



湘南・鎌倉で webマーケティング&集客勉強会 Vol. 01

～WEB集客の正しい概念と自分が選ぶべき集客方法を見つけましょう～

6/27
勉強会アジェンダ

by Gyu Temple

本日のアジェンダ

17:45 開場

18:00 趣旨説明

18:15 講座（小セミナー）⇒ 映像撮影&後日視聴可

19:30 参加者の情報共有タイム

（自身のビジネスの解決したいこと、悩み、成功事例シェア）

21:00 終了予定

21:00 希望者は懇親会 ※参加者が推薦する近くの美味しいお店

趣旨説明



勉強会趣旨

WEBマーケティングやWEB集客など
インターネットを通して、
自社ビジネスやクライアントへの
売上アップのためのノウハウや成功事例を
学び、気づき、共有し合い、解決し合う場にしたい



勉強会趣旨

毎回講師役を立てて、自社ビジネスやクライアントビジネスに対してインターネットを通して効果を出した事例やノウハウなどの小セミナーを実施。



いつ来ても、来れなくても小セミナーが見れるように
毎回動画を撮影して、見返しができるようにし、
学びと共有を深める

勉強会趣旨

参加者のビジネスの紹介や
成功事例、ノウハウのシェアタイム



抱えている悩みや解決したい問題などある場合は
相談し、気づきと学びを得る

勉強会対象者

- 店舗経営者もしくは企業のマーケティング担当者
- 個人事業主（デザイナー、士業、エンジニア、制作者、クリエイター等）
- 中小企業（物販、ECサイト運営、アプリ制作）
- 自身の商品や商材、サービスをWEBで拡販されたい方
- これから起業される方、学生の方
- その他、WEB集客やマーケティングに興味ある方
- 人生について語れる方w

講座（小セミナー）

自由自在にアクセスを操ることのできる
WEB広告講座

コンテンツ

1. . . . 何故、【今】WEB広告を学ぶべきなのか？
2. . . . 得られる将来的価値
3. . . . 広告に対する重要なマインドセット
4. . . . 広告運用までのフロー
5. . . . 広告運用イメージ
6. . . . 3つのWEB集客手法の価値基準を理解する
7. . . . 代表的なWEB広告の種類を理解する
8. . . . ホントは凄く恐ろしいWEB広告
9. . . . インターネット集客における全体像と手順
10. . . . 代表的なWEB媒体の説明

インターネットマーケティングによる集客から顧客獲得までの オールインワンビジネスソリューションをご提供します



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！！



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～

全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。

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。



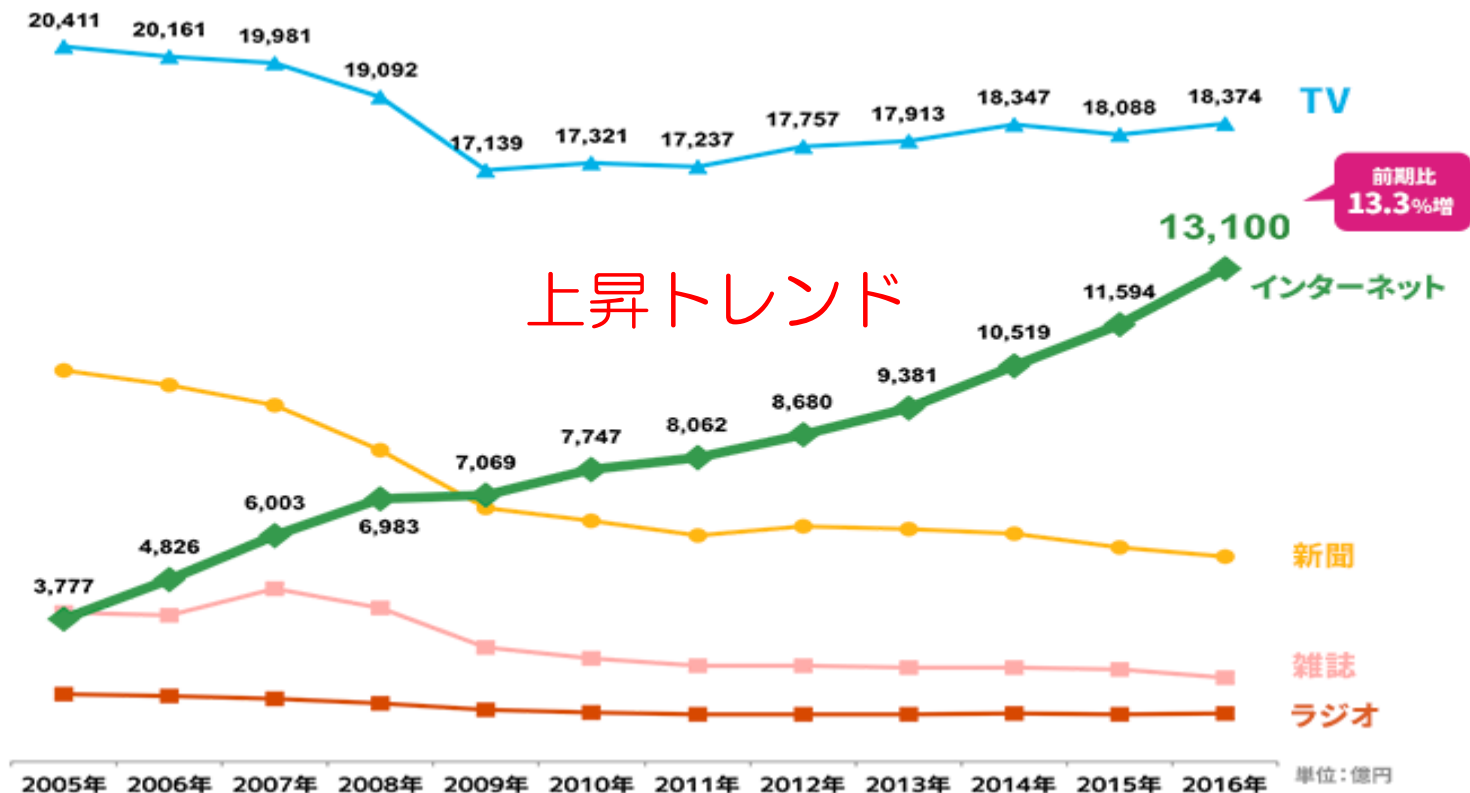
【Introduction】

何故、【今】WEB広告を学ぶべきなのか？



1. 時代の流れ（時流）

インターネット広告市場（媒体別広告費の推移）



出典：株式会社電通調べ

インターネット：
1兆3,100億円（昨年対比13.3%増）

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



フラッシュメディア
(瞬間的な広告)

手元に形として
残る広告

どちらもメリット、デメリットがある



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
ぶ立場となり、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？



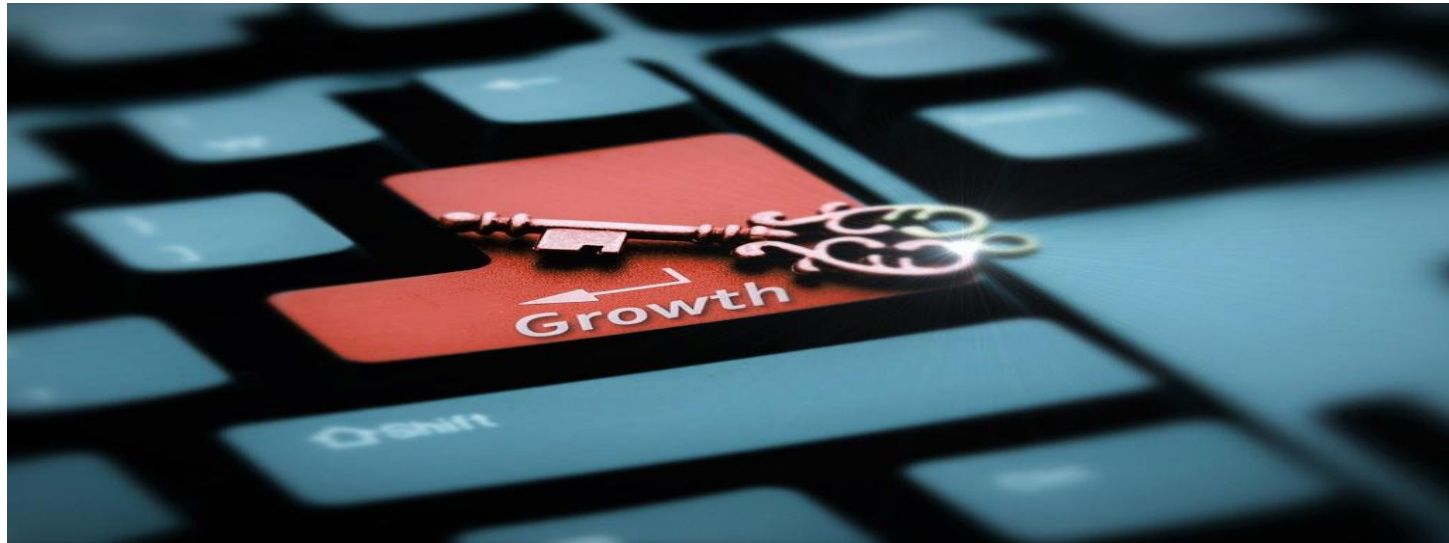
業者や外注に頼らず完全に自立した状態で仕事を行うことができ、
プロモーションが得意となり、他のビジネスに挑戦する事が出来ます

