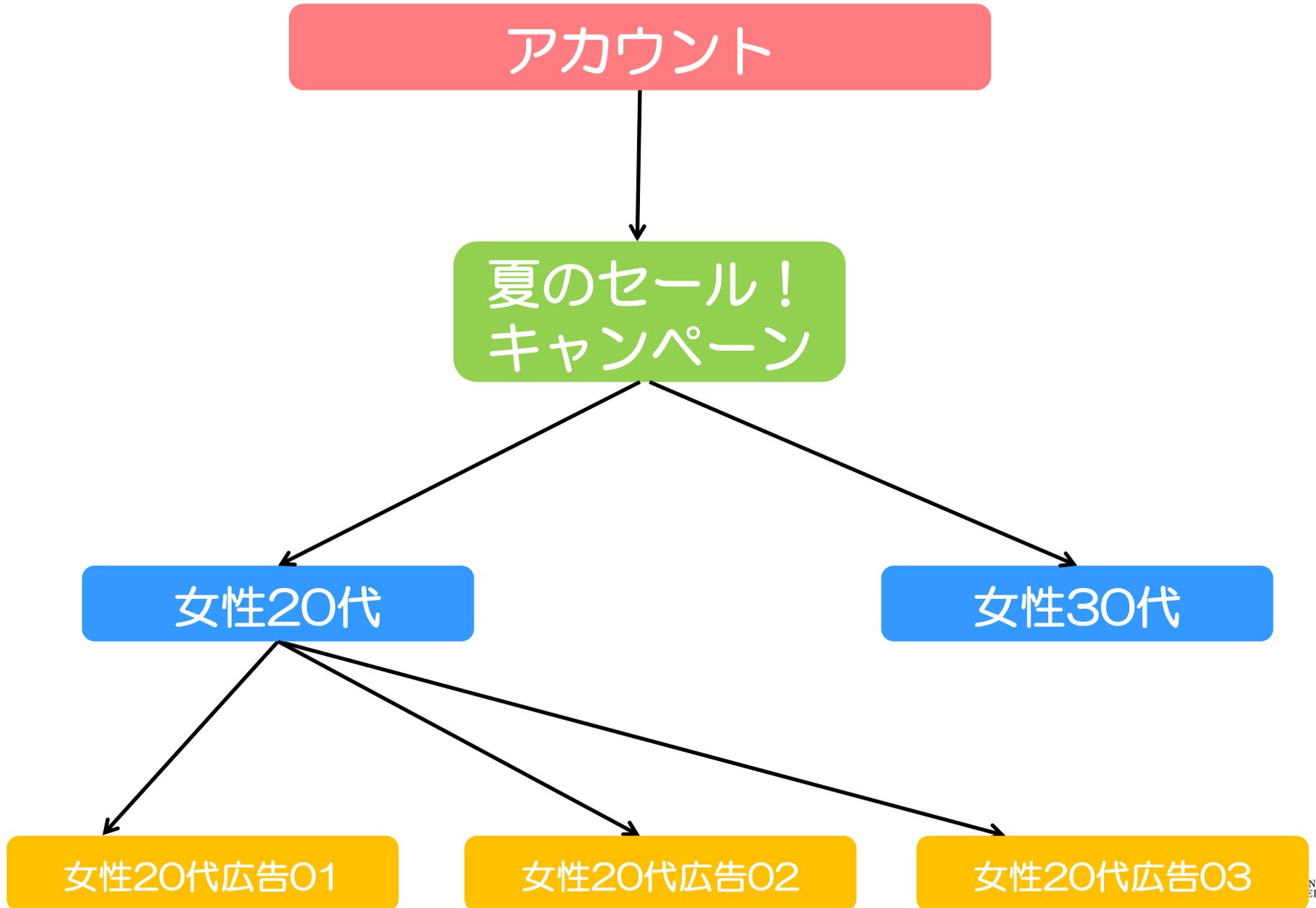
広告セット

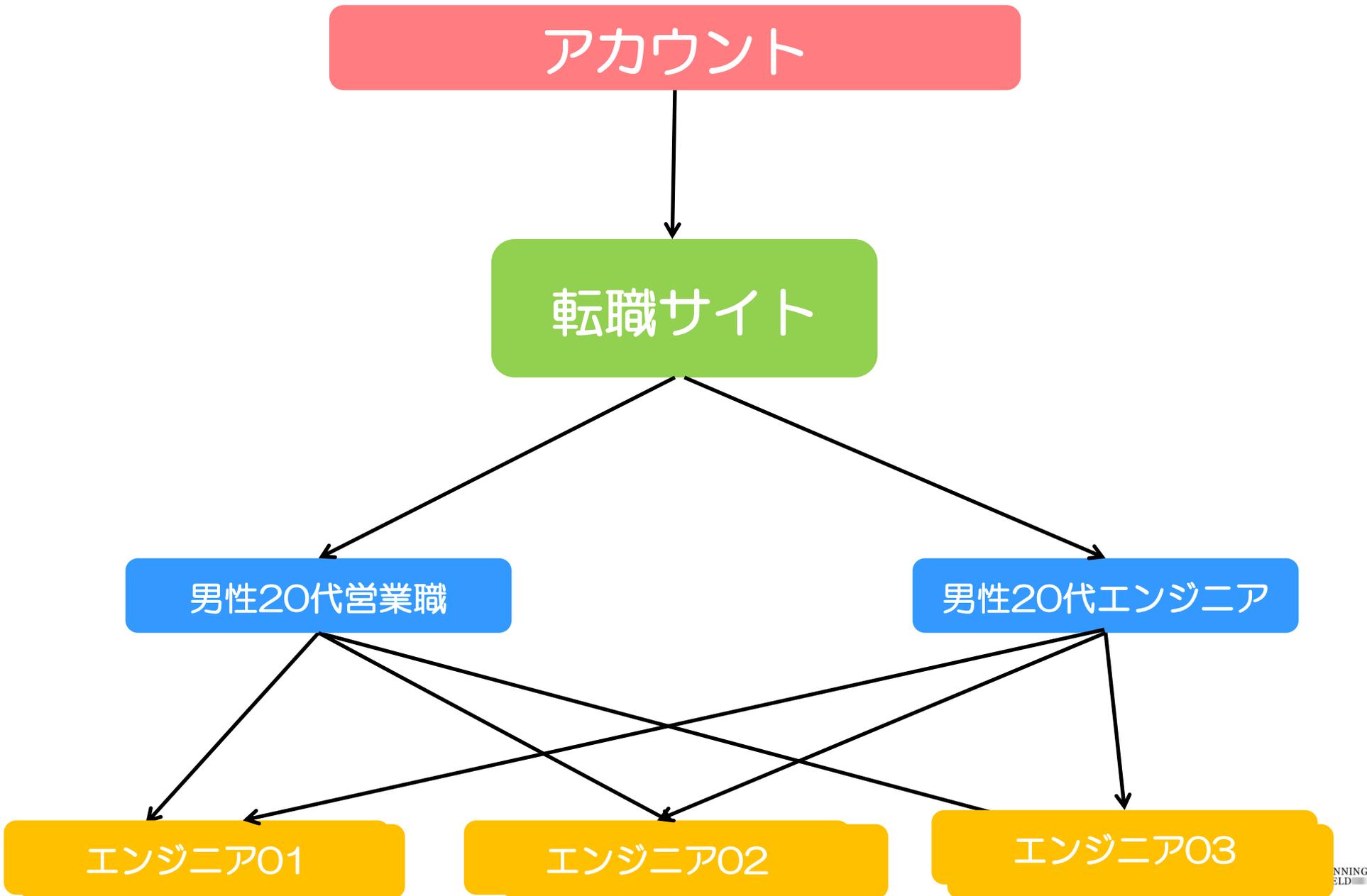
広告セットでは配信期間、配信予算、ターゲティング入札額を設定します。広告セット名には配信のターゲティング名を入力して管理した方がわかりやすいかと思います。

広告

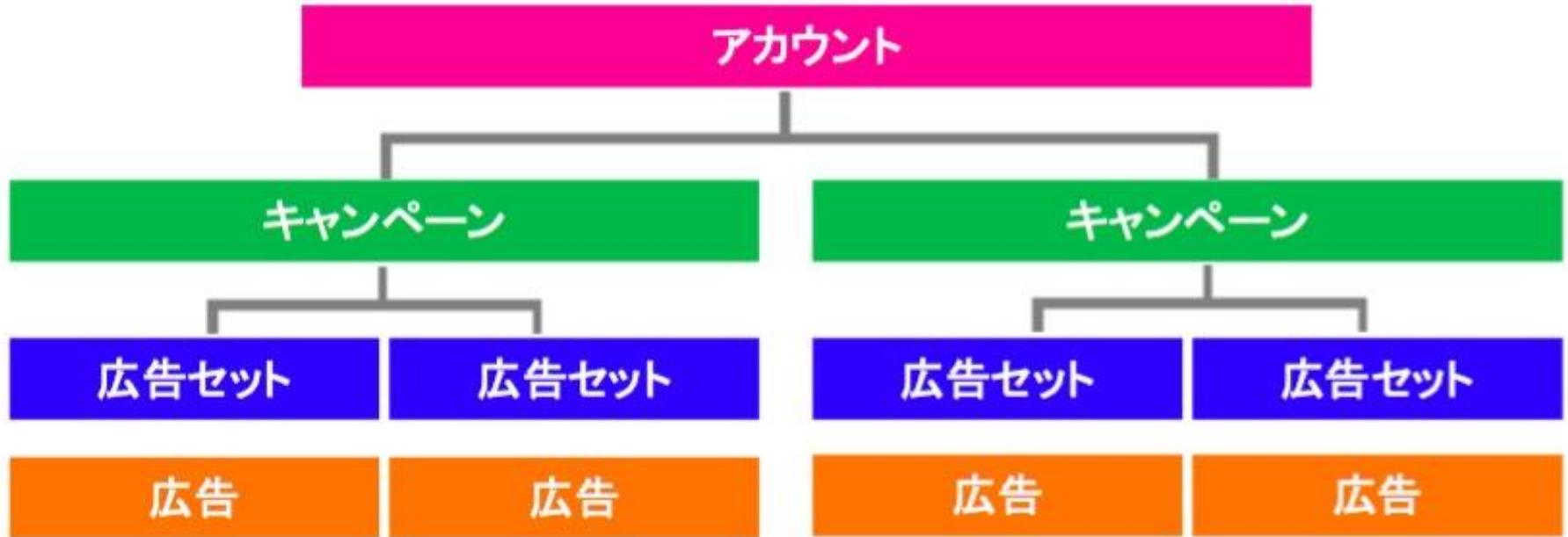
広告

広告





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。

フェイスブック広告にはキャンペーンに対して複数の入札方法がある。

CPC

上限をCPCの単位を選んでユーザーが広告をクリックする度に課金される。

広告の種類にもよるが、一般的には一番やりやすいが配信結果によっては最適化がかけにくい

CPM

上限CPMの単価を選び、1000回の広告表示に合わせて課金される。

こちらはCTRが高ければ高いほど結果のクリック単価が安くなり、CTRが低くなれば低いほど結果のクリック単価が高くなるため、手動の設定変更によって最適化をかける事が出来る。

最適化CPC/CPM
(oCPM)

フェイスブックがキャンペーンの配信目的に合わせて独自の自動配信の最適化アルゴリズムを使って、目的に応じた最適な入札額で広告配信を行う。

配信単価がフレキシブルな場合はこちらの自動最適化を使う事が出来る。

ある程度上限クリック単価など決められている場合はオススメしない。

winningfield (11596865673838... ▼)

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

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"> ブランドの認知度アップ 	<ul style="list-style-type: none"> トラフィック 	<ul style="list-style-type: none"> コンバージョン
<ul style="list-style-type: none"> リーチ 	<ul style="list-style-type: none"> エンゲージメント 	<ul style="list-style-type: none"> 製品カタログでの販売
	<ul style="list-style-type: none"> アプリのインストール 	<ul style="list-style-type: none"> 来店数を増やす
	<ul style="list-style-type: none"> 動画の再生を増やす 	
	<ul style="list-style-type: none"> リード獲得 	

※2017年1月31日時の管理画面

ケース01：マラソントレーナーの場合



フェイスブック広告を3週間ほど広告出稿。

3ヶ月のマラソンスクール：料金は5万円3ヶ月に一度の開催で、毎回20名以上が参加リピートが8割で新規をほぼ取れない状態

売上100万円/1回開催

・ 広告配信詳細

【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

【サイト（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

【目的（コンバージョン）】

メルマガ読者獲得

【広告出稿期間】

フェイスブック広告 2016年8月8日～8月29日

【結果】

メルマガ読者獲得数：49名

広告費：17,751円

獲得単価（CPA）：362円/人

コンバージョン (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: [] > キャンペーン: 20160818_ログリタゲ
 広告セット: 20160818_ログリタゲ - コピー - コピー

検索 [v] フィルタ [v] 2016年8月22日 ~ 2016年8月28日

この広告セットの広告 [v] + 広告を作成

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_ログリタゲ > 20160818_ログリタ...	● 未配信 広告セッ...	1172	¥44	¥485	69	¥44	14	¥216
Default name - ウェブサイトクリック - コピー ... 20160818_ログリタゲ > 20160818_ログリタ...	● 未配信 広告セッ...	308	¥54	¥485	9	¥54	2	¥243
▶ 広告2件の結果		1185 :人数	¥45	¥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...

