自由自在にアクセスを操ることのできるWEB広告講座

～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～

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・生涯的価値

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

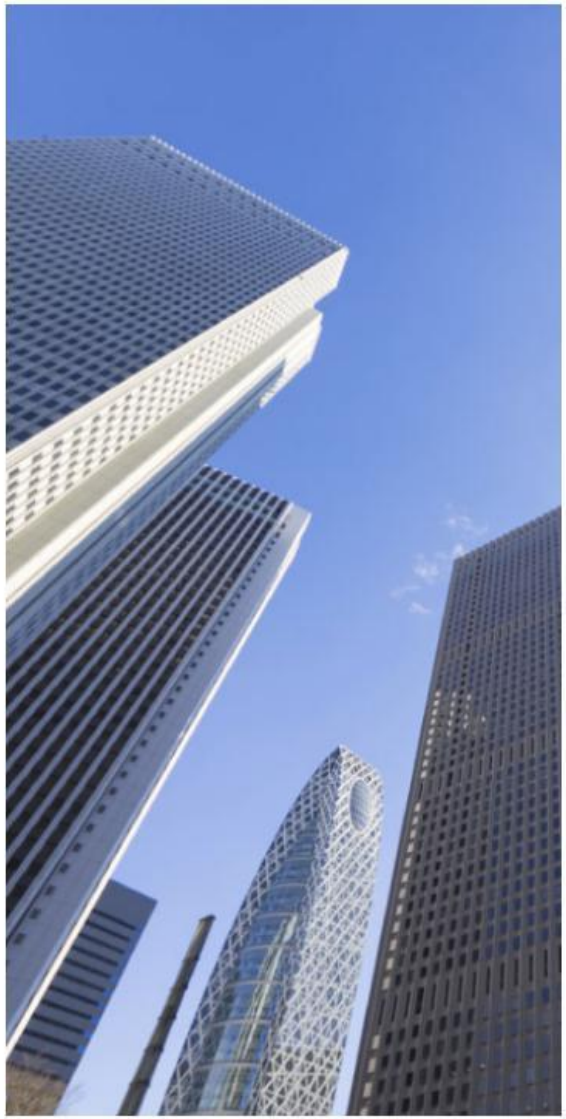
会社名	株式会社ウィニングフィールド
	WINNINGFIELD.LTD.
所在地	〒107-0062
	東京都港区南青山2丁目2番15号　ウィン青山9F
連絡先	TEL.03-6869-3864　FAX.03-6893-3931
E-mail	info@winningfield.net
URL	http://winningfield.net/
役員	代表取締役
設立	2014年3月
取引銀行	みずほ銀行 新宿中央支店
事業内容	1．各種コンサルティング業
	2．ＰＰＣ（クリック課金型）、ＳＥＯ（検索エンジン最適化）サービスの提供
	3．ウェブサイトのプロモーション、企画、制作、運営及び管理
	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

WINNING FIELD

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！！



WINNING FIELD

プロフィール

株式会社ウィニングフィールド　代表取締役　勝原　潤

富山県出身。大学卒業後、複合機・通信商材の営業代行のベンチャー会社にて自身が統括する部署が2004年度日本テレコム『おとくライン』、YahooADSL 新規顧客獲得・契約本数グループ1位の記録を打ち立てる。

その後ダンス系エンターテイメント会社にて雑誌の編集・広告営業～編集長代行～副社長と経る。商品プロモーションのプランニング、販売促進、キャスティング業務、イベントの企画・制作・運営や全国規模のオーディションの企画・主催、海のイベントやフェスなどの開催など様々な広告やプロモーション事業に携わる。

また、外資系広告代理店のデジタルマーケティング部に在籍し、大手グローバルIT企業の広告運用チーム在籍、また自社サービスのリスティング広告で月1500～2000万円の運用経験を持つ。

様々な企業・店舗の広告提案やプロモーション案件、広告運用に関わり、集客や売上に貢献してきた実績を元に起業。

多数のネットの広告プロフェッショナル資格を元に現在は中小企業・店舗を中心にWEBマーケティングやWEB広告を使ったWEBコンサルティングと物販、WEB広告に関する講座などを展開中。

http://winningfield.net/

◆Yahoo!プロモーション広告プロフェッショナル認定資格（ベーシック【基礎】、アドバンスト【運用・上級】両取得）
◆GoogleAdwords認定試験合格（基礎・検索連動型広告、ディスプレイ広告）グーグルパートナー取得
◆グーグルパートナー認定資格（セールスパートナー）保持