自分たちに合った告知方法を 身に着けるとどうなるか？



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

自分たちに合った告知方法を 身に着けるとどうなるか？



一見難しそうに見えるので、出来る人が少ない分、
習得すると市場価値・生涯価値の高いスキルを習得

集客には大きくわけて2種類

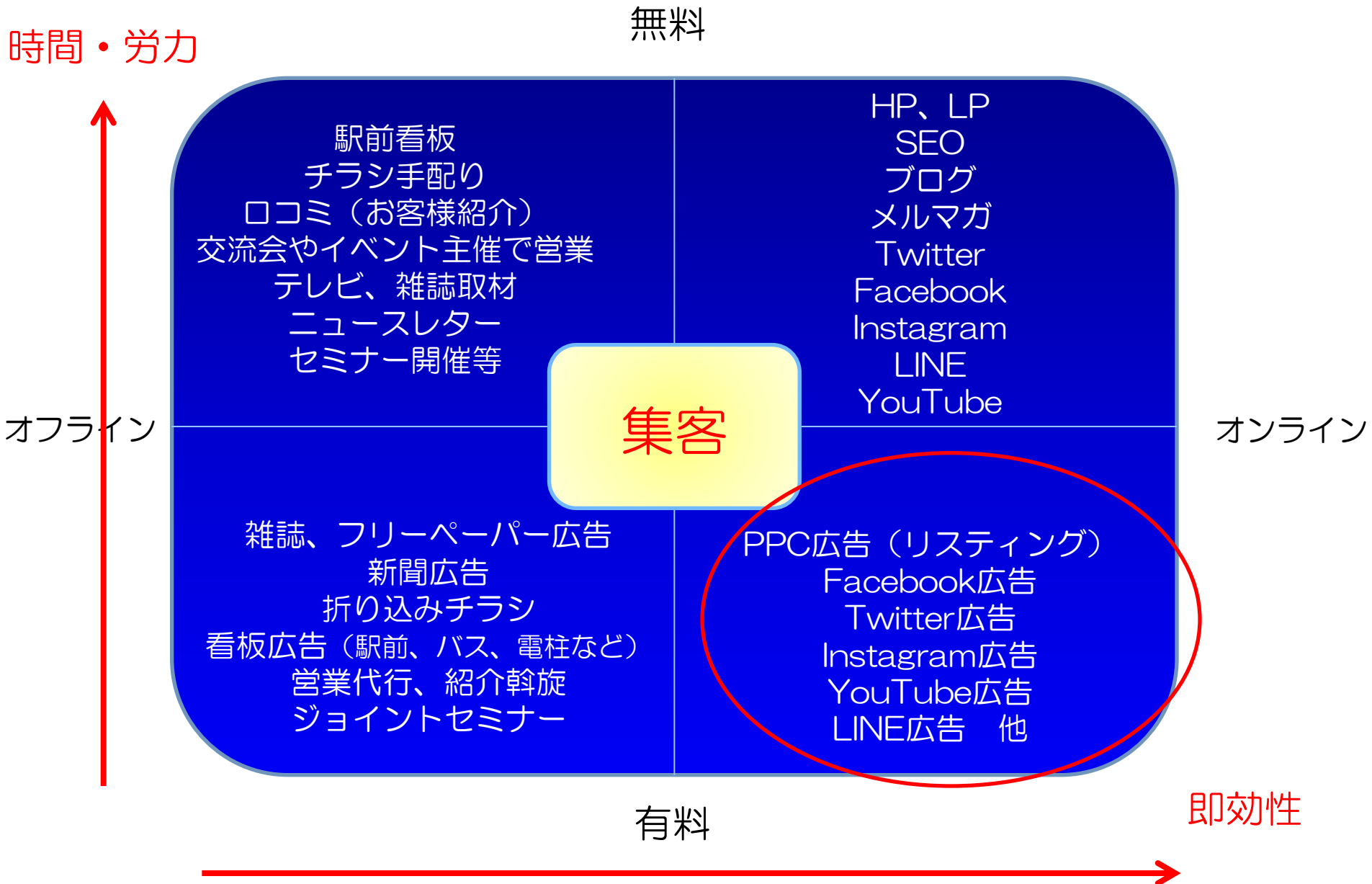


WEB等の
オンライン集客



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



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

現在の人々の情報収集手段

すべて 地図 ショッピング 画像 ニュース もっと見る 検索ツール

約 24,200,000 件 (0.49 秒)

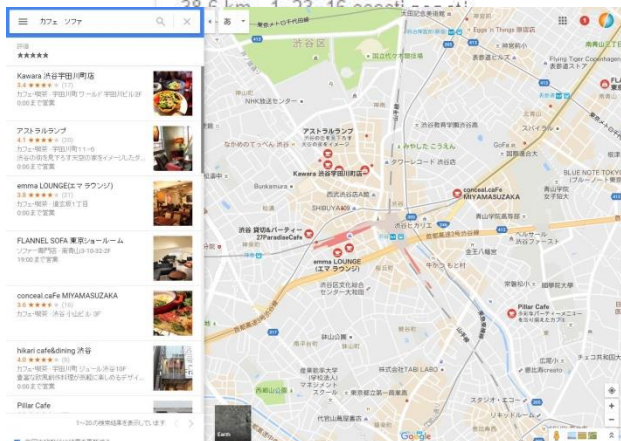
他のキーワード: 渋谷カフェおしゃれ 渋谷 パンケーキ



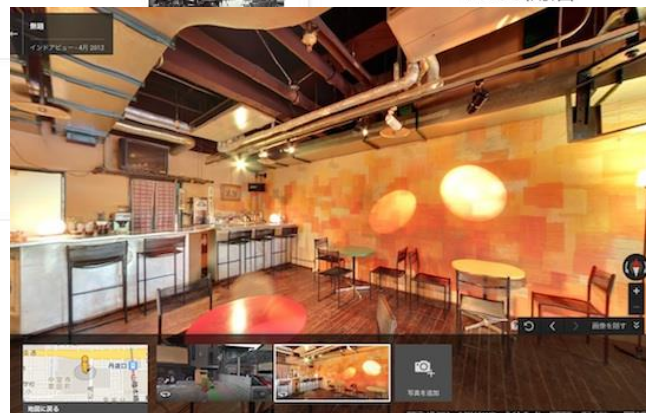
評価

347cafe

3.6 ★★★★★ (41) ・ダイニングバー
洋食やスイーツが頂けるアーバンでスタイリッシュなラウンジ



を提供する



渋谷 カフェ

すべて 地図 ショッピング 画像

他のキーワード: 渋谷カフェおしゃれ



高評価 その他のフィルタ

347cafe

3.6 ★★★★★ (41) ・38.7 km
ダイニングバー・1-23-16 ...
11:30開店



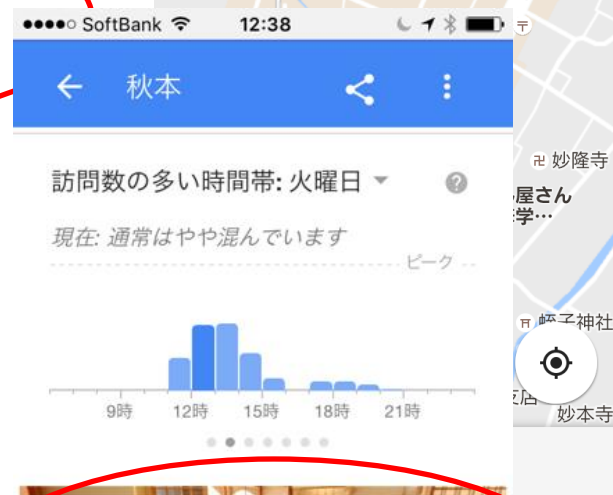
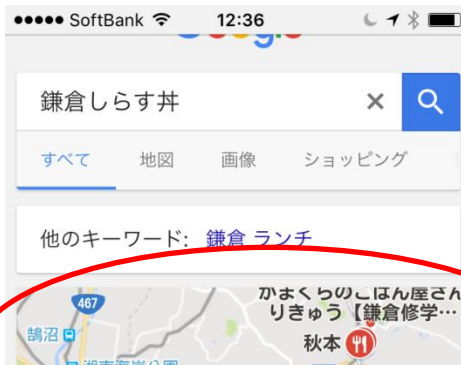
渋谷駅前店

38.4 km
・喫茶店 ...
したマイ...



鎌倉しらす丼

↑ 音声検索

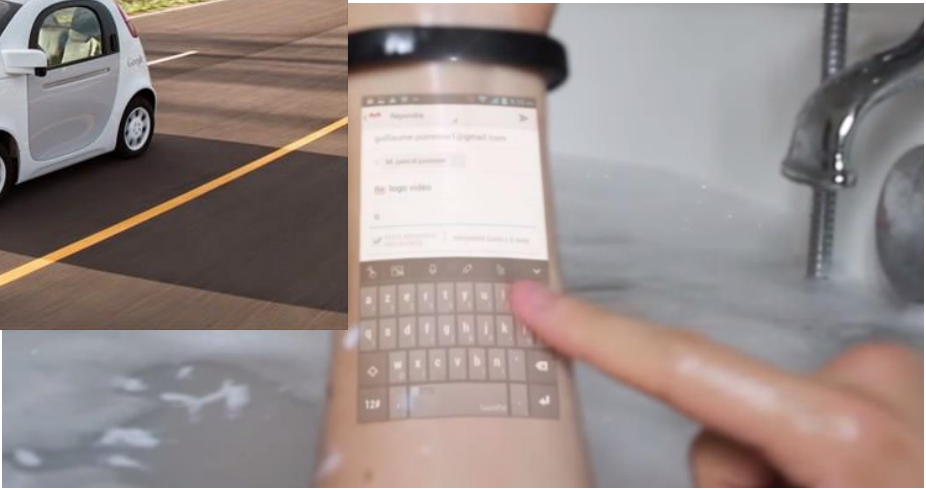
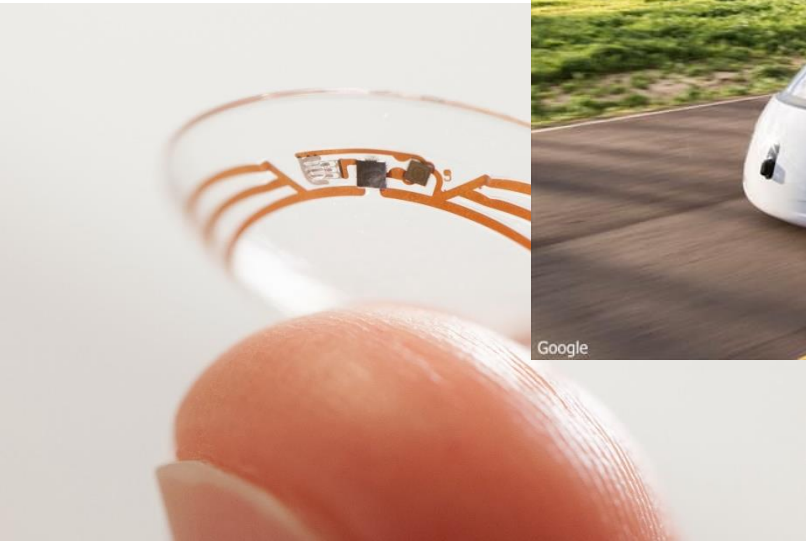