**最初の週で16件獲得！
1件220円**

アカウント: [] > キャンペーン: 20160826_ログリタゲ_類似
 広告セット: 20160826_ログリタゲ_類似

検索 [v] フィルタ [v] 2016年8月22日 ~ 2016年8月28日

この広告セットの広告 [v] + 広告を作成

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_ログリタゲ_類似 > 20160826_プロ...	● 未配信 広告セッ...	1040	¥28	¥1075	38	¥28	6	¥179
Default name - ウェブサイトクリック 20160826_ログリタゲ_類似 > 20160826_プロ...	● 未配信 広告セッ...	10	¥53	¥53	1	¥53	—	—
Default name - ウェブサイトクリック 20160826_ログリタゲ_類似 > 20160826_プロ...	● 未配信 広告セッ...	66	—	¥0	—	—	—	—
▶ 広告3件の結果		1177 :人数	¥29	¥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...

**第2週目で6件、
1件188円！**

アカウント: [] > 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 [v] フィルタ [v] 2016年8月22日 ~ 2016年8月28日

この広告セットの広告 [v] + 広告を作成

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	¥16	¥995	64	¥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	¥1004	64	¥16	12	¥84
▶ 広告2件の結果		3341 :人数	¥19	¥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...

**最終週で32件のメルマガ読者を獲得！！
1件94円！！**

フェイスブック広告を3週間ほど広告出稿

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。
その後、【施術の応用編】を1泊2日20万円の
合宿+継続的サポートで案内し、8名中7名が参加

売上140万円/1回開催

・ 広告配信詳細

【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

【サイト（LPの）訴求】

運動で膝を治すというところを強みにしている

【目的（コンバージョン）】

メルマガ読者獲得

【広告出稿期間】

フェイスブック広告 2016年8月8日～8月29日

【結果】

メルマガ読者獲得数：194名

広告費：30,597円

獲得単価（CPA）：157円/人

ケース02： 理学療法士の場合



のキャンペーン

キャンペーン名	配信	リーチ	コスト	消化金額	リンクの...	ウェブサイ...	CPC(リ...	ウェブア...
<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	272	36	¥28	¥178
<input checked="" type="checkbox"/> 剣道リストCV増	● アクティブ	900	¥19	¥1570	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	リン	¥11	81	—	¥11	—
<input type="checkbox"/> 剣道【リスト取得】	● オフ	877	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	リンククリッ...	¥21 ¥895	43	—	¥21	—

**1週間でメルマガが獲得数107件、
1件の獲得単価 最安90円！！**

自分の見込み顧客に対してニーズ&ウォンツを喚起させるような適切なアプローチで興味ある方のみメールアドレスを登録してもらい、その後ステップメールを送りながら信頼度を高めつつ悩みを解決して適度なタイミングでオファーしている形になります。



Mautic (モーティック)

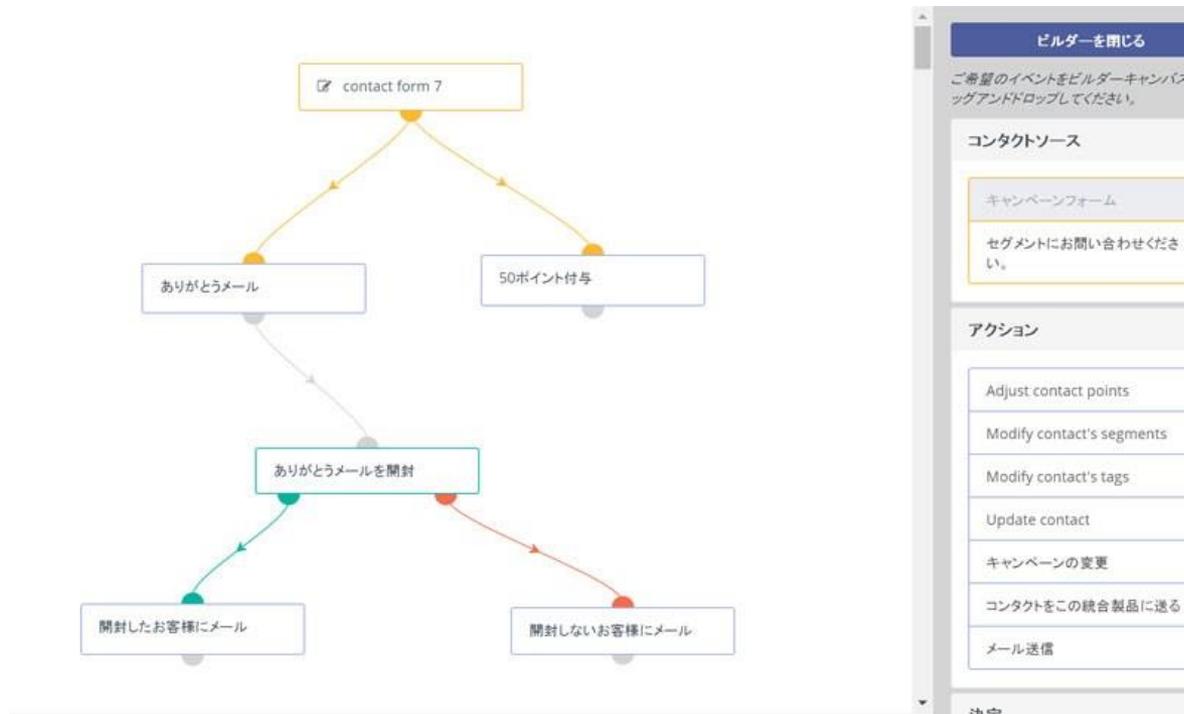
マーケティングオートメーションツール



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

グーグル広告 (グーグルアドワーズ、GDN) とヤフープロモーション広告 (YDN) とフェイスブック広告を出稿

■11月

★売り上げ件数：591件
売上額：8,274,000円
粗利： 4,473,559円

★広告費

GoogleAdWords ¥56,447
Yahoo!スポンサードサーチ ¥12,401
YDN ¥13,662
Facebook広告 ¥171,931
合計 ¥254,441

■12月

★売り上げ件数：862件
売上額：12,068,000円
粗利： 5,951,239円

★広告費

GoogleAdWords ¥124,503
Yahoo!スポンサードサーチ ¥24,414
YDN ¥43,557
Facebook広告 ¥752,287
合計 ¥944,761

ケース03： PC機器の輸入販売者の場合



この方はPC機器を自社で輸入し製品を仕入れて複数の広告媒体を戦略的に絡めて売上の自動化に成功した事例となります。

在庫切れになるほど爆発的な売上があがり、1月は在庫の関係売上は下がってしまったようですが、2月は月利1000万円が見込まれているようです。

手順としてはFB広告で安く大量にサイトに見込顧客を集めて、※オーディエンスデータを溜めてヤフープロモーション広告やグーグルアドワーズの追跡型広告 (リターゲティング広告) で追いつつ、成約した顧客情報に類似したリストを再度生成、再度アプローチを繰り返して自動化させた結果となります。

ケース04： オンライン英会話スクールの場合



フェイスブック広告を出稿

■11月

★リスト数 586件
 ★売り上げ件数：17件
 売上額：5,625,600円
 粗利： 5,004,321円

★広告費・雑費

Facebook広告 ¥471,279
 その他 ¥150,000
 合計 ¥621,279

■12月

★リスト数 1113件
 ★売り上げ件数：33件
 売上額：10,560,000円
 粗利： 9,295,232円

★広告費・雑費

Facebook広告 ¥944,768
 その他 ¥320,000
 合計 ¥1,264,768

この方はオンライン英会話スクール運営を行っているのですが、最初リスティング広告で顧客獲得を行っていたところ、CPCの高騰により、CPAもおのずと高騰して赤字になりました。

その後、FB広告出稿を行ったのですが、それでもうまくいかず、試行錯誤を繰り返すことにより、顧客の教育期間の重要性に気づき、FB広告の使い方をダイレクトレスポンスからリスト取りに切り替えて、ステップメールで教育し、3ヶ月32万円のオンライン英会話スクールをオファーしたところ、爆発。

現在では広告の最適化もかかり、自動的に集客～販売～アフターフォローまで仕組みを作り上げています。

◆2016年11月



リスト獲得数 586件/月 リスト単価 804円/月

◆2016年12月



リスト獲得数 1113件/月 リスト単価 849円/月

◆2017年1月



リスト獲得数 1743件/月 リスト単価 1017円/月

Facebookの課金について

コンバージョン (CPM or CPC)

⇒ 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

※CVをしやすい人に対して広告を配信していくため、CPCを釣り上げてでも表示するためCPCが高くなる傾向にある

トラフィック (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

リード獲得 (CPM)

⇒ FBアカウントに登録しているメールアドレスを取得するための広告配信

リーチ (CPM)