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

PPC×アドセンスセミナー
講師　　参加総数延べ　120名

PPC（リスティング広告）を使って、大量にサイトにアクセスを集めて、サイト内に貼ったアドセンスをクリックしてもらうことにより、かけた広告費以上に爆発的に収益を上げた方法を公開

実業向けWEB集客特化型
1DAY速習講座
講師　参加総数延べ　150名

Facebookやtwitter、instagramを用いて自分の顧客にしっかりとターゲティングして半継続的に見込み顧客を集めて売上を上げる方法

WEBコンサルタント養成講座
講師　参加総数延べ　70名

様々なWEB集客の方法を学び、プロモーションスキルやサイトの解析、顧客分析などを一通り学びながら自店舗や多店舗に限らず、様々な業種・業態の手助けができるようなWEBコンサルタントの養成をする講座

【その他、主な講演実績】

2015年、2016年　リスティング広告プロフェッショナル養成講座（PPC WORKS）講師
6ヶ月間集中講座　第1期、第2期　参加総数延べ　550名以上　　受講者　177名

2016年　集客特化型WEB広告講座（SPECIAL FORCES）講師
3ヶ月間集中講座　第1期　参加総数延べ　350名以上　　受講者　65名

2017年　朝活@富山、朝活@富山プレミアム　講師　　参加総数延べ　35名

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

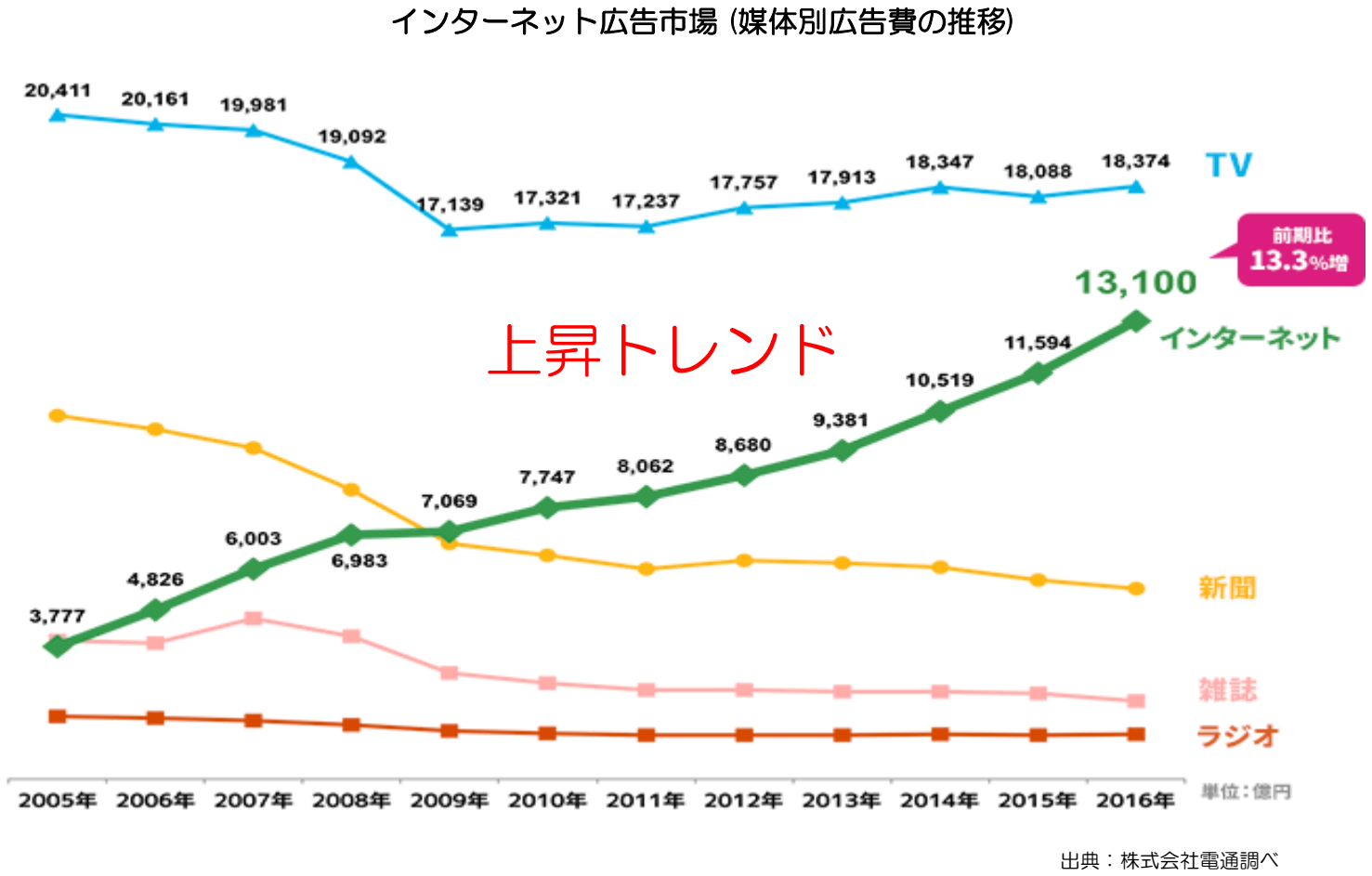
セミナー開催実績　：　2015年8月～2017年3月まで（約2年弱）
WEB広告に関するセミナー（リスティング、SNS広告）