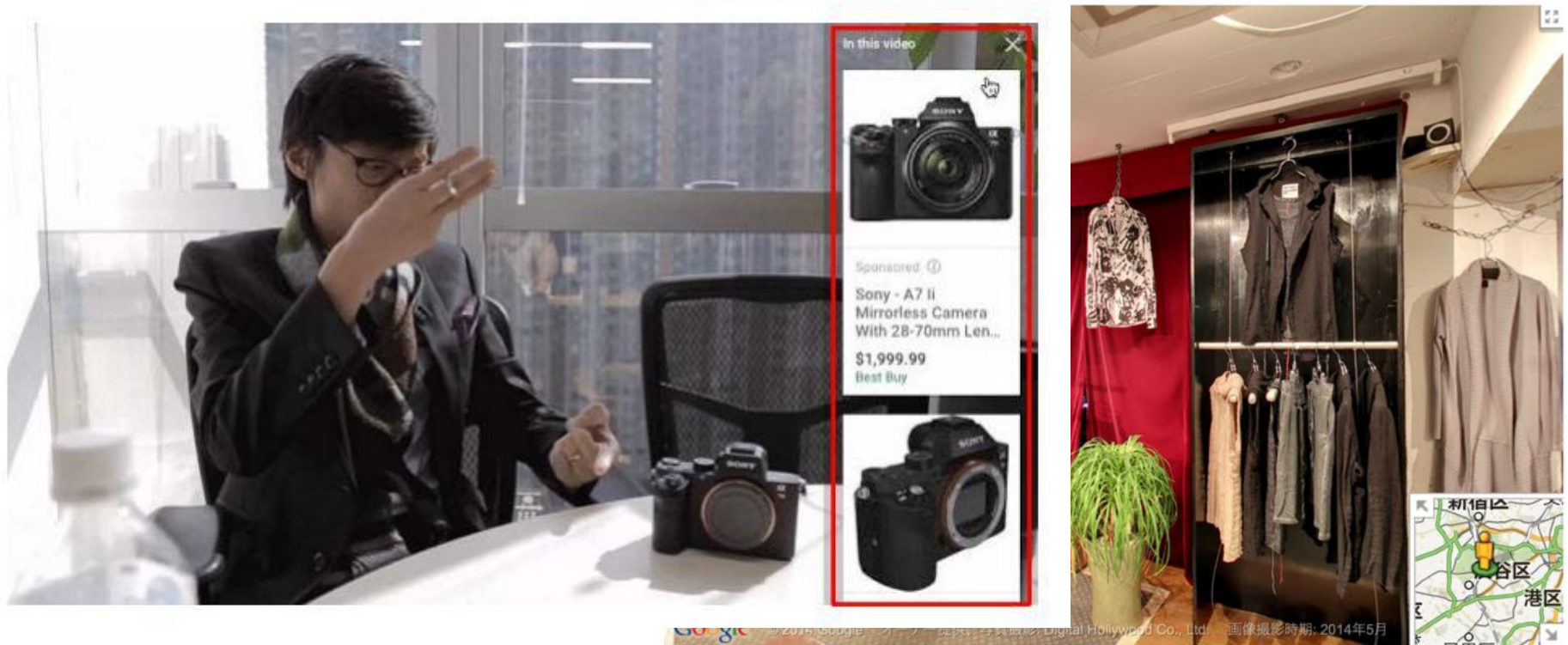
鎌倉ならではの旬の食材を使った日本料理を堪能できる鎌倉小町のレストラン。清潔感のある和の空間で懐石料理を楽しめる。小上がり席有。



写真を追加

これからの未来





- YouTube向けショッピング広告
- 動画に関連のある広告が自動的に出る仕組み

プログラマティックTVアドの普及の可能性



技術の進歩によってテレビCMを「運用型広告」同様になる
視聴者に合わせたCMや追跡型CMなど

Yahoo! JAPAN、百度（バイドゥ）と 中国向けマーケティング支援で業務提携（11/30）

～ 「百度リスティング広告」「百度アドネットワーク広告」を日本国内で販売 ～



日本国内最大の検索エンジン。国内利用率はトップ

利用者数：4400万人（2015年）
月間PC数：150億PV（2016年10月）

中華人民共和国で同国最大の検索エンジンを提供する企業。全世界の検索エンジン市場において、Googleに次いで第2位、中国国内では、Googleを押さえて最大のシェアを占める。

利用者数：4.4億人
月間PC数：1800億PV

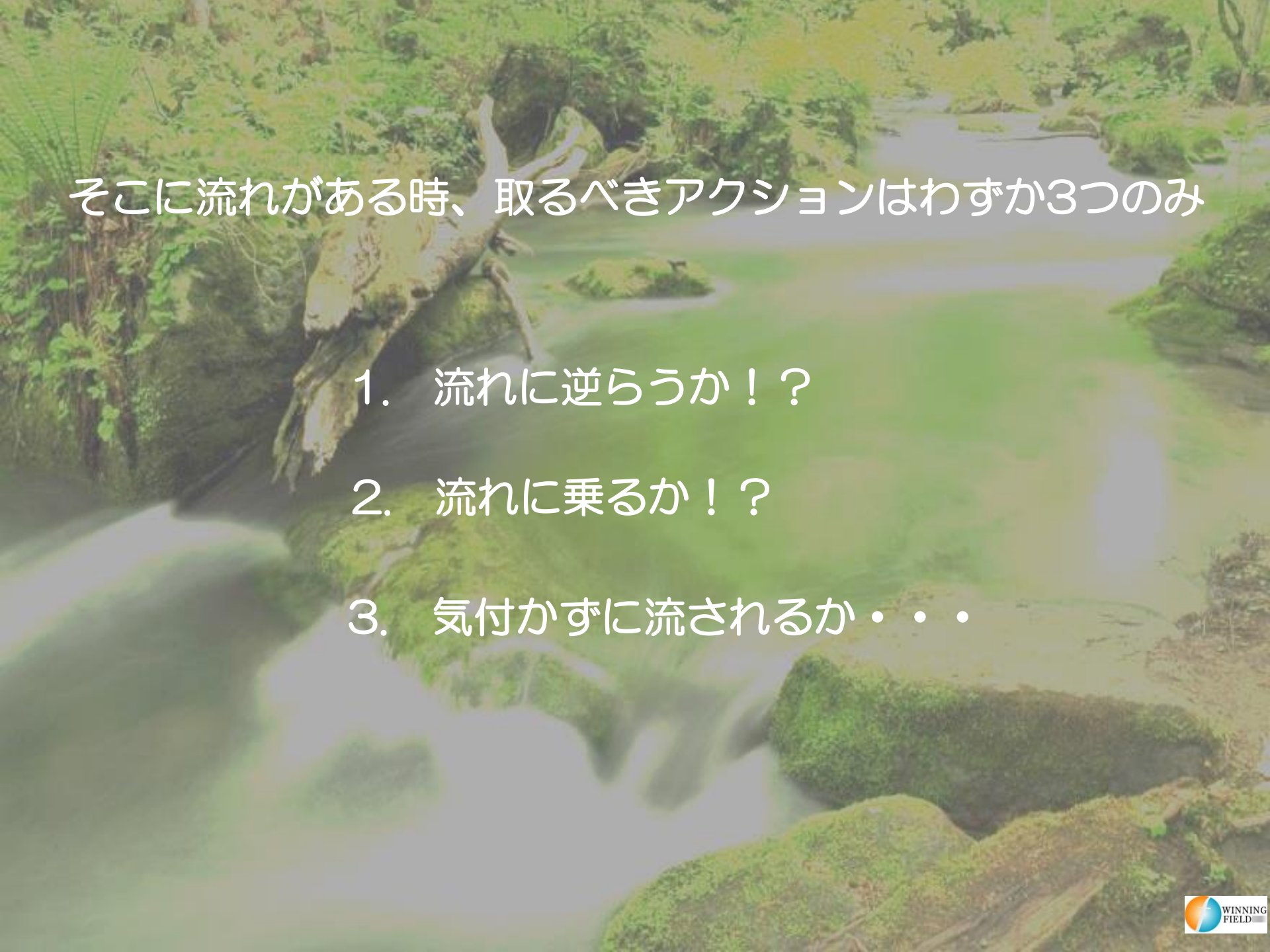


日本国内:

利用者数
月間PC台

全世界に情報・広告を発信でき、
世界中のニーズ&ウォンツに対して
解決する価値を提供できる！

る企
:次い
シエ



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・・・

2. 得られる将来的価値

1. 自社ビジネスの集客、自社商材の拡販
2. 商材・ターゲットの変化に柔軟に対応出来る
3. 他社ビジネスへの貢献

つまり、**高い社会的価値を有する人間**という事。

いろんな人と色々な事が出来る・・・

3. 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？



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

4. 広告運用までのフロー

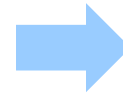
市場調査
(ニーズの把握)