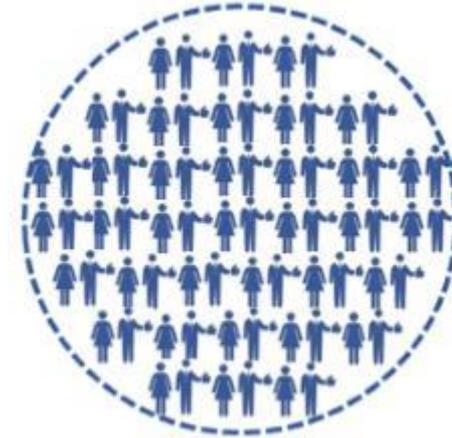
⇒ ターゲット層に含まれる人にできるだけ多く広告の配信

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

コンバージョン
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

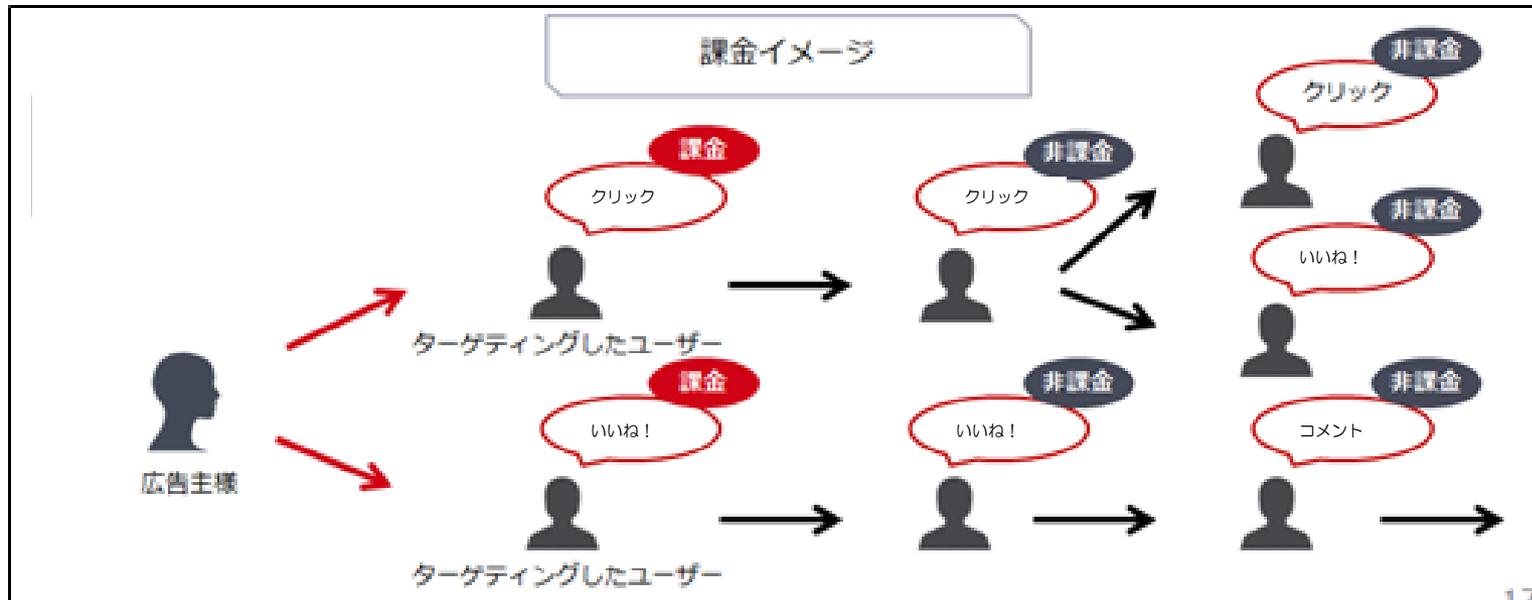
トラフィック
ウェブサイトクリック への誘導

: 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!!

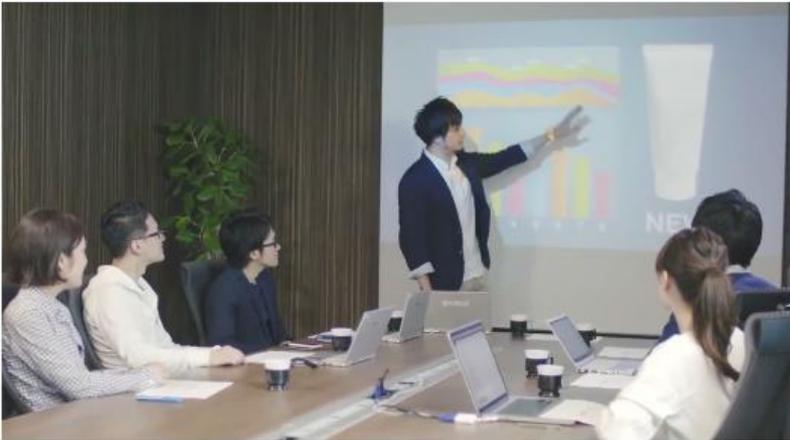


2次拡散される程、広告費用をかけずに広告の配信が可能!!

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

Yusuke Watanabeさん、嶋 耕作さんがメディア活用コンテンツブランディングについて「いいね!」と言っています。

メディア活用コンテンツブランディング
広告 · 。

[いいね!](#)

【無料】10年で書籍売上1000万部超のフォレスト出版元編集長が明かす。多くのベストセラー著者を生み出したコンテンツ集客術。AmazonとAppleの力を活用した新規客獲得術



AmazonとAppleの力を活用した集客の秘訣

編集者歴10年で書籍売上1000万部超教材部門を5年で年商15億円規模に作り上げた

DNAPUBLISHING.JP [詳しくはこちら](#)

3人

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	<p>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。</p>
個別広告アカウント	<p>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！</p>
Facebookページ	<p>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。</p>
広告アカウント (ビジネスマネージャ)	<p>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。</p>

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。

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

GMOアカウント（エージェンシーアカウント）

広告費後払い決済代行サービス

Facebook広告、Twitter広告、リスティング広告の
利用代金を1枚の請求書に一括＆後払いに！

GMO PAYMENT GATEWAY



GMOアカウント（エージェンシーアカウント）

広告費後払い決済代行サービスとは

このような課題を解決いたします！

01

毎月媒体ごとへのお振込み、入金作業が発生するので請求作業が煩雑…

→各媒体、まとめてお支払いが可能に！

媒体ごとにアカウントの発行、請求作業、お支払い手続きが発生するところを弊社で代行、貴社の工数削減となります。

02

広告費が発生する前から媒体社に入金する必要があって困る…

→お支払いは60～最大90日サイクルの後払いモデル！

本サービスでは広告を出稿した翌月に請求書を発行し、翌々月末までに入金いただく「60～最大90日サイクル」となっています。キャッシュフローに余裕をもって広告を出稿することが可能です。

03

クレジットカード、アカウントの上限にあたってしまい広告が途中で止まってしまう…

→上限額を気にする必要がなくなる！

クレジットカードの限度額、アカウントの上限額にあたって広告が出稿できないという悩みを解決できます！※ご利用にあたり、審査が必要となります。

04

はじめて広告を出稿するので不安…

→代理店だからこそそのサポートも充実！

数多くのお客さんの広告を運用してきたGMO-PGだからこそそのサポートプランをご用意しています！※オプションサービスプランをご参照ください。

 アプリのインストール

 来店数を増やす

 動画の再生を増やす

 リード獲得



コンバージョン

支払い方法の追加や購入など、ウェブサイトやアプリでのアクションを促すことができます。また、Facebookピクセルまたはアプリイベントを使用してコンバージョンをトラッキング・測定できます。

A/Bテストを作成: この広告キャンペーンを使用して、広告セットの戦略をテストします **NEW** ⓘ

広告キャンペーン名 ⓘ

次へ

キャンペーンの上限予算 ⓘ 上限を設定(任意)

Facebook広告の種類

5種類のFacebook広告

広告を配信していく際に決まった形式があります。大きくわけて5種類になります。

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。**動画で訴求を行うので【字幕】が必須!**

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。動画と同様、動的な訴求が出来ます。

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

店舗&企業の為のWeb集客実践会
広告

あなたならこの女性たちの気を引くためにどのような広告やキャッチコピーを作りますか？



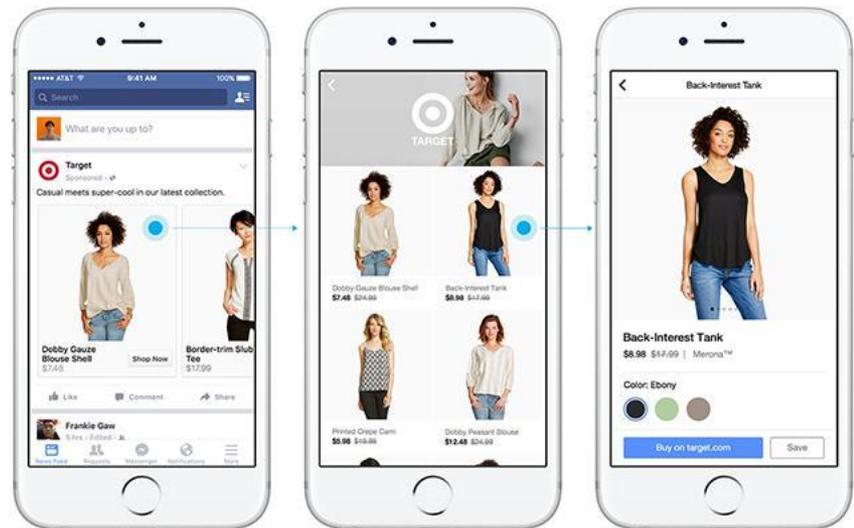
WEB経由で新規客はどんな感じで来ているのか？

詳しくはこちら

いいね！ 1件

いいね！ コメントする シェアする

キャンバス広告



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。

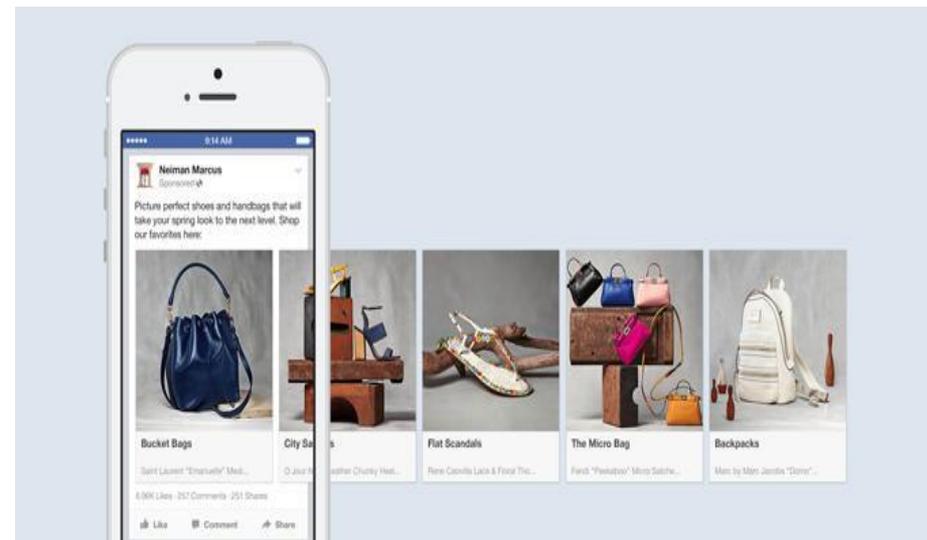
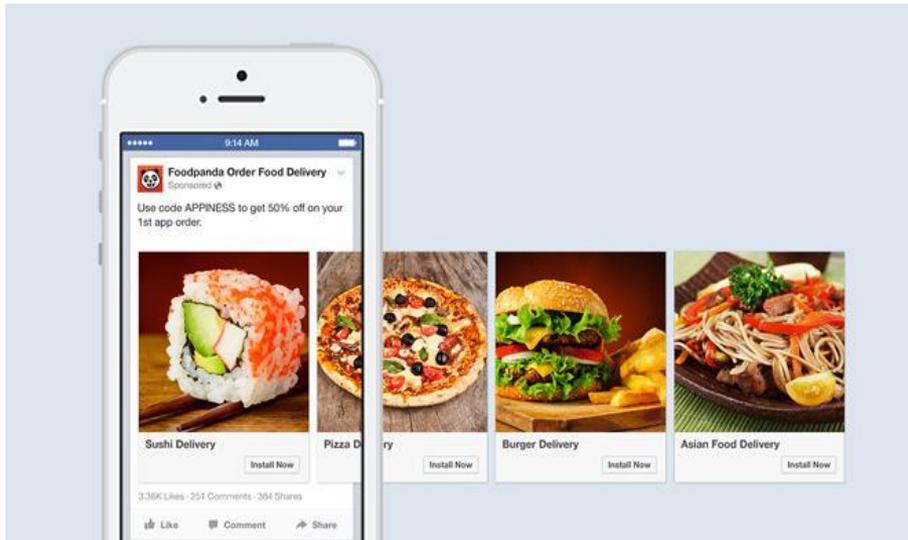
ストーリーを伝える。