主催・講師講演回数　合計　50回以上！

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

何故、【今】WEB広告を学ぶべきなのか？

1. 時代の流れ（時流）



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）

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

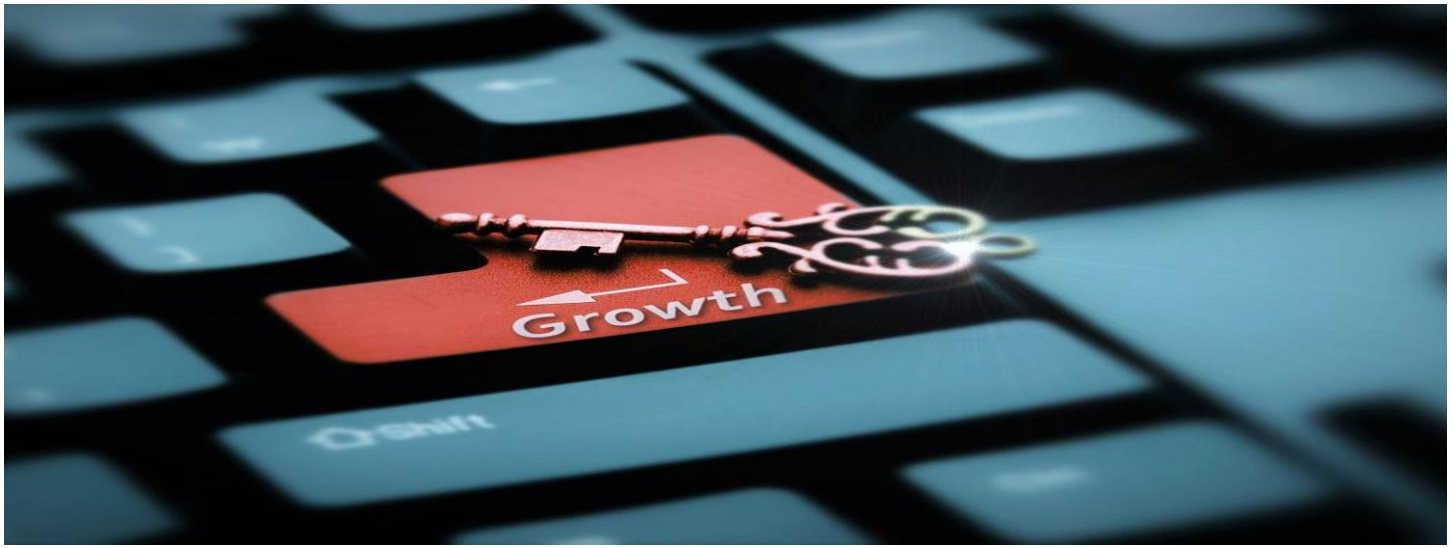
自分たちに合った告知方法を身に着けるとどうなるか？

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

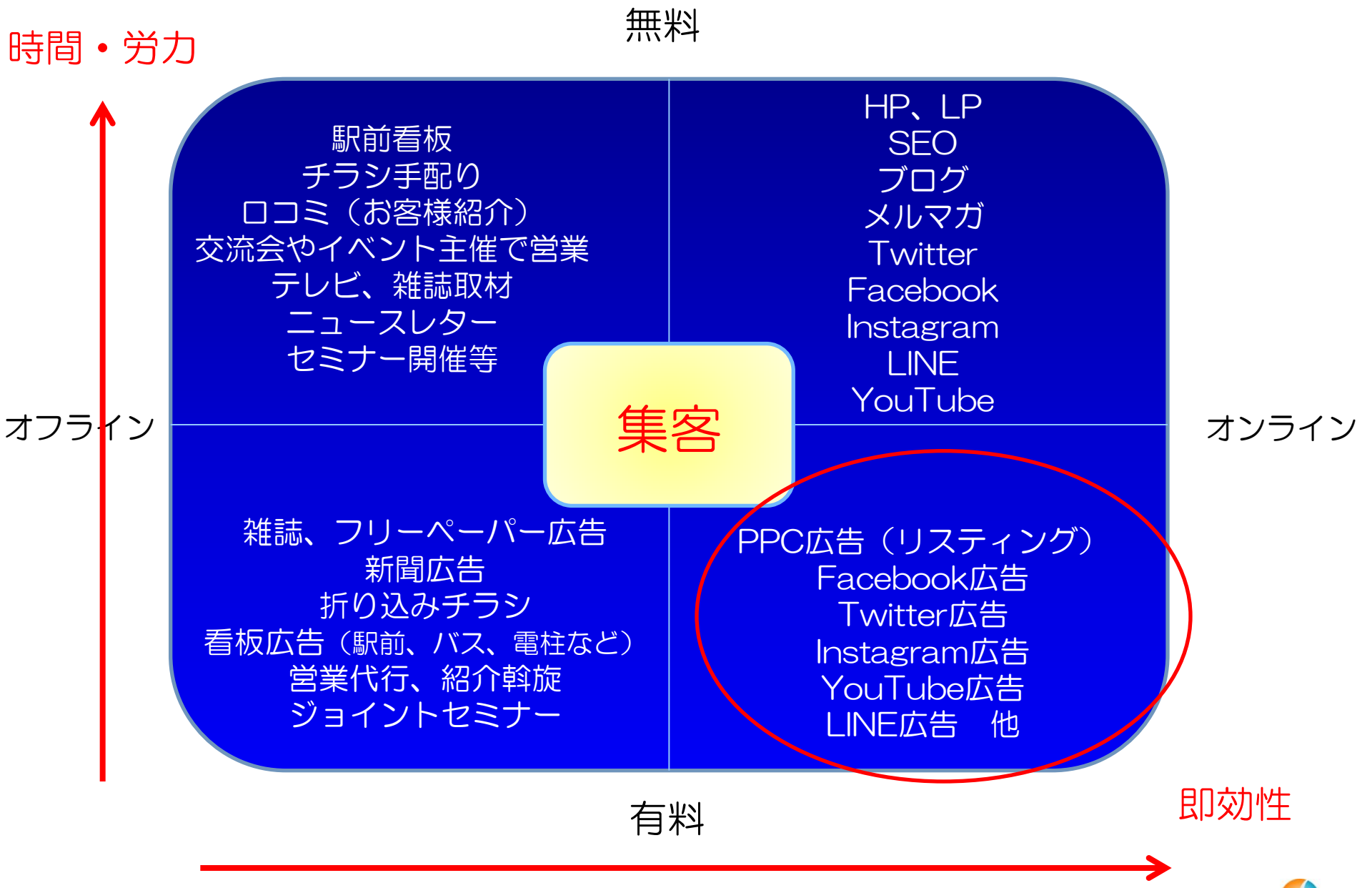
集客には大きくわけて2種類

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

WINNING FIELD


無料
時間・労力
駅前看板
チラシ手配り
口コミ（お客様紹介）
交流会やイベント主催で営業
テレビ、雑誌取材
ニュースレター
セミナー開催等
HP、LP
SEO
ブログ
メルマガ
Twitter
Facebook
Instagram
LINE
YouTube
集客
オフライン
オンライン
雑誌、フリーペーパー広告
新聞広告
折り込みチラシ
看板広告（駅前、バス、電柱など）
営業代行、紹介斡旋
ジョイントセミナー
PPC広告（リスティング）
Facebook広告
Twitter広告
Instagram広告
YouTube広告
LINE広告　他
有料
即効性