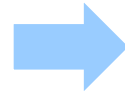
他社調査
(競合の把握) - 相対値 -



自社調査
(自社の把握) - 絶対値 -



LP作成
(自社の訴求) - 接点 -



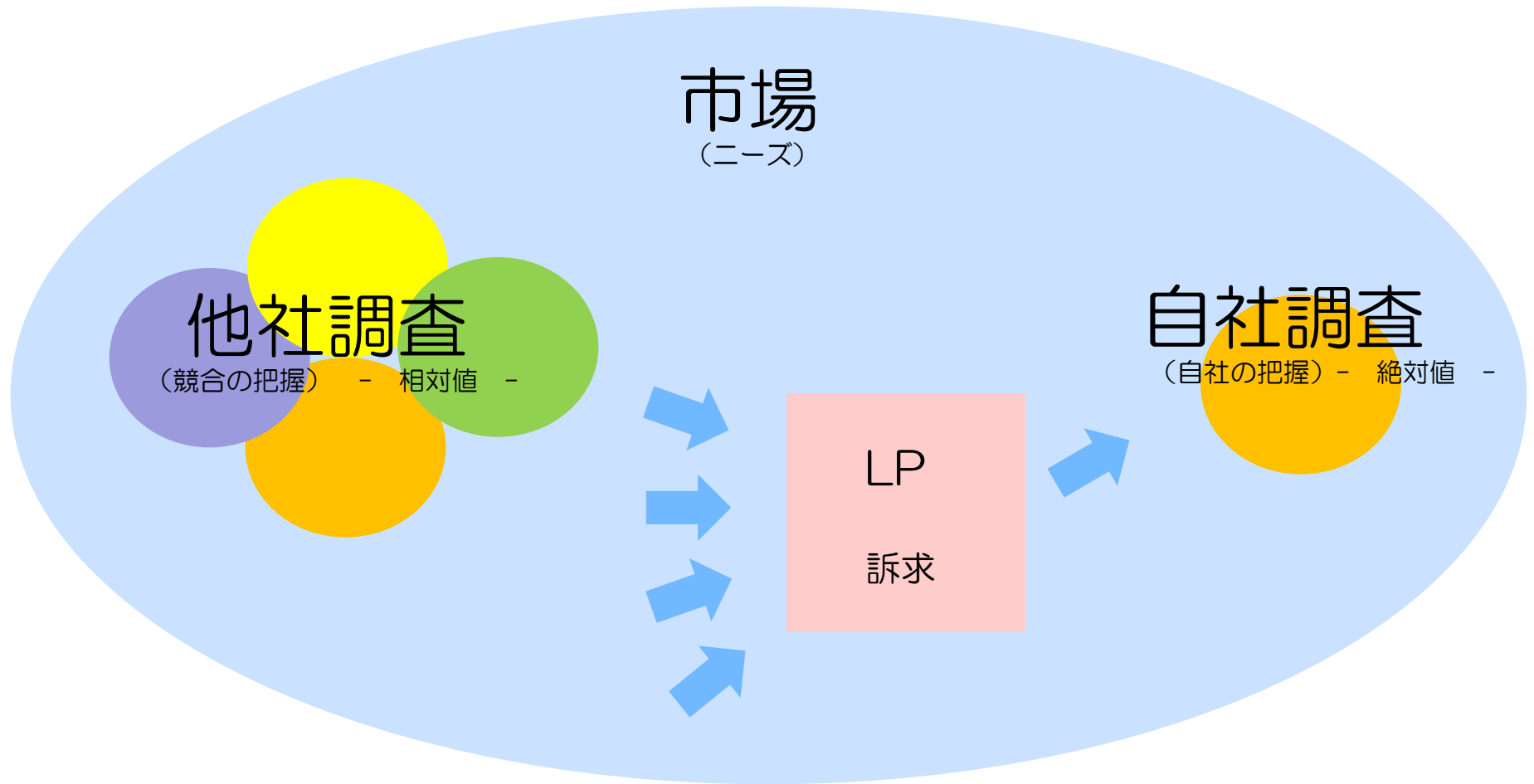
広告運用

- 接触 -

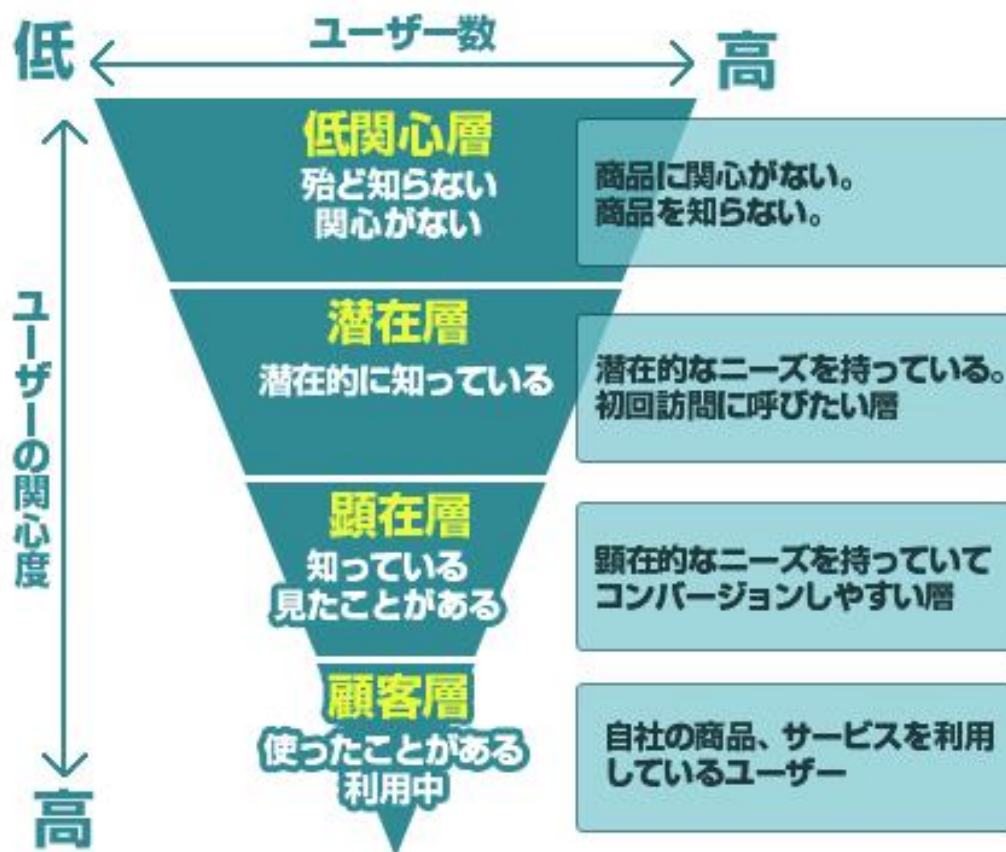
彼を知りて
己を知れば
百戦して
殆うからず

将 領

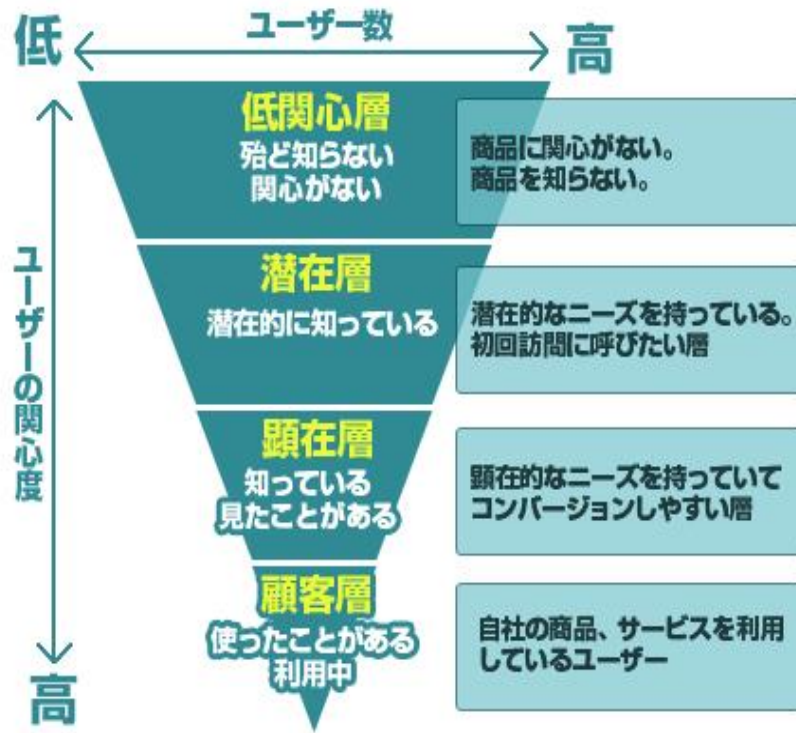
5. 広告運用イメージ



市場についての補足



市場についての補足



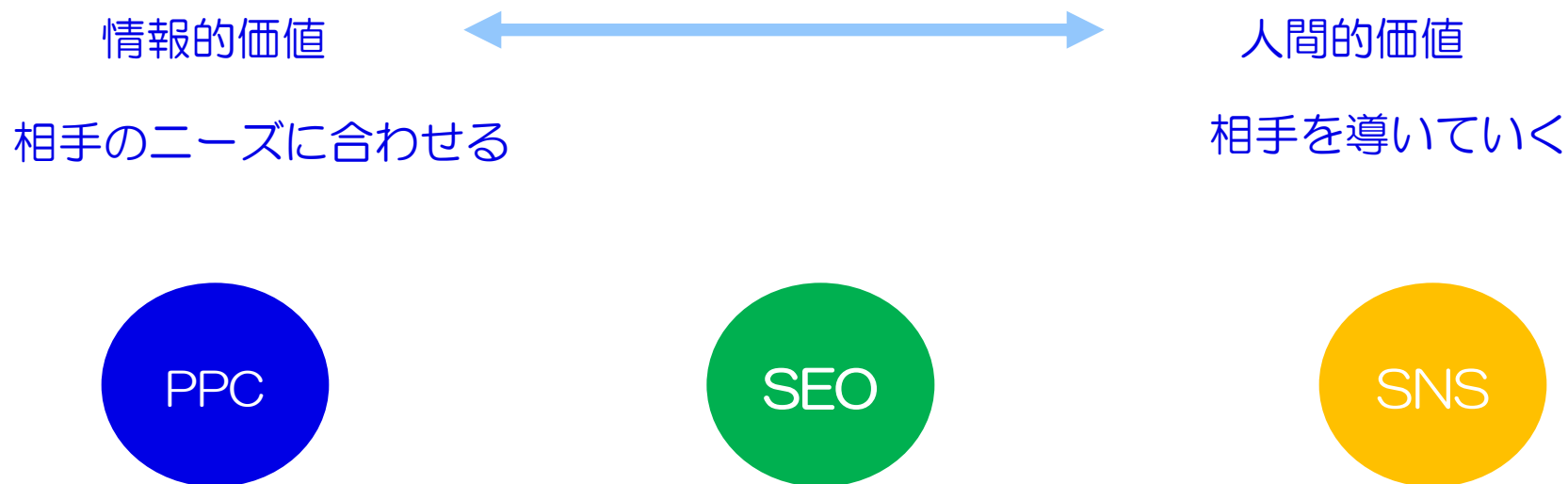
純広告（バナー広告）や
インプレッション課金型広告、
動画広告など

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

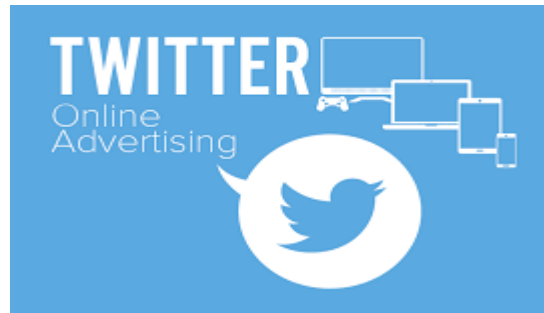
検索連動型広告
→リスティング広告（SS、AW）、
リマーケティング広告

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

6. 3つのWEB集客手法の価値基準を理解する



7. 代表的なWEB広告の種類を理解する



アクセスを集める場所は同じであるが、
ユーザーの前提状況の違いを理解する。

8. ホントは凄く恐ろしいWEB広告（その1）

広告はあなたの全てを知っている・・・（ターゲティング精度）



これらのサービスは何故無料なのでしょう??