↳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



SoftBank 4G 21:21

角田 慶樹朗さん、Takuma Horiuchiさん、
他48人がpairs - ペアーズについて「いいね...

 pairs - ペアーズ
広告 · *

Facebookでかわいい彼女を見つけませんか？

まずは写真を見てみる！
<http://bit.ly/290LTGj>



彼女を



探せ

- フィード
- リクエスト
- Messenger
- お知らせ
- その他

SoftBank 4G 21:21

角田 慶樹朗さん、Takuma Horiuchiさん、
他48人がpairs - ペアーズについて「いいね...

 pairs - ペアーズ
広告 · *

Facebookでかわいい彼女を見つけませんか？

まずは写真を見てみる！
<http://bit.ly/290LTGj>



ご近所で



バレずに

- フィード
- リクエスト
- Messenger
- お知らせ
- その他



pairs - ペアーズ

6時間前 · *

今月中にデートがしたい！彼氏がいない女子を探せます。

▶ <http://bit.ly/1Kor5Sx>

Facebookを活用してpairsで恋人見つけませんか？

タイムラインには一切投稿されません。... もっと見る



「イイ人いない」って諦めてませんか？



自分史上最高に素敵なお人、見つけました。

いいね! コメントする シェアする

45



pairs - ペアーズ

Yesterday at 19:00 · *

交際4年でフラれた...。後悔しないで彼氏を探せるよ！

▶ <http://bit.ly/1RjlA8R>

Facebookを活用してpairsで恋人見つけませんか？

タイムラインには一切投稿されません。

お友達に内緒で使えます☆☆

... Continue Reading



自分史上最高に素敵なお人、見つけました。



1日10分の恋人さかイン！



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る。

「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。バナー広告

11/1~11/14

平均CTR 2.20%

スライドショーの概要

スライドショーを使うと、モ、編集が可能。写真を組み合わせ、動画を作成、宣伝、編集ロードすることも、ページの写

スライド広告

11/15~11/21

平均CTR 4.42%

をすばやく簡単に作成しスライドショーにすること自分の写真をアップロードできる。

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Facebook広告の新しいフォーマット。ユーザーが、携帯電話やタブレットなどのモバイル・デバイスで、キャンバスを含む広告をタップすると、Facebookから移動することなく、タップ、パン、スワイプといった操作で、インタラクティブなコンテンツを閲覧することができる。

キャンバス自体は、画像（単一、カルーセル表示）、動画（GIFアニメ、シネマグラフィック）、テキスト、リンクを組み合わせ、コンテンツとして作成出来るので、ブランドや商品をカタログ的に紹介したり、ゲームやアプリの世界観や使用法、デモプレイ見せるなどの広告体験を、インタラクティブに提供することが出来ます。

https://business.facebook.com/ads/creativehub/home/gallery/?act=567994613219703&business_id=1700530166854458

キャンバス広告の出稿方法

キャンバス広告は、まずFacebookページの投稿ツールからキャンバスを作成し、完成したキャンバスをパワーエディタで広告素材として設定して出稿します。

The screenshot shows the Facebook interface for the business page '株式会社ウィニングフィールド' (Winning Field). The '投稿ツール' (Post Tools) menu item is circled in red. The main content area features a large banner for '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' (Sharing the latest know-how information for store customer acquisition using web marketing and SNS). Below the banner, there are several icons representing different marketing tools: '写真や動画をシェア' (Share photos or videos), 'ビジネスの広告を掲載' (Post business ads), 'メッセージの送信を促す' (Encourage message sending), 'クーポンを作成' (Create coupons), 'ノートを作成' (Create notes), 'イベントを作成' (Create events), '電話の発信を促す' (Encourage calling), and 'ビジネスへの導線を紹介' (Introduce paths to business).

キャンバス広告の出稿方法

キャンバス広告は、まずFacebookページの投稿ツールからキャンバスを作成し、完成したキャンバスをパワーエディタで広告素材として設定して出稿します。

ビジネスを検索

株式会社ウィニングフィールド

ヘルプ

Facebookページ

メッセージ

お知らせ 99

インサイト

投稿ツール

設定

ヘルプ

投稿

公開済みの投稿

日時指定の投稿

下書き

間もなく期限切れになる投稿

動画

動画ライブラリ

クロス投稿できる動画

リード獲得広告フォーム

ライブラリから

フォームの下書きライブラリ

キャンバス

公開済みの投稿

+ 作成

検索...



アクション

 投稿

リーチ

クリックアクション

公開日時

地方の方のweb集客は東京で教えられて
いる集客方法とかなり変わってくる。そ...

312

34

2017年2月27日 21:38



0

0

2017年1月20日 13:19

事業を行う上で年間に割り当てる予算な
どは目標売上から算出しないとして...

1.4K

285

2017年1月12日 9:59

【売上前年対比UPさせるための正しい
WEB広告予算投下とは?】こんな事言...

1.5K

276

2016年12月21日 9:00

先ほどようやく実業向けのWEB広告セミ
ナーが終わりました。本業はWEBのコ...

1.9K

310

2016年12月3日 21:11

先日、リスティング業界にすごいニュー
スが入ってきましたね!日本の企業が...

337

50

2016年12月2日 17:34

2日間合計約45名ほどの少数制ではありま
したが、1日10時間ほどの拘束のワーク...

1.2K

337

2016年11月9日 12:19

少数制ですがフェイスブック広告の勉強
会でできようかと思っています。初心...

1.1K

251

2016年10月27日 13:03

店舗集客や企業のサイトアクセスアップ
で無視できないくらいになってきたSN...

889

89

2016年10月4日 10:58

キャンバスビルダー

戻る コンポーネント

Preview Share 保存する 終了 ヘルプ

無題のキャンバス

設定

+コン

追加するコンポーネントを選択

 ボタン	 カルーセル	 写真
 テキスト	 動画	 ヘッダー

キャンセル OK

キャンバスへようこそ

コンポーネントを追加ボタンを使用して開始します。

Facebook広告キャンペーン目的

winningfield (11596865673838... ▼)

キャンペーン
 ↳ 広告の目的

広告セット
 ↳ ターゲット
 ↳ 配置
 ↳ 予算と掲載期間

新しい広告
 ↳ フォーマット
 ↳ メディア
 ↳ テキスト

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

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
ブランドの認知度アップ ?	トラフィック ?	コンバージョン ?
リーチ	エンゲージメント ?	製品カタログでの販売
	アプリのインストール	来店数を増やす
	動画の再生を増やす	
	リード獲得	

※2017年1月31日時の管理画面

FB広告のテキスト制限

「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

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）

ウェブサイト上でメールマガジン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になります。この広告キャンペーンを選ぶことによって、FB広告が勝手にコンバージョン（以下CV）しやすいような人に対してだけ広告を配信していく仕組み

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](#)

トラフィック（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](#)

リード獲得（Facebookに登録しているメアド取得）

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 image shows a screenshot of a Facebook Lead Generation Form titled "リード獲得フォーム" (Lead Generation Form). The form is displayed in a window with a close button (X) in the top right corner. The form is divided into several sections:

- フォーム名とオプション** (Form Name and Options): A section where the user can name the form and select the language. The language is currently set to "English (US)".
- コンテキストカード** (Context Card): A section where the user can add a context card to highlight special offers or promotions. It includes a checkbox labeled "コンテキストカードを追加" (Add Context Card) and a link to "詳細オプションを表示する" (Show More Options).
- 右側広告枠** (Right Side Ad Placement): A vertical advertisement on the right side of the form. It features a yellow 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 know-how information for store acquisition). Below the header are several circular icons representing different marketing strategies. At the bottom of the ad, there is a blue button labeled "送信" (Send).

At the bottom of the form window, there are three buttons: "戻る" (Back), "下書きを保存" (Save Draft), and "次へ" (Next).

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



エンゲージメント

「投稿でのエンゲージメント」「ページへのいいね!」「イベントへの参加を増やす」「クーポンの利用」の4種類

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

- 広告広告した打ち出し方をしない
- ファン獲得ツール
- イベントへの参加などは見込み顧客獲得に使える

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

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

様々な店舗のニーズに応じた
最適な戦略の提案

サイト分析と
アクセス解析の提案

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 ☎ 03-6869-3864 (受付9:40-18:00)

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!

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コンバージョン（コンバージョンを増やす） ②トラフィック（ウェブサイトへのアクセスを増やす）

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コンバージョン（コンバージョンを増やす）

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 image shows a screenshot of a Facebook profile page for a user named Katsuhara Jun. The page is in Japanese. The top navigation bar includes the Facebook logo, a search bar with the text "友達、スポット等を検索", and the user's name "Katsuhara Jun" along with navigation icons for "ホーム", "友達", "メッセージ", "通知", and "設定".

The main content area shows a post by "門脇義弘" (Kadowaki Yoshinori) in a group named "鎌倉大好き CLUB 鎌倉ともだち". The post text reads: "由比ヶ浜パル-kamakura-です 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". Below the text are three photos of a flower stand with various flowers and a sign that says "パン屋".

On the right side, a dropdown menu is open, showing options for "Facebookページ:" (Facebook Page). The menu items are: "ページを作成" (Create Page), "ページを管理" (Manage Page), "グループの作成" (Create Group), "グループの管理" (Manage Group), "広告を掲載" (Post Ads), "広告を管理" (Manage Ads), "アクティビティログ" (Activity Log) with a notification badge of "4", "ニュースフィードの設定" (News Feed Settings), "設定" (Settings), and "ログアウト" (Log Out). The "ページを作成" option is highlighted with a red box.

At the bottom of the page, there is a notification for "木曜日 10月度 カマコン定例会" (Thursday 10th Monthly Kamakura Convention) and a photo of "田中尊寿さんと他1人" (Tanaka Takahisa and 1 other person). Below that is an advertisement section with the text "広告" and "広告を作成" (Create Ad), and a partial view of a photo.

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 the search bar, the user's name, and navigation icons. A dropdown menu is open from the top right, displaying 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 'PUPPY'. The right sidebar shows a list of pages and groups, 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

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ページを作成して、ブランドやビジネス、慈善事業などをFacebookでターゲット層にアピールしましょう。

設定は無料です。まずページタイプを選択してください。



地域ビジネスまたは場所



会社または団体



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。

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

1. ページ作成画面へ移動

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

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  この地域のすべての人 ▼

 次を含める: ▼ | 地域を追加

所在地の一括追加...

年齢  18 ▼ - 65+ ▼

性別  **すべて** 男性 女性

趣味・関心  趣味・関心を検索 | [おすすめ](#) | [参照](#)

言語  言語を入力...

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

The screenshot shows the Facebook page interface for 'Winningfield'. The page name 'Winningfield' is visible in the top left. The navigation bar includes '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', and 'ヘルプ'. The main content area features a cover image placeholder with a camera icon and the text '写真を追加'. A red dashed box highlights a text box with the following instructions:

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

A red arrow points from the text box to the 'カバーを追加' button in the bottom right corner of the cover image area. Another red dashed box highlights the 'アイコン画像' (Profile Picture) section in the left sidebar, which includes a camera icon and the text '写真を追加'. Below this, the sidebar lists navigation options: 'ホーム', 'ページ情報', '動画', '写真', 'イベント', 'ノート', 'いいね!', and 'タブを管理'. The main content area shows a post creation section with options for 'ステータス', '写真・動画', and 'イベント、大事な出来事+'. Below this, there are statistics for '今週' (This Week): '投稿のリーチ' (0) and '投稿のエンゲージメント' (0). The right sidebar contains a search bar for the page's posts, a list of 'いいね!' (Likes) (0 items this week), and a section for 'ページフィード' (Page Feed) with options to view the page's feed and request likes from friends.