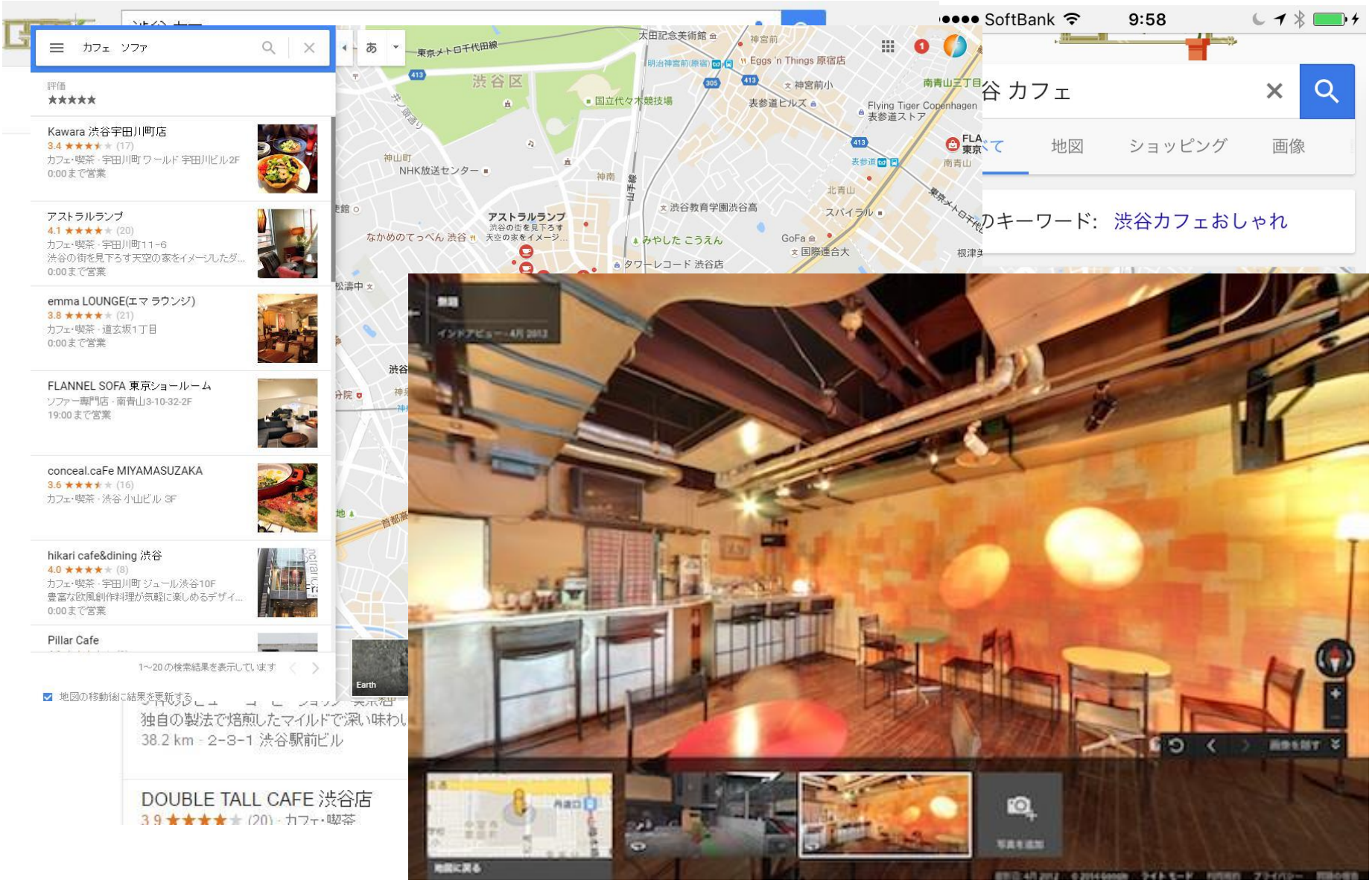
WEB広告には大きくわけて2つ種類がある

反響型広告

運用型広告

WINNING FIELD

現在の人々の情報収集手段


カフェ ソファ
評価
★★★★★
Kawara 渋谷宇田川町店
3.4 ★★★★★ (17)
カフェ·喫茶 · 宇田川町 ワールド 宇田川ビル2F
0:00まで営業
アストラルランプ
4.1 ★★★★★ (20)
カフェ·喫茶 · 宇田川町11-6
渋谷の街を見下ろす天空の家をイメージしたダ...
0:00まで営業
emma LOUNGE(エマ ラウンジ)
3.8 ★★★★★ (21)
カフェ·喫茶 · 道玄坂1丁目
0:00まで営業
FLANNEL SOFA 東京ショールーム
ソファー専門店 · 南青山3-10-32-2F
19:00まで営業
conceal.caFe MIYAMASUZAKA
3.6 ★★★★★ (16)
カフェ·喫茶 · 渋谷 小山ビル 3F
hikari cafe&dining 渋谷
4.0 ★★★★★ (8)
カフェ·喫茶 · 宇田川町 ジュール渋谷10F
豊富な欧風創作料理が気軽に楽しめるデザイ...
0:00まで営業
Pillar Cafe
1~20の検索結果を表示しています
地図の移動後に結果を更新する
渋谷区
東京メトロ千代田線
国立代々木競技場
NHK放送センター
アストラルランプ
渋谷の街を見下ろす天空の家をイメージ...
なかめのてっぺん 渋谷
タワーレコード 渋谷店
渋谷教育学園渋谷高
みやした こうえん
Earth
独自の製法で焙煎したマイルドで深い味わい
38.2 km · 2-3-1 渋谷駅前ビル
DOUBLE TALL CAFE 渋谷店
3.9 ★★★★★ (20) · カフェ·喫茶