広告媒体だからです。広告媒体の価値 = 規模と精度

そして、年齢／性別／場所／興味／検索キーワード
／訪問サイト／クリックした広告 等・・・

広告は、あなたの全てを知っている、、

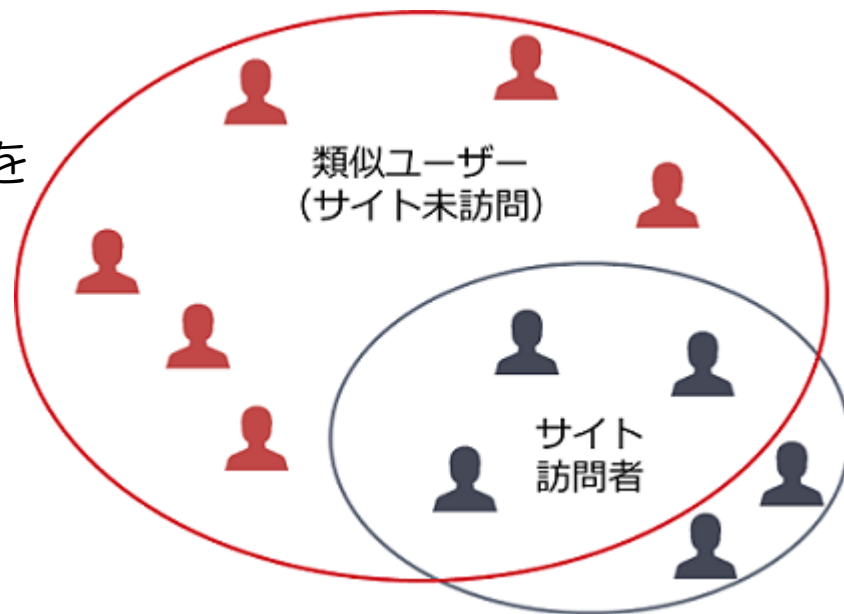
<https://www.google.com/settings/u/0/ads/authenticated?hl=ja>

8. ホントは凄く恐ろしいWEB広告（その2）

類は友を呼ぶ・・・（ターゲット拡張）

WEB上で取得した膨大なユーザーデータを解析し、【類似】の行動特性を持つユーザーをターゲティングすることができます。

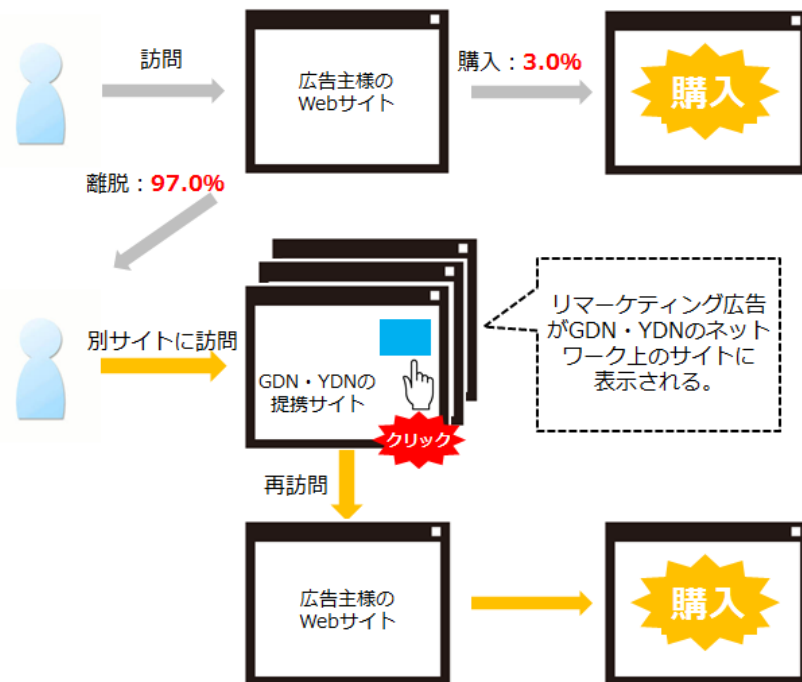
細かく見ていくと人間は大きく違うのですが、大きく見ていくと人間の行動に大差はない。



8. ホントは凄く恐ろしいWEB広告（その3）

広告はあなたをストーキングしている・・・

コンバージョンタグtag（効果測定）
リターゲティングタグtag（追跡）
アクセス解析tag（行動解析）



9. インターネット集客における全体像と手順

0. コンセプトメイク

1. 3C分析

（市場調査、競合調査、自社分析のあと、差別化と優位性）

2. LP構築（サイト構築）

3. 広告媒体選定（オンライン、オフライン）

4. 広告運用、メンテナンス（広告&LP修正）

5. 効果検証、拡大

なぜコンセプトメイクが重要なのか？



顧客単価・利益率が低い案件をweb広告で回しても赤字になる可能性がある。
キャンペーン立案というよりは、自社にとってのウリとなるような企画やメニューを
作り、そこをマネタイズするような形で考える。

例：〇〇特化～ 〇〇限定の～ 〇〇は日本唯一の～ 〇〇+体験（イベント）企画など

なぜ3C分析が必要なのか？

WEBマーケティングには手順があり、3C分析にも手順があり、戦略的から戦術的に3C分析を行うには以下をおさえていきます。



顧客分析

顧客のニーズを明らかにし、どのニーズをターゲットにするのかを決めるための材料を集めること



競合分析

ターゲットとする顧客ニーズに対して競合がサイト上で何を、どのような表現でアピールしているのかを丸裸にすること



自社分析

競合分析の結果を踏まえて、自社が打つべき対策を立てること

WEBマーケティングにおける3C分析は分析を行って、
後出しのじゃんけんを行って、
少なくとも「あいこ」か「確実に勝つ」サイトや広告施策を取る！

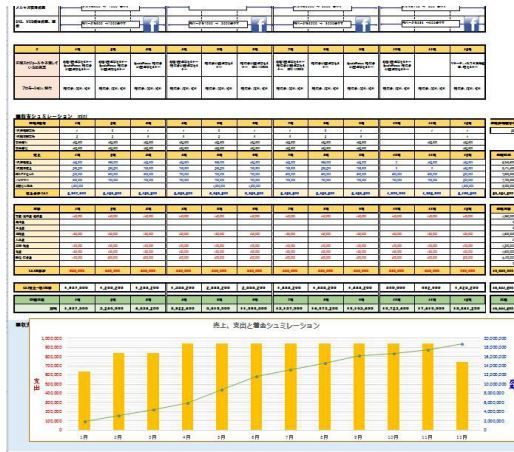
3C分析はこちらで 詳細・手順確認できます！

Webマーケティングにおける実践的3C分析の手順【前編】
<https://www.youtube.com/watch?v=FlabH2eRUKU>

Webマーケティングにおける実践的3C分析の手順【後編】
<https://www.youtube.com/watch?v=n7dfSak5u4I>

なぜ年間シュミレーションシート作成が重要なのか？

なぜ広告の予算割りが必要なのか？



インターネット集客における全体像と手順 01

<https://www.youtube.com/watch?v=UcOsunURz0o>

インターネット集客における全体像と手順 02

<https://www.youtube.com/watch?v=J02i1d-XCml>

0. コンセプトメイク

1. 3C分析

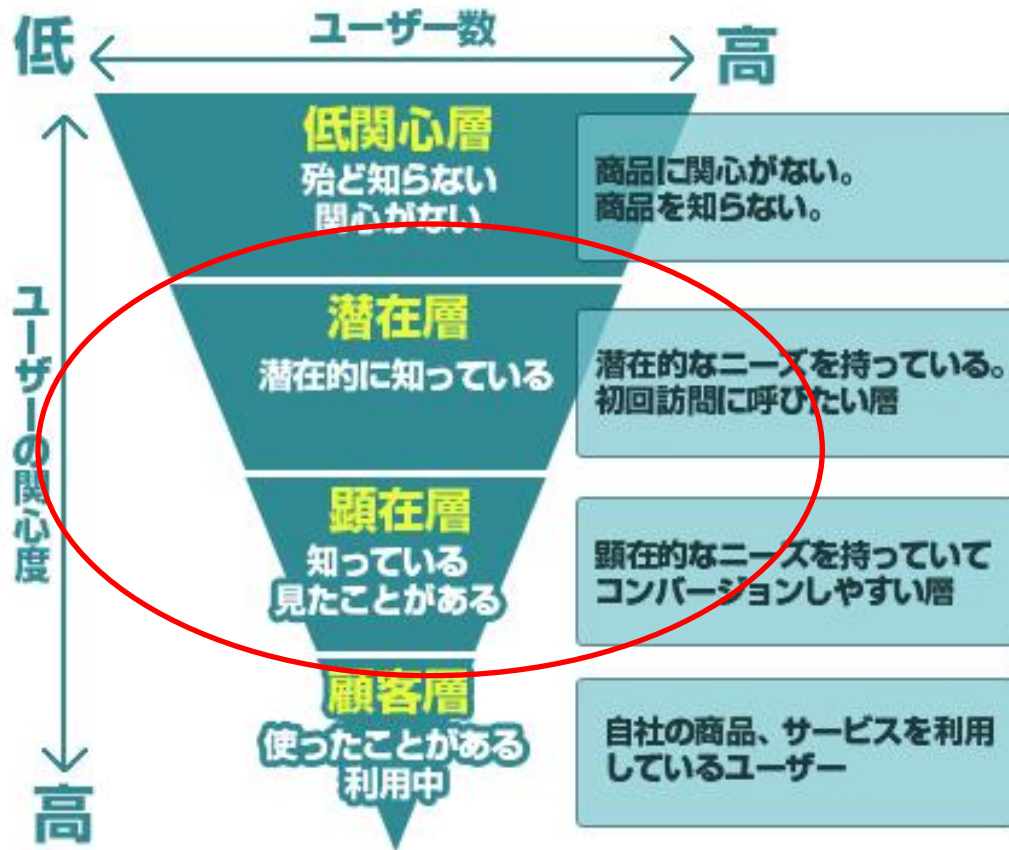
(市場調査、競合調査、自社分析のあと、差別化と優位性)