4. Facebookページ情報設定

Winningfield

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

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 すべて見る

0 投稿のリーチ | 0 投稿のエンゲージメント

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

WINNING FIELD

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
- 🔍 詳細
- 🛒 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。)

脳と心を動かす販売戦略！脳科学マーケティング
1day講座
広告

購買心理が手に取るように理解できる！
世界最先端の脳科学マーケティングセミナー、無料開催！

顧客に「買いたい」と思わせる技術とは

LIVE-PR1.COM

いいね！

SoftBank 4G 12:44

Adventure Incについて「いいね！」と言...

格安航空券検索 skyticket 国内・海外航空券をお得に予約
広告

航空券最大<70%OFF!>
東京発 沖縄行き 6,870円～
東京発 福岡行き 5,380円～
<100万DL突破>の格安航空券検索アプリ
旅行・出張・帰省などに便利！

とっちゃん

skyticketで最安値の航空券を比較！
269,584人が利用して...

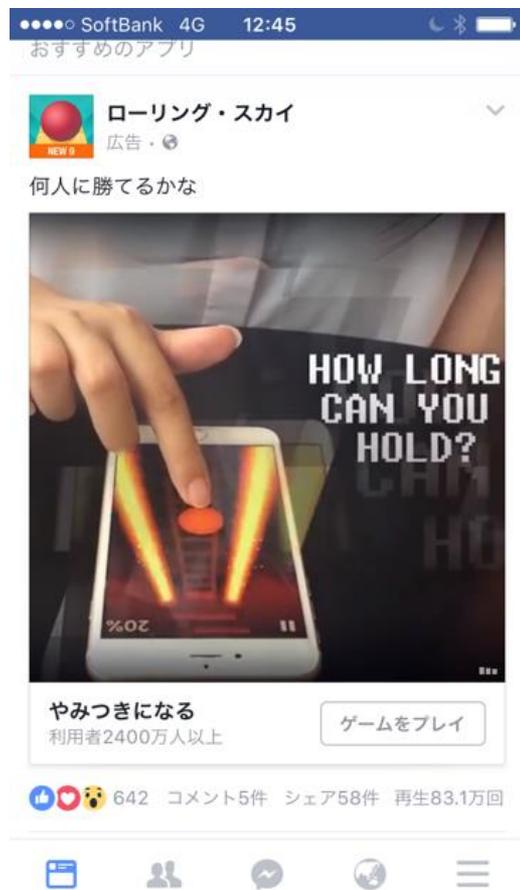
インストールする

いいね！

■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.いびき改善グッズ（購入） <http://aid-sleep.com/makura/>

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. Facebook広告に関する勉強会への集客（参加費1万円）
<http://www.seminars.jp/s/285354>

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

セミナー > インターネット/パソコン > IT/インターネット
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？
【実践型】Facebook広告を効果的運用する超集客勉強会

開催日 2017年03月04日(土) エリア 大阪府 価格 10,000 円



■ セミナー内容

セミナー概要

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。

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

いびき改善グッズ（購入）

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

Facebook広告に関する勉強会への集客（参加費1万円）

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

【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

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広告の画像の最適な活用方法】

ターゲティング×画像 で広告の効果の8割は決まる！



オーディエンスターゲティングの場合は人の画像
リマーケティングの際には商品・サービス名や値段など
軽く入れるのも効果的

【Facebook広告の画像の最適な活用方法】

ターゲティングに沿った年齢・性別の画像使用について

20代~50代 女性写真例



20代~50代 男性写真例



※Shutterstockの写真で外人写真を使用するとCPCが高くなる傾向あり

【Facebook広告の画像の最適な活用方法】

〇〇をやっている人～ 〇〇を持っている人～

クリエイティブに行動力を持たせる



暗い写真よりは明るい写真の方がアイキャッチ効果が高い



画像×ターゲティングの組み合わせ

【Facebook広告の画像の最適な活用方法】



20~24歳 女性

25~29歳 女性

30~34歳 女性

20~39歳 美容属性

【Facebook広告の画像の最適な活用方法】

親近感や商品やサービスを申し込むためのゴールや得られる満足感訴求

例1 18~23 男女 学生

合コンで部分脱毛したスベスベなお肌をほめられたい



部分脱毛も初回キャンペーン中！
詳しくはこちら

例2 20~39 婚約者

最高の結婚式にするために！部分脱毛
だけでもやっておきたい



部分脱毛も初回キャンペーン中！
詳しくはこちら

例3 25~39 女性 職種・業種

いつも残業ばかり、、、
そんな自分へのご褒美



今なら50%オフ！
詳しくはこちら

f
≡ 広告マネージャ
検索

winningfield (11596865673838... ▼

新しい広告: 新しい広告を作成

既存のキャンペーン

- 170212_朝活@富山_FBページEG_アクセス流す ✓

既存の広告セット

- 朝活@富山_FBのEGの類似2% ✓

新しい広告

- フォーマット
- メディア
- ページとリンク

MESSANGER

メッセージ本文

構造化メッセージ(JSON)

- ボタンなし
- 申し込む
- 予約する
- お問い合わせ
- 寄付する
- ダウンロード
- 詳しくはこちら
- 予約リクエスト 分かりやすく説明するテキスト
- メニューを表示
- 購入する
- 登録する
- 他の動画を視聴

詳しくはこちら ▼

詳細オプションを非表示にする

ニュースフィードリンク説明文

ディスプレイリンク

広告プレ

デス

閉じる

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（ポジティブフレーム）**
↳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（ネガティブフレーム）**
↳「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」

自社のサービスや商品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の画像（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 ←全く無しでよい

↳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.必ずしもサービス内容と親和性を高めないといけないわけではない

↳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、関係ない人たちにターゲティングされるのでは？と思いがちだが
まずは広告をクリックしてもらおうという【アイキャッチ的な要素】と捉えるべき

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. 「トラフィック（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」

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. On the left, there are navigation menus for 'Campaigns', 'Ad Sets', and 'New Ads'. The main area is titled 'Marketing Objective?' and contains a table of objectives. The 'Traffic' objective is circled in red. Below the table, the 'Audience' section is visible, with the 'Website Conversion' targeting option also circled in red. The right sidebar shows audience targeting details, including location (Japan), age (25+), and placements (Facebook, Instagram).

認知度	検討機会	コンバージョン
ブランドの認知度アップ	トラフィック	コンバージョン
リーチ	エンゲージメント	製品やサービスの購入
	アプリのインストール	未
	動画の再生を増やす	
	リード獲得	

オーディエンス

- 地域: 日本
- 年齢: 25歳~
- 配置: モバイル、デスクトップ、タブレットのすべてのプラットフォーム
- Placements: Facebook 広告枠、ネット

潜在リーチ: 20

1日の推定リ: Facebook, Instagram

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. 「トラフィック（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「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）」 → 「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」

winningfield (11596865673838...)

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](#)

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"> ブランドの認知度アップ 	<ul style="list-style-type: none"> トラフィック 	<ul style="list-style-type: none"> コンバージョン
<ul style="list-style-type: none"> リーチ 	<ul style="list-style-type: none"> エンゲージメント 	<ul style="list-style-type: none"> 製品カタログでの販売
	<ul style="list-style-type: none"> アプリのインストール 	
	<ul style="list-style-type: none"> 動画の再生を増やす 	
	<ul style="list-style-type: none"> リード獲得 	

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

入札額

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

年齢

- 25+

配置

- モバイル
- デスクトップ

Placem

- Facebook
- Instagram

潜在リーダ

1日の推定

Facebook

Instagram

数値は選択した推定値

広告セット名 JP - 25-60

CV実績を貯める

1. 「トラフィック（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「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）」 → 「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. 「トラフィック（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「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）」→「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



ペライチ

を使って簡易的に作成

あっ！と驚くほど早く簡単
誰でもホームページ作成を！

豊富に用意されたテンプレート。誰にでも使いやすい編集画面。
オリジナルホームページやランディングページが無料で作成できます。

動画を見る

ページを作ってみる

ペライチ

ペライチ

豊富な用意されたテンプレートにも使いやすい編集画面を使って、オリジナルホームページを作成しましょう。

<https://peraichi.com/>

新しいページの作成

テンプレートの選択

ページ作成に使うテンプレートを選択してください。イメージに合ったテンプレを使うことで素早くページを作成することができます。イメージに合うテンプレートがなくても**全てのテンプレートで内容や構成は自由に編集可能**なので、デザインのバターンは無限大です。

ペライチではテンプレートの構成に拘られずに、様々なデザインのページを作成できます。制作事例ではペライチを使って作成されたページをご紹介しますのでページイメージの参考にしてください。

[制作事例ページへ](#)

- 全て
- サービス
- イベント
- セミナー
- 店舗・施設
- 結婚式
- 通帳
- サロン
- NPO
- 食品
- 団体・会社
- 採用
- ポートフォリオ
- シンプル

25件

ブランク

空白のテンプレート。何も無い状態からページを作成したい場合に最適なテンプレート。

[このテンプレートを使う](#)

セミナー イベント

セミナーや講演、イベント用のテンプレート。セミナーページによく使われる構成。テンプレートのプレビューを見る

[このテンプレートを使う](#)

企業 採用

企業の人材採用のテンプレート。新卒採用向けのデザイン構成。テンプレートのプレビューを見る

[このテンプレートを使う](#)

参考 https://peraichi.com/landing_pages/view/asakatsu

Strikingly (ストライキングリー)

を使って簡易的に作成

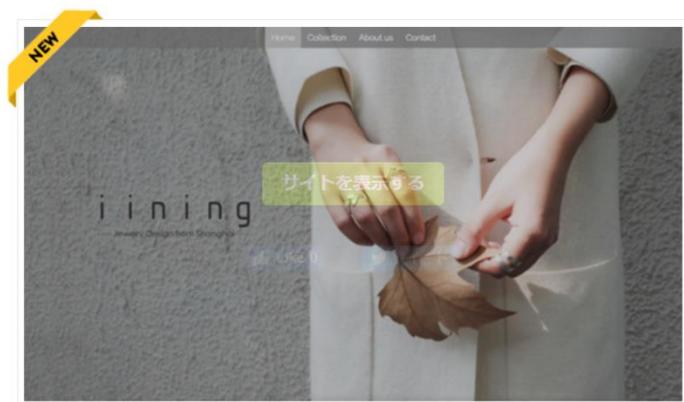


<https://www.strikingly.com/>

多くの人々が、新たな可能性を手にしています。

誰もがすばらしいウェブサイトを持てるようにすること、それがStrikinglyのミッションです。
何千ものプロジェクト、アイデア、ポートフォリオがStrikinglyを使って情報を発信中！さあ、あなたも。

すべて スタートアップ エンジョイ ビジネス ポートフォリオ ストア パーソナル ブログ イベント グループ・組織



JEWELRY DESIGN FROM SHANGHAI-IINING

📄 www.iining.cn 📍 Shanghai, China



WERENOVATENEWYORK

📄 werenovateny.com 📍 New York, USA



参考 <http://ayurveda-online.strikingly.com/>

 **LOBi English Journal**
広告 · 🌐 👍 いいね!

ハンバーガー屋さんでよく使われる「テイクアウト」。
この言葉を外国人にいったら伝わりますか？



ジャパニーズ英語はもう卒業！今日から使える伝わる英語フレーズ集
今までこれは伝わる英語だと思っていたフレーズさえ、実は「なんとなく」しか...
HANAS-ENGLISH.NET 詳しくはこちら

リアクション144件 コメント17件 シェア15件

👍 いいね! 💬 コメントする ➦ シェアする

TOP > エンタメ

ジャパニーズ英語はもう卒業！ 今日から使える伝わる英語フレーズ集



📅 12.20. 21:00

つぶやく
👍 198
🗨️ 6
📌 2
🔗 共有する

🐦 ツイート
👍 いいね!
👤 G+
🔖 Bookmark

◆今ならメール登録をするだけで、ここでは紹介しきれなかった**ネイティブに通じる英語表現**や、すぐに身につく**英会話のコツ**を知ることができます。**期間限定なのでお早めにご登録ください。**

ここにメールアドレスを入力してください

メルマガ無料登録

■ 「テイクアウト」を外国で言うと？

日本では「お持ち帰り＝テイクアウト」が定着していますが、海外ではあまり使われません。
海外でテイクアウトしたいときは、

“To go.”