2. LP構築 (サイト構築)

3. 広告媒体選定 (オンライン、オフライン)

4. 広告運用、メンテナンス (広告&LP修正)

5. 効果検証、拡大



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

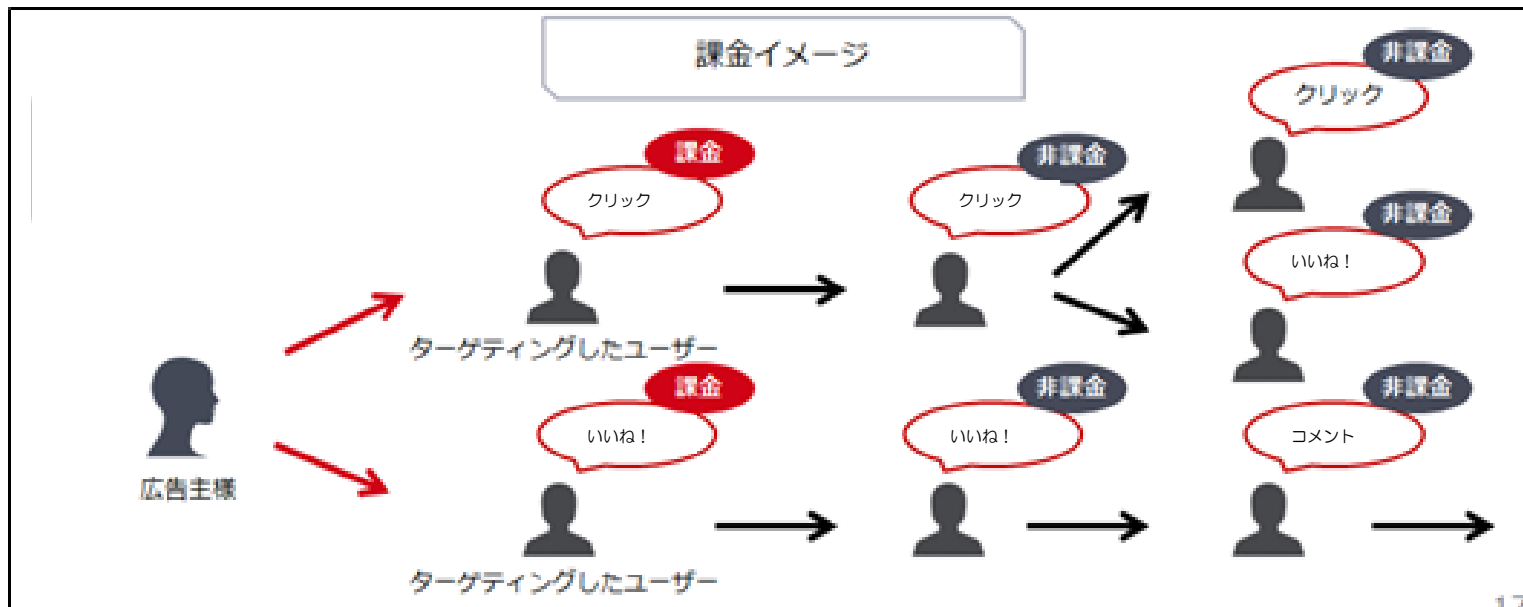
検索連動型広告
→リスティング広告（SS、AW）、
リマーケティング広告

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



▲ SNS広告

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

【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

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!!

ビジネスを検索

株式会社ウィニングフィールド

83835)

winningfield

検索 フィルタ 今日: 2017年4月10日

キャンペーン 選択済み1件 (x) 広告セット 選択済み1件 (x) 広告: 広告セット1件

広告を複製... プレビュー ルールを作成 他のメニュー

列: WFカスタム 内訳 エクスポート

	配信	結果	リーチ	インプレ...	結果の...	関連..	消化金額	リンクの...	CPC(...)	CTR..	ウェブサ...
	● アクティブ 広告素材は..	21,257 動画の3秒間の...	39,192	39,192	¥0.01 動画の3秒...	10	¥248	2,033	¥0.1	8.67%	—
	● アクティブ 広告素材は..	8,096 動画の3秒間の...	13,344	13,344	¥0.01 動画の3秒...	10	¥83	1,978	¥0.04	15.89%	—
	● アクティブ 広告素材は..	2,554 動画の3秒間の...	4,784	4,802	¥0.01 動画の3秒...	10	¥30	468	¥0.1	10.33%	—
		31,907 動画の3秒間の...	56,112 人数	57,338 合計	¥0.01 動画の3秒...		¥361 合計消化金額	4,479 合計	¥0.1 アクション...	10.49% インプ...	— 合計

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

そのほか、、、

自社の既存の顧客リストから類似した顧客リストを生成することもできる！！



ツイッター広告



インスタグラム広告



- ツイッター、インスタグラムも検索ツール
- 速報、リアルタイム性を求めるときはツイッター
- 食べ物、洋服、雑貨など
インスタグラムで検索されている





ツイッター広告の7つのターゲティング

キーワードターゲティング
(ツイート/検索した言葉で絞り込む)

フォロワーターゲティング
(選択したアカウントのフォロワーとその類似ユーザーで絞り込む)

興味関心ターゲティング

ティラードオーエディエンス
(保有する顧客リストまたはタグデータを活用してターゲティング)

テレビターゲティング
(観ている番組への興味関心で絞り込む)

ユーザーの行動履歴
(現在は地域をUSに設定した場合に利用可能)

イベントターゲティング
(興味があるイベントで絞り込む)

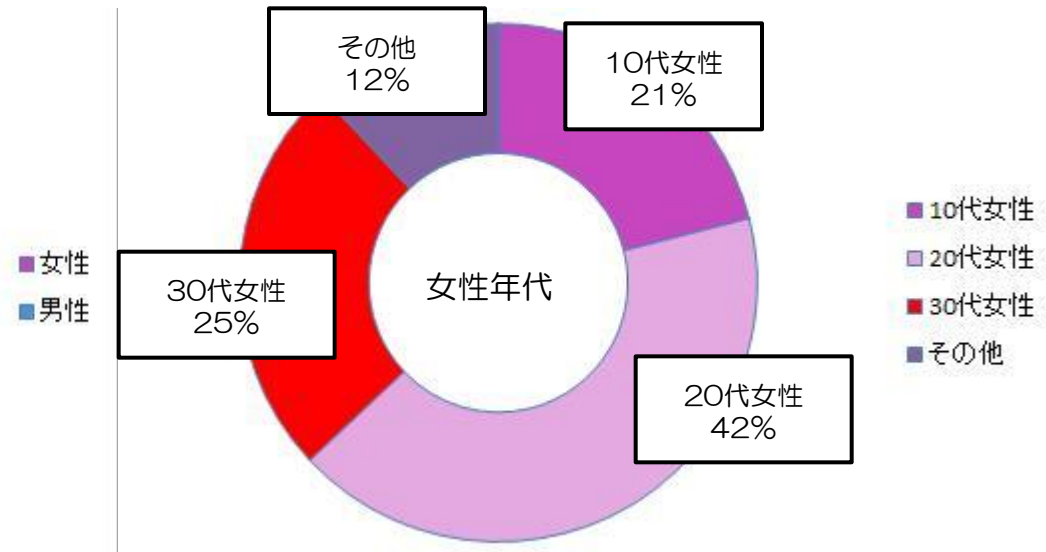
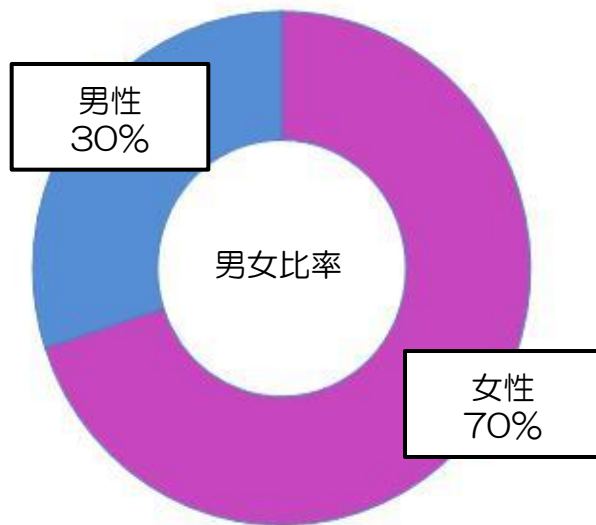
Instagramのユーザー属性

月間利用ユーザー：1092万人

1日のいいね数：4200万回以上

1日の写真投稿数：100万枚以上

男女比率：7対3



インスタグラムとフェイスブックの違い

ユーザーの利用目的

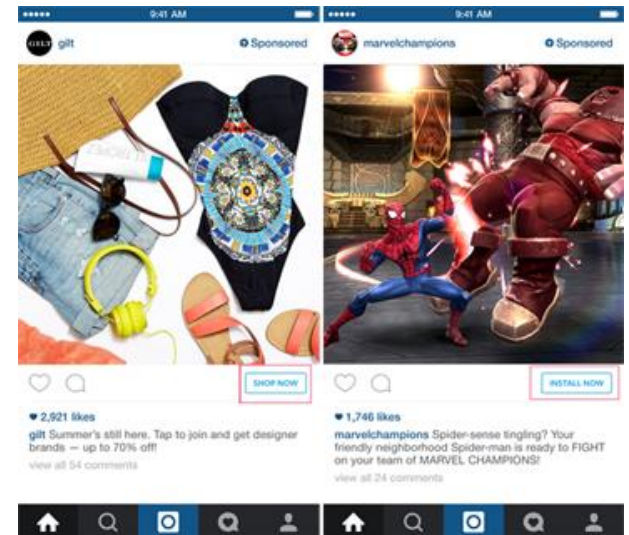
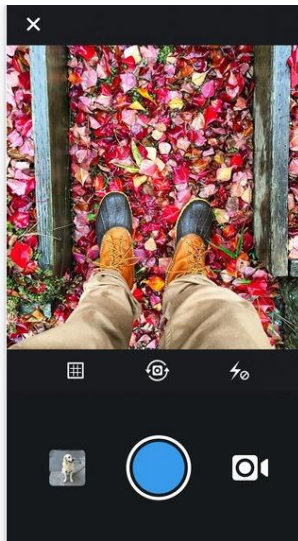
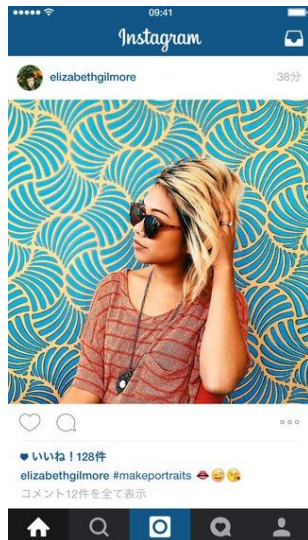


フェイスブック利用者は**“情報”**を求めているのに対し、
インスタグラム利用者はファッションやライフスタイルなど
自分の趣味や感性に近いものを“眺めて参考にする”

広告を打つ際に利用者が求めるビジュアルに応じてテキスト等を最小限にして、
“広告らしさ”をなくした画像や動画をメインに据える必要がある

インスタグラム広告の利用

- ブランド認知向上目的
- 他メディアと異なるターゲティングと顧客獲得目的
- アプリインストール



PPC広告とは？（クリック型課金広告）

PPCとは「Pay Per Click」の略で、この広告がクリックされるたびに広告主は課金されるシステム

ウェブ 画像 動画 辞書 知恵袋 地図 リアルタイム 一覧

検索結果 1 - Yahoo! JAPAN ヘルプ

ダイエット

約312,000,000件
検索ツール

Q ダイエット 食事 ダイエット サプリ みやび ダイエット方法 ダイエット 運動 で検索

関連広告ワード
ダイエット サプリ
ダイエット 食事
ダイエット 運動
ダイエット 脂肪
ダイエット 断食

247ワークアウト / 公式 - 247workout.jp
www.247workout.jp
2ヶ月高量の成功者続出のパーソナルジム2ヶ月短期集中で理想体型/全国32店舗
手ぶらでジムOK・2ヶ月集中型・動画で成功事例紹介・朝7時～深夜3時営業
無料カウンセリング・ご利用に関するお問い合わせ・写真で見る成功事例

(公式) DHCのダイエット - dhc.co.jp
www.dhc.co.jp/
理想のスタイル作りをDHCがサポート！プロテインダイエットを始め、商品多数
トライアル特集・WEB限定キャンペーン・代引き手数料無料・ネット限定お得な福袋
遠伝子検査ダイエット・トライアル特集・CMで話題のフォースコリー

ダイエットに/酵素スムージー - naturalhealthystandard.com
www.naturalhealthystandard.com/
美天ダイエット部門第1位のミナリ酵素スムージー！最大30%オフ
amazon1位・YAHOO!1位・送料無料・美天ランキング1位

±10kg成功者が続出！ - gekiyase-ranking.com
www.gekiyase-ranking.com/
ダイエットの人気10商品を徹底検証！実証・満足度1位はもちろんあの商品！

ライオンのラクトフェリン / 公式 - lionshop.jp
www.lionshop.jp/
腸まで届くラクトフェリンで選ぶから、初回限定！お話し980円＋税/送料無料
胃で食べずに腸まで届く・定期なら最大10%オフ・BMI25超えたら始めどき・ライオン公式だから安心

西野カナのダイエット方法が凄いと話題！その効果とやり方！ | ダイエット...
dietbi.com > HOME > ダイエット > 西野カナ - キャッシュ
1ヶ月で7kg減量した西野カナのダイエット方法の秘訣！10代から20代の若い女性に圧倒的な支持を
得た西野カナの「ダイエット方法」が話題！その効果とやり方！ | ダイエット...

▲Yahooプロモーション広告

Google

ダイエット

すべて ニュース 画像 動画 ショッピング もっと見る 検索ツール

約 312,000,000 件 (0.30 秒)

他のキーワード: ダイエット 口コミ お腹ダイエット 炭水化物ダイエット 産後ダイエット

2ヶ月ダイエットも夢じゃない - 公式/247ワークアウト - 247workout.jp
www.247workout.jp
2ヶ月集中型パーソナルトレーニングジム 目標達成、成功者続出中！/全国32店舗
写真で見える成功事例 ご利用に関するお問い合わせ
空き待ち予約はこちら 無料カウンセリング

ホットヨガで効率よくダイエット - デトックス効果抜群、健康美肌
www.life-well-yoga-campaign.com/
ホットヨガで体質改善、見学や体験は気軽にお問い合わせください。Webで簡単予約
原価・価格・生活改善・体質改善で痩せやすい体へ・健康的にダイエット

機能性表示取得ダイエットサプリ - カネカ・ユアヘルスケア / 公式 - urr.jp
www.urr.jp/
今だけ初回限定50%OFF！機能性表示食品のメラメラパワーで燃やせ脂肪、減らせ体重
お腹回り気になる方、必見！知見！甘味成分を配合・TV・新聞等のメディア掲載

本気でダイエットしたい方必見 - 瘦身ダイエット12回/限定1000円
www.paでやせる.jp/ダイエット/ダイエット
特殊マシンで運動の2-3倍の燃費効果を！そこで使ったピーディーにダイエット
短期間で理想の体型へ、家で簡単にできる瘦身体操・プロのマンツーマン指導・1日無料体験でご体感

西野カナのダイエット方法が凄いと話題！その効果とやり方！ - ダイエット美
dietbi.com / ダイエット / 西野カナ
1ヶ月で7kg減量した西野カナのダイエット方法の秘訣！10代から20代の若い女性に圧倒的な支持を集めてい
る西野カナさん。後援やかで美人・歌壇は勿論ですが、まるでお人形のような美しい顔や抜群のスタ
イル、華やかな衣装なども常に注目の...

【10キロ痩せたい！】運動や食事のできる6つの方法とは？ | ダイエットブック ...
diathbook.jp / 10日間痩せ方101

▲Googleアドワーズ広告

リスティング広告
「検索連動型広告」と「コンテンツ連動型広告」

Google AdWords

&

YAHOO! JAPAN プロモーション広告

「検索連動型広告」

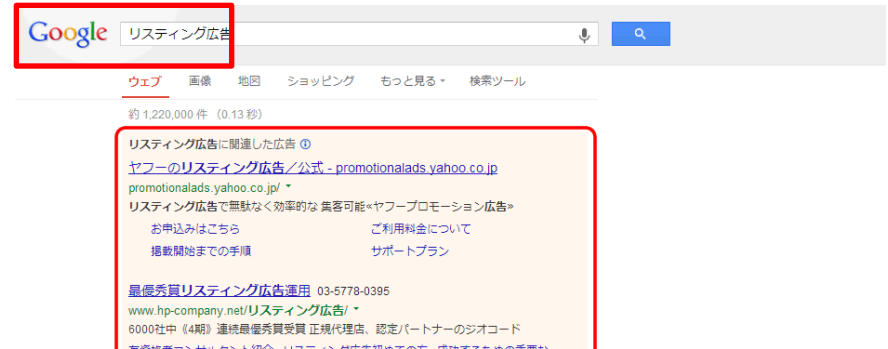
検索連動型広告とは…

ユーザーが検索エンジンで検索した
キーワードに関連した広告を検索結果に掲載でき、
クリックされると費用が発生する広告。

Googleアドワーズ（AW）では検索ネットワーク、
Yahoo!プロモ
（SS）と呼ばれ

広告が表示されるだけでは 金額が発生しない！！

検索連動型広告は、
基本的に**テキスト広告**で表示される広告。
また、Googleアドワーズと
Yahoo!プロモーション広告とは
ほぼ同じサービス内容です。



2. [リスティング広告とは - IT用語辞典 e-Words](#)
e-words.jp/.../E383AAE382B9E38386E382A3E383B3E382B0E5BA83...
リスティング広告とは、検索エンジンの検索結果ページに有料でテキスト広告を表示するサービス。リスティング事業者が料金を払ってキーワードを登録すると、大手ポータルサイトなどからそのキーワードで検索したときに、検索結果の上位ページに「スポンサー」。

3. [5分で絶対に分かるリスティング広告+運用テクニック - IT](#)
www.atmarkit.co.jp > HTML5 + UX > デザイン/ハック
2010/04/27 - Yahoo!やGoogleで検索すると表示される広告は、一体何なのか？ その概要や歴史、種類、PCとケータイの違いなどを5分で解説

「コンテンツ連動型広告」

コンテンツ連動型広告とは…

検索サイト以外のニュースサイトやブログなどに、
サイトの内容やユーザーの興味などと連動して広告を
掲載でき、クリックされると費用が発生する広告。

Googleアドワーズではディスプレイネットワーク
(GDN)、Yahoo!プロモーション広告ではYDN
(Yahoo!ディスプレイアドネットワーク) と
呼ばれます。