を使います。

会話なら、こんな感じ↓

I'll have a cheeseburger.

「チーズバーガーを1つお願いします」

For here or to go?

「こちらでお召し上がりですか、それとも、お持ち帰りですか？」

To go.

「持ち帰りをお願いします」

店内で食べる場合には、

For here.

「ここで食べます」

と、答えます。

■ Yes, I can.は失礼な発言！？

Can/Could you -?の質問に対し、

- **Yes, I can.** というと

■ **Yes, I can.**は大礼な発言！！

Can/Could you -?の質問に対し、

- **Yes, I can.**というと

「（能力的には）できますけど」と頼まれた行動が可能かどうかだけで返答をするため「（嫌だけど）まあやりますよ」と依頼した相手に非常に失礼な応答になります。

代わりに

- Sure（いいですよ）と返事をしましょう。

■ **No, thank you.**と言うと愛想が悪いと思われる？！

実は「いや、いいからいらないよ」とぶっきらぼうに相手をはねのける表現です。

サービスを提供されたり、何かを与えられた時に使うと「いらないからあっちに行ってくれ」というような印象の悪い応答になってしまいます。

断るときはThank you, but I'm OK.（ありがとう、でも遠慮しておきます）と伝えましょう。

ここにメールアドレスを入力してください

メルマガ無料登録

■ **英会話にフレーズの暗記はいらない！？**

いくつかのフレーズを紹介してきましたが、英会話をするときは、フレーズを暗記する必要はありません。



LOBi English Journal

広告 · 🌐

👍 いいね!

英語を話すためには、外国人を前に話してみる事が一番大事です。ですが、いきなり外国人を相手に話すのは、緊張してしまいますよね？英語初心者が、まず最初に覚えるべきフレーズをご紹介します。



【知らないと損】英語初心者が最初に覚えるべきフレーズ

「英語がわからない」という初心者のあなた。「わからない」にもいくつか種類...

HANAS-ENGLISH.NET 詳しくはこちら

英語初心者が 絶対最初に覚えるべきフレーズ



1.14 19:30



英語初心者が知っておくべきフレーズというものが存在します。

この記事を読んだ最後には、外国人を前に早くこのフレーズを試してみたいというワクワクした気持ちになっている事でしょう。

そして、**英語は意外と簡単に話す事が出来るのだと気付く事ができます。**

★メルマガ登録のご案内★

以下のフォームから英語に関するお得な情報をお届けするメルマガに登録できます。

海外事情から、英語をマスターするまでのとっておきの情報まで多岐にわたって配信するので、是非登録してみてください。

Ptengine 機能 プラン ^{NEW} 事例 ^{NEW} サポート&サービス ^{NEW} パートナー 会社概要 お問い合わせ 無料登録 ログイン

GOOD DESIGN ユーザーのサイト内での行動をサーモグラフィーで見える化!
ヒートマップ機能もついた次世代アクセス解析ツール

2分で完了、今すぐ使える。
メールアドレスをご入力ください
パスワード
 利用規約に同意する
今すぐ無料で登録

登録数80,000アカウント以上
世界中で選ばれているのには理由があります

Haier Mercedes-Benz CONVERSE Microsoft ADWAYS HUAWEI
LIG INC. CAINZ ASKUL 朝日新聞 弥生 opt

ヒートマップツールを使って精読率や
クリックポイントの確認を参考にしてみる

Ptengine アップグレード 朝活@富山170212

https://peraichi.com/landing_pages/view/asakatsu

スマートフォン

118 クリック 1,232 PV 1,150 訪

表示 ヘルプ シェア 更新 ウェブビュー

自由自在にアクセスを操り拡散・販売・収益を上げる方法を一緒に学びませんか？

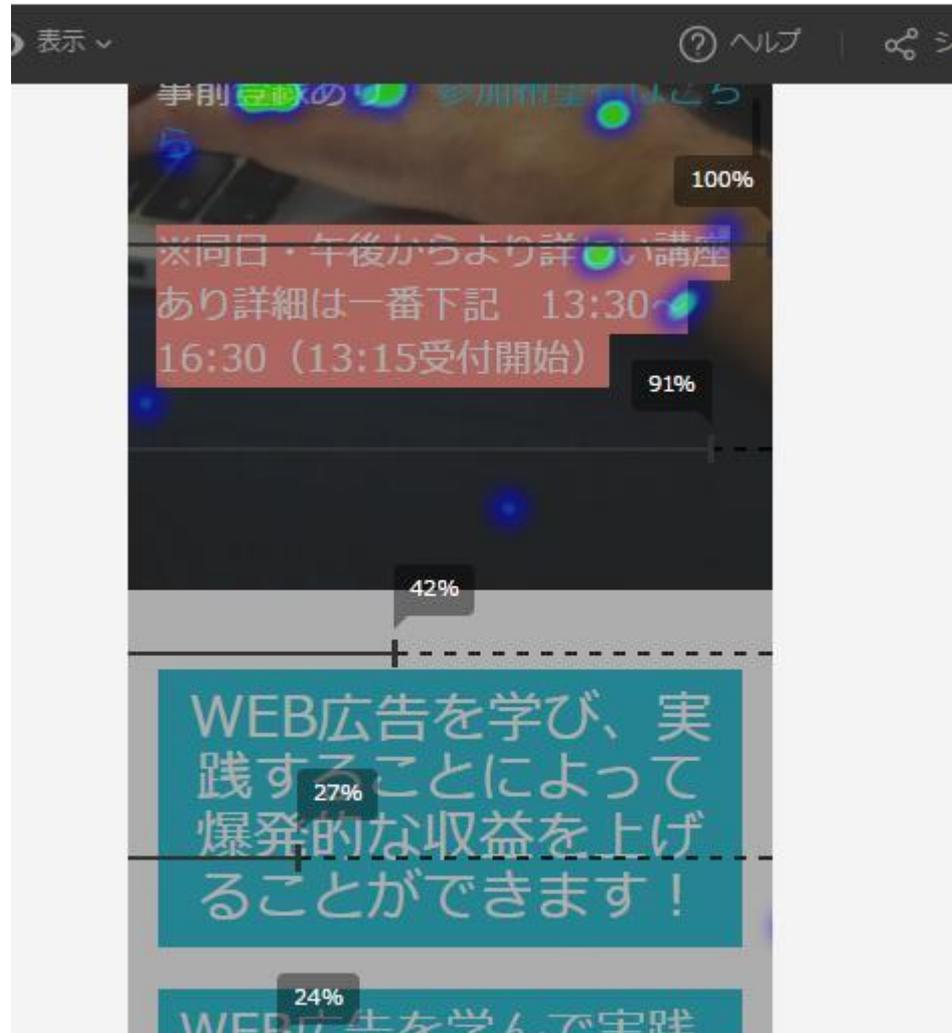
日時：2017年2月12日（日）
9:30～11:00（9:15受付開始）

場所：文苑堂書店富山豊田店
2階多目的ルーム 富山市豊田町
2丁目8-14

参加費：2000円

定員：40名 駐車場あり ※
事前登録あり 参加希望者は

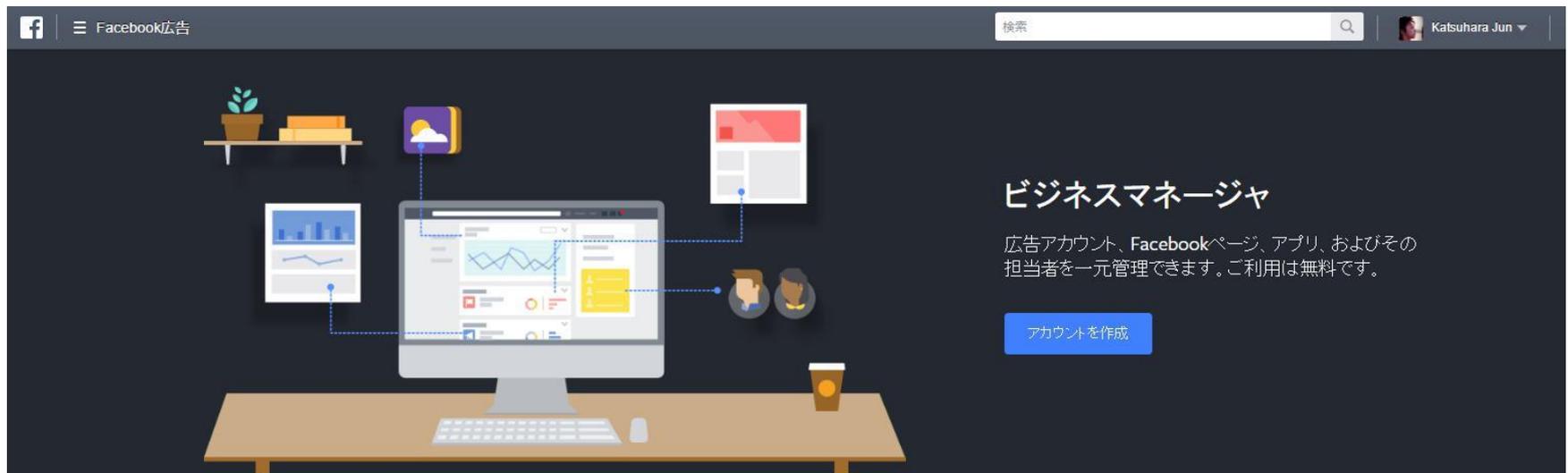
100%



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



The image shows a screenshot of the Facebook Business Manager overview page. The page has a dark blue header with the Facebook logo, 'Facebook 広告', a search bar, and a user profile for 'Katsuhara Jun'. The main content area features a central illustration of a computer monitor on a desk with a keyboard and a coffee cup. The monitor displays a dashboard with various charts and graphs. Surrounding the monitor are several icons representing different business management tools: a potted plant, a stack of books, a calendar, a document, and two people icons. To the right of the illustration, the text 'ビジネスマネージャ' is displayed in large white characters. Below this, a paragraph explains that the tool allows for centralized management of advertising accounts, Facebook pages, apps, and other assets, and is free to use. A blue button labeled 'アカウントを作成' (Create Account) is positioned below the text.

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

FBビジネスマネージャアカウント開設～広告アカウント設定まで
<https://vimeo.com/204482526>

The screenshot shows the Facebook Business Manager interface for the account '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 placeholder '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 displays two metrics: '合計消化金額' (Total spent amount) showing '¥0 消化金額' and '合計インプレッション数' (Total impressions) showing '0 合計インプレッション数'. Below these are two line graphs for the month of October (10月), with a tooltip for the first graph showing '消化金額 ¥0' for '2016年10月15日'.

パワーエディタを使用して 広告の入稿

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 that, there's a dropdown menu for the account 'winningfield(1159686567383835)'. A toolbar contains buttons for '+ キャンペーンを作成', '編集', 'クイック編集', and other actions. A red circle with the number '5' is placed over the '+ キャンペーンを作成' button. Below the toolbar, there's a search and filter section. A table titled '広告キャンペーン' (Ad Campaigns) is displayed, with columns for 'ステ...', '配信', 'パフォーマンス', '結果', 'コスト', 'リーチ', and 'インプレ...'. A blue rectangular area highlights the 'キャンペーン名' (Campaign Name) column, with a red circle '3' next to it. On the left side of the table, there are red circles with numbers '1', '2', and '3' corresponding to the legend. A red circle with the number '4' is placed over the '+ キャンペーンを作成' button in the toolbar.