「コンテンツ連動型広告」



▲Yahoo! インフィード広告

「コンテンツ連動型広告」

コンテンツ連動型広告＝バナー広告というわけではなく、テキストで表示することもできます。

コンテンツ連動型広告は、検索連動型広告と違い、GoogleアドワーズとYahoo!プロモーション広告とでサービス内容が異なります。

ダイレクトレスポンスに効果的なターゲティングは大きく分けて3つ

サーチターゲティング（キーワードターゲティング）

プレースメントターゲティング

リマーケティング（リターゲティング）

※追跡型広告

Yahoo! インフィード広告（ネイティブアド）



スマホで広告を上位に出すにはインフィード広告の方が強い



インフィード広告のリタゲの方が通常よりも費用対が圧倒的に良い！

- 半径単位で場所配信可能、言語＆世界配信可能



物販をやっている方が
般若のお面を仕入れてアドワーズの
GDNを使って、海外に広告配信をしたところ、
1ヶ月で相場の3倍以上の値段で500個完売。

1 キャンペーン設定を選択する 2 広告グループの作成 3 広告の作成 4 確認

□ タイプ: ディスプレイネットワークのみ - 検討段階で働きかける

広告グループでは広告とターゲティング方法(キーワードなど、広告の掲載先を決める要素)を設定します。掲載結果を高めるには、1つの広告グループで宣伝する商品やサービスを1つに絞り込むことをおすすめします。キャンペーンや広告グループの詳細およびアカウントの構成についてはこちらをご覧ください。

広告グループ名

拡張クリック単価

ランディング ページ

カスタマイズされた提案を提供させていただきます。ただ、お客様の商品とサービスを最も良く説明しているページが必要です。そのページのURLをご入力ください。

3000円/1個
1,500,000円(500個)
550,000円
450,000円
2,500,000円

15,000円/1個

約5,000,000円

アドワーズは海外用のテキスト広告文など**自重**
広告出稿ができる上に、
出したらよいのかなどの
オススメ出稿先サイトま

広告のターゲットの選択

- ディスプレイネットワークのキーワード- キーワードに関連するサイトに広告を表示します。49 件の候補
- インタレストとリマーケティング(購買意向の強いユーザー)- ユーザーの興味関心に基づいて表示される広告が決まります。3 件の候補
- 別のターゲティング方法を使用

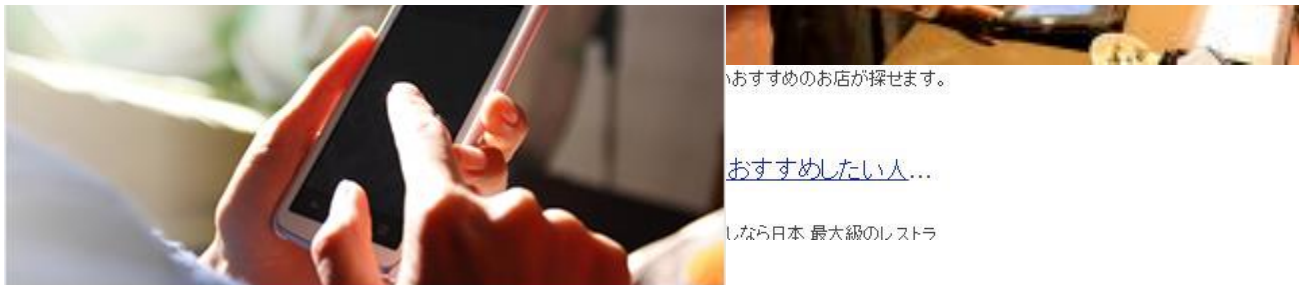
ディスプレイネットワークのキーワード

キーワード	表示回数の範囲	関連性	
basketball goal	3500万 - 4000万	■■■■	➤
ftta video game	1億 - 1.5億	■■■■	➤
soccer games	40億 - 45億	■■■■	➤
football game soccer	25億 - 30億	■■■■	➤
play soccer	5000万 - 1億	■■■■	➤
football soccer player	5億 - 10億	■■■■	➤
foot football	500万 - 1000万	■■■■	➤
football soccer team	10億 - 15億	■■■■	➤
soccer team	5億 - 10億	■■■■	➤
football pitches	450万 - 500万	■■■■	➤
football tour	1億 - 1.5億	■■■■	➤

コールトウアクション設置（スマホコンバージョン）



広告経由でスマホで電話をした件数が
何月何日に何件あったのかが正確にカウントできます！！！！

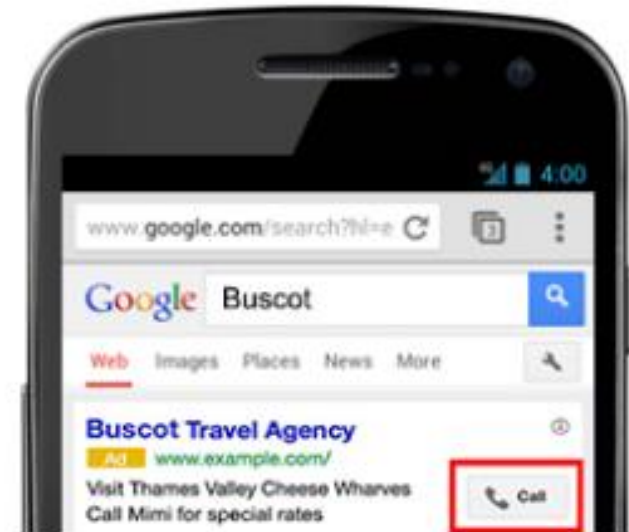


コールトウアクション設置（スマホコンバージョン）



1 コンバージョンの発生元 2 設定 3 確認

トラッキングするコンバージョンの発生元を選択してください。



		キャンペーン	予算 ?	ステータス ?	表示回数 ?	クリック数 ?	費用 ?	クリック率 ?	平均クリック単価 ?	平均掲載順位 ?	コンバージョン ?	コンバージョン単価 ?	コンバージョン率 ?	コンバージョンに基づいたクリック ?	費用/コンバージョンに基づいたクリック ?
☐	● ↓		¥ 500/日	予算による制限 ?	660,027	936	¥ 28,505	0.14%	¥ 30	1.4	0.00	¥ 0	0.00%	0	¥ 0
☐	●		¥ 500/日	予算による制限 ?	15,074	83	¥ 21,791	0.55%	¥ 263	3.9	0.00	¥ 0	0.00%	0	¥ 0
☐	●		¥ 3,000/日	有効	5,445	70	¥ 9,233	1.29%	¥ 132	1.4	1.00	¥ 9,233	1.43%	2	¥ 4,616

ヤフーコンテンツディスカバリー（オウンドメディアや記事ページをそのまま広告に出す）



レコメンドモジュール表示例

こんな記事も読まれています



海外サッカー開幕！今年デビューの注目の選手は
10月1日(木)6時1分 ABニュース



安定志向増える…女性のキャリアに関する意識調査 第二弾
10月1日(木)9時25分 CDニュース



名門チームのエースが退団を経て再起を誓う
9月30日(火)12時15分 EFニュース



有名モデルが本気のダイエット本を発売
9月30日(火)8時30分 GHニュース

あなたにおすすめのコンテンツ



イケてるリビングのつくり方とは？
IJ家具[提供リンク]



おいしいビールの温度と気温の関係
KLメディア[提供リンク]



正しいランニングシューズの選びかた
MNスポーツ販売[提供リンク]



カメラ女子が増える！女性に人気な一眼レフ
OPメディア[提供リンク]

出稿コンテンツがこうに配信されます

Adwords ショッピング広告（旧：商品リスト広告 PLA）



商品の画像・名前・価格・ショップ名などの
グーグルの検索結果に表示することができる

各々の特性を理解し、目的に応じた選択をして行く事と各々の特性によるターゲティングの違いを踏まえて
広告媒体を活用して頂くことによって自由自在にアクセスを集めて拡散・販売・収益などを上げることができます。

当たり前のことを言いますが、、、

ビジネスで最も重要な事・・・それは、お客様のニーズを満たす事。
ビジネスで最も困難な事・・・それは、お客様の本当の声を聞く事。

WEB広告出稿によって取れる『データ=数字』は、お客様の【行動】がベースとなった【本当の声】です。

【口】は嘘を付きますが、【行動】は嘘を付かないですね？

ご存じの通りインターネットはまだまだ進化します。WEB広告市場は毎年10%以上の伸びています。
市場の拡大に伴い、WEB広告の機能がどんどん進化します。より複雑かつ精度が高く広告の品質が高まります。
インターネット集客に対するニーズは益々層高まります。

しかし、依然としてWEB広告を使ってうまく見込み顧客の獲得&集客に成功している企業や店舗が少ないのが現状です。

このWEB広告は現在普通に一個人で当たり前のように簡単にいろんな媒体に出稿することができます。上述した通り
「WEB広告市場」は右肩上がりの成長市場です。

そして、周りを見渡せばブログやSNSや動画を使う人は沢山居たとしても、WEBマーケティング&WEB広告で
集客に成功しているところは少ないです。そもそもそういった情報すら届いていないのですから、、、

それに対して、集客に困っている店舗オーナーやWEBサイトオーナーは幾らでも居ます。そんな流れから見ても、今すぐ自社の魅力を削ってまでポータルサイトや媒体に高い金額を支払って出稿するよりも、
【自社や自店舗の強み】を最大限に活かしてプロモーションする時代に突入しており、それこそ今すぐ自社・自店舗にてやるべきです。

ですが、それでもWEB広告やマーケティングに足踏みする人たちがいます。

その理由として「難しそう」だとか、「**広告費がかかる**」など言われています。

この『**広告費がかかる**』をよく耳にします。

ただ他の手段だと『**時間と労力**』が膨大にかかりますので広告費と時間と労力をそれぞれ同じ

【コスト】

だと考えた場合に、私はそこまでの欠点には思えません。

むしろ、数ヶ月もの時間と労力を『**広告費**』で賄えるとすれば『**お金が出て行くこと自体**』は欠点ではありません。

そこから

【費用対効果】

を生めない人がデメリットと思っているだけです。

広告の本質をそう捉えて、WEB広告の概要が理解出来て、**広告出稿におけるデータ取得**そのものが、自社＆自店舗の資産構築と捉えて頂き売上アップのための通過点として捉えて頂けたらと思います。我々は常にそういった部分をクライアント様と共有し、一緒に成長していけるパートナーシップを組んでいければと思います。

株式会社ウィニングフィールド
代表取締役 勝原 潤





参加者の情報共有タイム

① 自己紹介（3～5分程度）

② 自分のビジネスや事業の紹介（20～30分程度）



- お名前
- 年齢
- 出身（現在の居住地）
- ご職業
- 趣味

- 自身のビジネスに対しての説明
- 成功事例やノウハウシェア
- （商圈と売上構成説明）
- （自社の優位性、競合との差別化）
- （LP公開&説明）
- 現在抱えている問題や解決したい事

最後に