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

winningfield (11596865673838... ▼) 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

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"> ブランドの認知度アップ 	<ul style="list-style-type: none"> トラフィック 	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> コンバージョン
<ul style="list-style-type: none"> リーチ 	<ul style="list-style-type: none"> エンゲージメント 	<ul style="list-style-type: none"> 製品カタログでの販売
	<ul style="list-style-type: none"> アプリのインストール 	<ul style="list-style-type: none"> 来店数を増やす
	<ul style="list-style-type: none"> 動画の再生を増やす 	
	<ul style="list-style-type: none"> リード獲得 	

17●●●●_飛び先LPの案件名もしくはサービス名_キャンペーン目的

コンバージョン

支払い方法の追加や購入など、ウェブサイトやアプリでのアクションを促すことができます。また、Facebookピクセルまたはアプリイベントを使用してコンバージョンをトラッキング・測定できます。

新しい目的: コンバージョン
 ウェブサイトコンバージョンの目的を使用した場合やアプリでのコンバージョンを増やすためにアプリエンゲージメントの目的を使用した場合は、この目的を選択してください。詳しくはこちら。

広告キャンペーン名

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、**※事前にカスタムコンバージョン等設定が必要**を使用してコンバージョンをトラッキングしたい、広告で興味を示すことが重要です。

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。

前回の広告セットがコンバージョンを兼ねた

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:

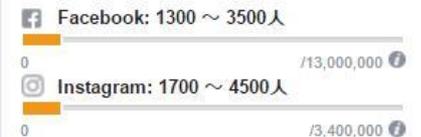
- 地域:
 - 日本
- 年齢:
 - 18歳~65+歳
- 配置:

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、デスク右側広告枠、モバイル機器で開いた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 **すべて** 男性 女性

言語 言語を入力...

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

つながり

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

アプリ

イベント

詳細設定

あなたのページに「いいね！」した人

あなたのページに「いいね！」した人の友達

あなたのページに「いいね！」した人を除外

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

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



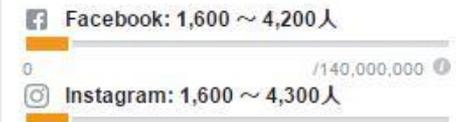
オーディエンスが少々広すぎます。

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 (2017年1月25日現在)

The screenshot displays the Facebook Ads optimization settings interface. On the left, a sidebar lists various optimization goals: 広告配信の最適化対象 (Conversion), コンバージョンウィンドウ (Conversion Window), 入札額 (Bid Amount), 請求のタイミング (Timing), 広告スケジュール (Schedule), and 配信タイプ (Delivery Type). The 'Conversion' goal is selected. The 'Conversion Window' dropdown menu is open, showing options: 広告のクリック後 (After ad click), 1日間のクリック (1-day click), 7日間をクリック (7-day click), クリック後または広告の表示後 (After click or ad display), 1日間のクリックまたはビュー (1-day click or view), and 7日間のクリックまたは1日間のビュー (7-day click or 1-day view). The '7日間をクリック' option is highlighted with a red box. Below the dropdown, the 'Bid Amount' section is partially visible, showing '標準 - Show your ads throughout your selected schedule (recommended)'. At the bottom, there is a link to '詳細オプションを非表示にする' (Hide advanced options).

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

コンバージョンウィンドウ ①

入札額 ①

請求のタイミング ①

配信タイプ ①

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

入札額 ①

請求のタイミング ①

配信タイプ ①

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

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 ▼ ¥500 — 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、カスタムオーディエンス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

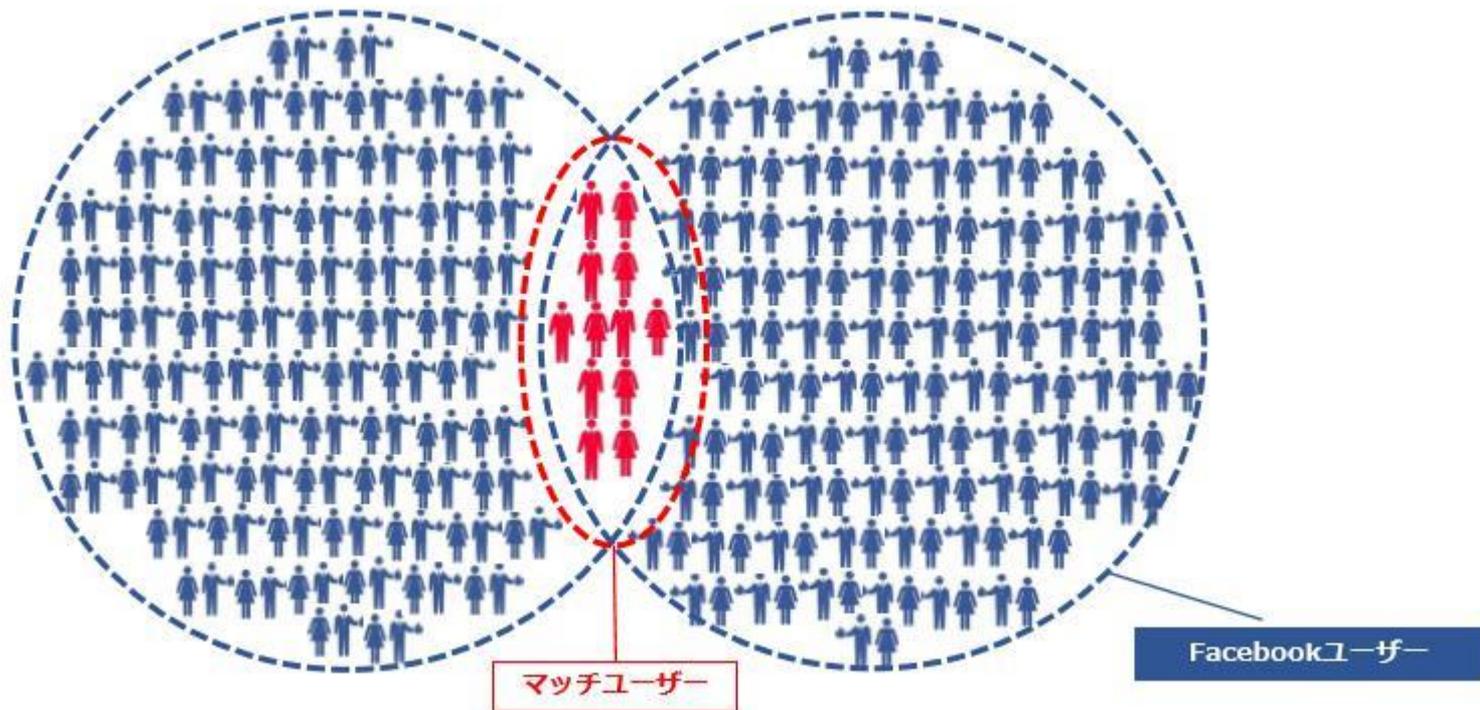


アプリアクティビティ

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

Facebook Ads interface showing the Audience tool. The page is in Japanese and displays options for creating Custom Audiences and Similar Audiences.

アカウント: ウィニングフィールド_01 (1...▼) オーディエンス 画像 所在地 動画

検索

すべてのオーディエンス

フォルダ

- 最近のオーディエンス
- アクティブな広告のオーディエンス
- 使用できるオーディエンス
- アカウントでシェアされたオーディエンス
- アカウントでシェアされているオーディエンス

ターゲットにリーチしましょう
オーディエンスを作成・保存して、ターゲットとなる人にリーチしましょう。詳しくはこちら

カスタムオーディエンス
カスタムオーディエンスですでにビジネスや製品に興味を示している人にアピールしましょう。カスタマーリストやウェブサイトトラフィック、モバイルアプリなどからオーディエンスを作成することができます。

[カスタムオーディエンスを作成](#)

類似オーディエンス
すでにあるオーディエンスに類似する新しいオーディエンスにリーチしましょう。ページに「いいね!」と言っている人やコンバージョンピクセル、カスタムオーディエンスなどから類似オーディエンスを作成することができます。

[類似オーディエンスを作成](#)

保存済みのオーディエンス
よく使用するターゲットオプションを保存することで、より使用しやすくすることができます。利用者層や趣味・関心、行動などを選択して、保存することで、今後の広告でそのまま使用することができます。

[保存済みのオーディエンスを作成](#)

※2017年2月28日現在の画面

カスタムオーディエンス&類似オーディエンス

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

カスタムオーディエンス&類似オーディエンス

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	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"/>			263,500	● 利用可能 最終更新: 2016/04/09
<input type="checkbox"/>			10,000	● 利用可能 最終更新: 2016/04/09
<input type="checkbox"/>			900	● 利用可能 最終更新: 2016/04/09
<input type="checkbox"/>			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

オーディエンスを作成 | フィルタ | 列をカスタマイズ

- カスタムオーディエンス
- 類似オーディエンス
- 保存済みのオーディエンス

カスタムオーディエンス&類似オーディエンス

Facebook広告

広告を管理 | アカ...

広告アカウント: 36535... | 列をカス...

オーディエ

オーディエンスを作成

名前	作成日	シェア
(%) - People who like...	2017/01/19 14:30	--
エンゲージメント	2017/01/19 10:35	--
(%) - 朝活富山170212...	2017/01/18 17:47	--
(%) - PPC 広告学購読者	2017/01/17 12:26	2016/04/09
	2017/01/17 12:25	2016/04/09
	2017/01/05 18:37	2016/04/08
	2016/12/21 11:16	2016/04/07
スト	2016/11/14 16:45	2016/04/09
メルマガ登録サイト訪	2016/11/12 12:54	2016/04/09
	2016/11/12 12:51	2016/04/09
が伸びない~】来訪者	2016/10/03 10:02	2015/09/25
んな感じで~】来訪者	2016/10/03 10:01	2016/03/24
ごっちゃんに~】来訪者	2016/10/03 10:00	2015/09/25
類似	2016/08/30 15:10	--

カスタムオーディエンスを作成

このオーディエンスの作成方法は？

既存のカスタマーやFacebookや他のプラットフォームであなたのビジネスと交流した人など、ビジネスとつながりのある人にリーチできます。

- カスタマーファイル**
カスタマーファイルを使用して、カスタマーとFacebook利用者を照合して、その結果からオーディエンスを作成することができます。データはアップロード時にハッシュ化されます。
- 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
- Facebookでのエンゲージメント NEW**
Facebookのコンテンツでアクションを実行した人のリストを作成します

このプロセスは安全で、カスタマーに関する情報が公開されることはありません。

キャンセル

ウェブサイト	類似オーディエンス Custom Audience: PPC 広告字...	275,500	● 利用可能
--------	--	---------	--------

カスタムオーディエンス&類似オーディエンス

Facebook広告

35) ▾

広告を管理

タイプ	サイズ	利用可能	作成日
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	2017/01/19
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	17/01/19
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	17/01/18
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	17/01/17
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	17/01/17
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	17/01/17
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	17/01/05
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	16/12/21
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	16/11/14
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	16/11/12
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	16/11/12
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	2016/10/03
類似オーディエンス	275,500	● 利用可能	2016/08/30

オーディエンスを作成

ピクセル ⓘ ● WF_ピクセル
ピクセルID: 1215331451812860

ウェブサイトトラフィック ⓘ
ウェブサイトアクセスするすべての人 ▾

以下のドメインのページにアクセスした人が含まれます(任意)。 ⓘ
ウェブサイトドメインを選択してください | 閲覧

過去: ⓘ 30 日
 過去のウェブサイトトラフィックを含む

オーディエンス名
オーディエンスの名前を入力
説明を追加

キャンセル オーディエンスを作成

類似オーディエンス
Custom Audience: PPC 広告字...

275,500 ● 利用可能

2016/08/30
15:10

カスタムオーディエンス&類似オーディエンス

Facebook広告

広告を管理

タイプ	サイズ	利用可能	作成日
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	2017/01/19
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	17/01/18
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	17/01/17
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	17/01/17
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	17/01/05
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	16/12/21
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	16/11/14
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	16/11/12
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	16/11/12
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	16/10/03
カスタムオーディエンス	--	● ターゲットが少なすぎます ⓘ	2016/10/03
類似オーディエンス	275,500	● 利用可能	2016/08/30

オーディエンスを作成

ピクセル ⓘ ● WF_ピクセル
ピクセルID: 1215331451812860

トラフィック

ウェブサイト

過去: ⓘ

オーディエンス名
説明を追加

キャンセル **オーディエンスを作成**

ウェブサイト

ウェブサイトにアクセスするすべての人 ▼

- ✓ ウェブサイトにアクセスするすべての人
- 特定のウェブページにアクセスする人 (任意) ⓘ
- 特定のウェブページ以外にアクセスしていない人
- 一定期間アクセスしていない人

カスタムコンビネーション

■ 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
適切な場所での配信

- 自動配置**
広告は自動的に最適な場所に配信されます。
- 配置を編集**
配信の時間帯や地域を自分で設定できます。

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	📅 2016/9/6	🕒 13:37
終了	📅 2016/10/6 <small>(日本時間)</small>	🕒 13:37

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 - リンクを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。

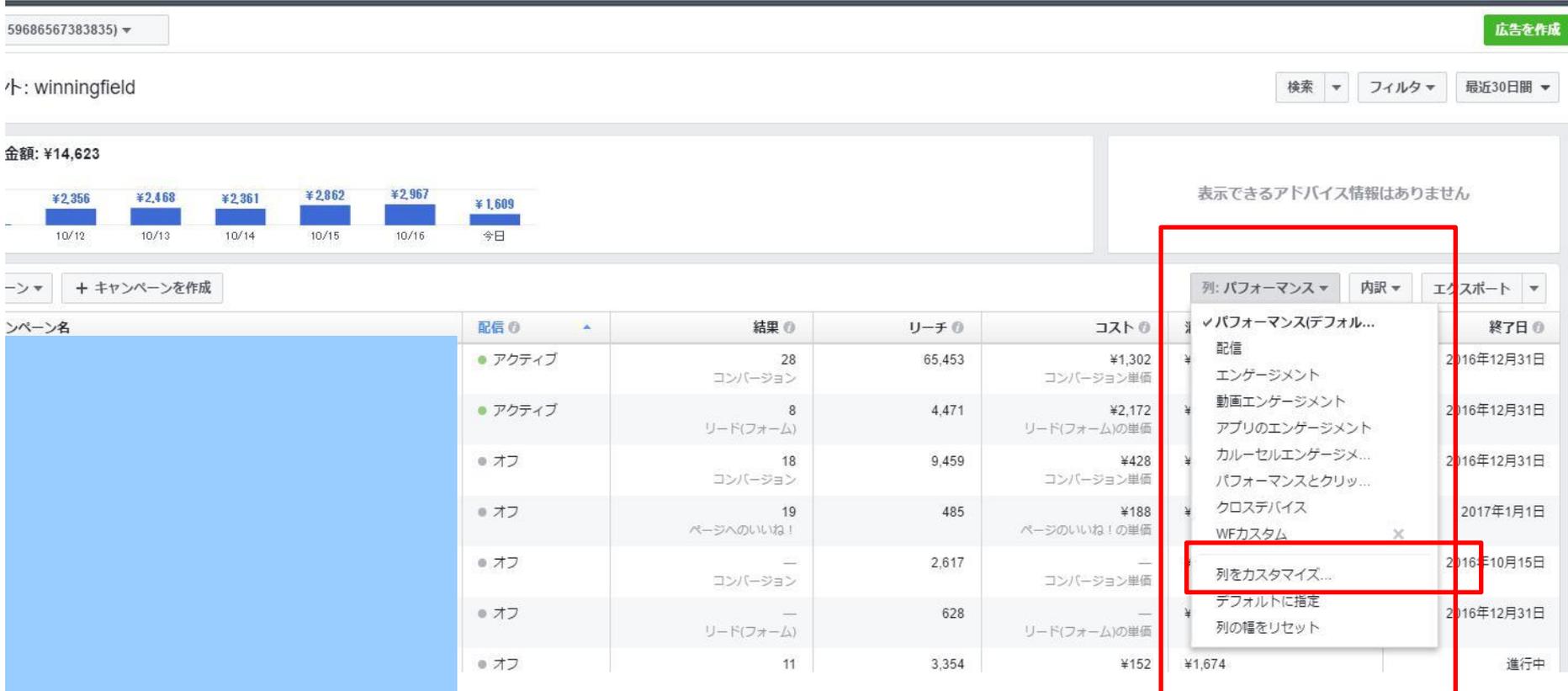
アプリ: アプリのインストール数、エンゲージメントなどのアプリ広告に関するデータ。

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

エンゲージメント

ページ投稿

メッセージ

メディア

クリック

認知

コンバージョン

ウェブサイト

アプリ

Facebook

設定

パフォーマンス

すべての列を選択

検索

結果

結果レート

リーチ

フリークエンシー

インプレッション数

配信

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

関連度スコア

好意的な意見

否定的な意見

消化金額

今日の消化金額

選択された列10件

キャンペーン

配信

結果

リーチ

コスト

予算

消化金額

終了日時

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

プリセットとして保存

※2017年2月28日現在の画面

10分休憩



3ヶ月集中
FB広告コミット講座
【FB Ads Professional】

3ヶ月集中
FB広告コミット講座
【FB Ads Professional】
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

無駄なノウハウなどに頼らず
本質的なマーケティングを学び
自分の力で収益を
上げていくことができます！！

潜在顧客へのリーチとそこからの収益化という
生涯スキルの高い知識と経験を手に入れて
自分で運用、改善ができるようになります。

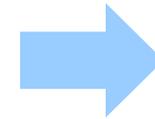
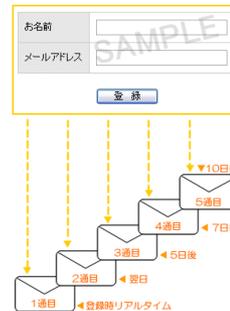
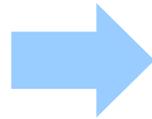
3ヶ月集中 FB広告コミット講座 【FB Ads Professional】対象者

- ご自身のビジネスを持たれていてFB広告を使って収益を上げたいと思われる方
- 自社商品や自社サービスを持たれていてメルマガなどされている方
- 通販、物販をWEB経由で売上を伸ばしたい方
- 実店舗など持たれていて企画やイベントなど立てて広告配信をしていきたい方
- 士業や個人事業主、インストラクターの方
- FB広告でアフィリエイトなどしたい方

3ヶ月集中 FB広告コミット講座 【FB Ads Professional】 で得られるもの

FB広告出稿

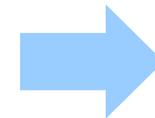
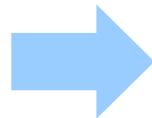
顧客教育型ステップメール構築



または

FB広告出稿

商品購入、サービス申込みのための
LP構築、テスト



3ヶ月集中
FB広告コミット講座
【FB Ads Professional】
で得られるもの

FB広告に必要なすべての運用スキル



3ヶ月集中
FB広告コミット講座
【FB Ads Professional】
で得られるもの

FB広告に必要なすべての運用スキル

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

3ヶ月集中
FB広告コミット講座
【FB Ads Professional】
で得られるもの

広告運用の中で取れたデータをもとに
LP構築、修正、改善、ヘッダーテスト等

ペライチ



strikingly



3ヶ月集中 FB広告コミット講座 【FB Ads Professional】 で得られるもの ヒートマップでLP改善



3ヶ月集中
FB広告コミット講座
【FB Ads Professional】
で得られるもの

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
FB広告コミット講座
【FB Ads Professional】
で得られるもの

PC遠隔操作サポート



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 FB広告コミット講座 【FB Ads Professional】 で得られるもの

毎週1回のデータを見てのスカイプMTG

10/19/2015	月曜日	60					
10/20/2015	火曜日	56					

- 利点その1 少人数制のため、質問や悩みなど聞きやすい環境
- 利点その2 同じ目的を持った仲間の成功データ共有
- 利点その3 サボれずお互いが監視しているような軽い強制力が働くため
否が応でもでもよい方向に進んでいく



3ヶ月集中 FB広告コミット講座 【FB Ads Professional】 で得られるもの

リスティング広告プロフェッショナル養成講座
specialforces

準備編 基本編 活用編 応用編

ヤフープロモーション検索

グーグルアドワーズ広告 グーグルアナリティクス フェイスブック広告

メンバーシップサイトへのご招待

講座カリキュラム

インフラ・チェック項目一覧



準備編 基本編 活用編 応用編

- 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
FB広告コミット講座
【FB Ads Professional】
で得られるもの

月1回の対面によるコンサルティング及び勉強会



3ヶ月集中
FB広告コミット講座
【FB Ads Professional】
で得られるもの

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 FB広告コミット講座 【FB Ads Professional】

- FB広告に必要な知識と設定方法、運用スキル
- サイト解析マニュアル
- 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
- 希望者はMautic（モーティック）ステップメール構築
- 広告運用の際のレポートのチェックとディレクション
- 毎週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
- 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

~~598,000円（税込）~~

398,000円（税込）

※セミナー会場への交通費、
懇親会参加費用は別途

※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 FB広告コミット講座 【FB Ads Professional】

- FB広告に必要な知識と設定方法、運用スキル
- サイト解析マニュアル
- 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
- 希望者はMautic（モーティック）ステップメール構築
- 広告運用の際のレポートのチェックとディレクション
- 毎週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
- 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

クレジットカード決済: 24回支払いまで選択可(16580円/月)

銀行振り込み:

分割12回払い: 43,000円 × 12ヶ月

分割6回払い: 68,000円 × 6ヶ月

分割3回払い: 140,000円 × 3ヶ月

※セミナー会場への交通費、
懇親会参加費用は別途

※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
FB広告コミット講座
【FB Ads Professional】
で得られるもの

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
FB広告コミット講座
【FB Ads Professional】
で得られるもの

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 FB広告コミット講座 【FB Ads Professional】 で得られるもの

- ◆助成対象となる訓練コース数は1人当たり1年度1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

その他、、、
その3

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
FB広告コミット講座
【FB Ads Professional】
で得られるもの

少ない労力と予算で成果を上げる

無駄なノウハウなどに惑わされず

お約束します！
上りしていくことができます！！

潜在顧客へのリーチとそこから収益化という
生涯スキルの高い知識と経験を手に入れて
自分で運用、改善ができるようになります。

3ヶ月集中
FB広告コミット講座
【FB Ads Professional】
で得られるもの



重要なのはノウハウではなく、
実績を追うのではなく、

仲間、環境、実践



仲間と成功事例や情報を共有しつつ、
聞きやすい環境のもと
自分にあったFB広告運用を実践しながら学べる

3ヶ月集中 FB広告コミット講座 【FB Ads Professional】

- FB広告に必要な知識と設定方法、運用スキル
- サイト解析マニュアル
- 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
- 希望者はMautic（モーティック）ステップメール構築
- 広告運用の際のレポートのチェックとディレクション
- 毎週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
- 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
- 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

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（16580円/月）

銀行振り込み:

分割12回払い: 43,000円 × 12ヶ月

分割6回払い: 68,000円 × 6ヶ月

分割3回払い: 140,000円 × 3ヶ月

毎週1回のデータを見てのスカイプがないバージョン
一括支払い: 198,000円（税込）