SoftBank
9:58
谷 カフェ
て
地図
ショッピング
画像
のキーワード: 渋谷カフェおしゃれ

鎌倉しらす丼

↑ 音声検索

SoftBank 12:36
鎌倉しらす丼
すべて 地図 画像 ショッピング
他のキーワード: 鎌倉 ランチ
秋本
長谷寺
Map data ©2016 Google, ZENRI

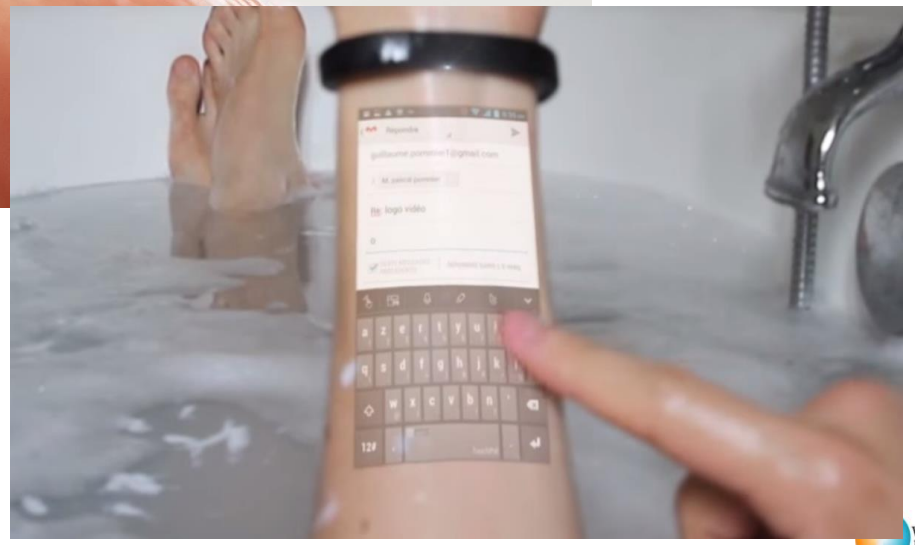
SoftBank 12:38
google.co.jp
秋本
4.1 ★★★★★ 16 件のレビュー · 2.7 km
レストラン
電話 経路案内 共有 ウェブ サイト
鎌倉ならではの旬の食材を使った日本料理を堪能できる鎌倉小町のレストラン。清潔感のある和の空間で懐石料理を楽しめる。小上がり席有。

SoftBank 12:36
www.google.co.jp
鎌倉しらす丼
このエリアを検索

SoftBank 12:38
秋本
訪問数の多い時間帯: 火曜日
現在: 通常はやや混んでいます
9時 12時 15時 18時 21時

中を見る
ストリートビュー
201 枚の写真
写真を追加

これからの未来



WINNING FIELD

- 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数

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
シェ

WINNING FIELD

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・生涯的価値

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・・・

WINNING FIELD

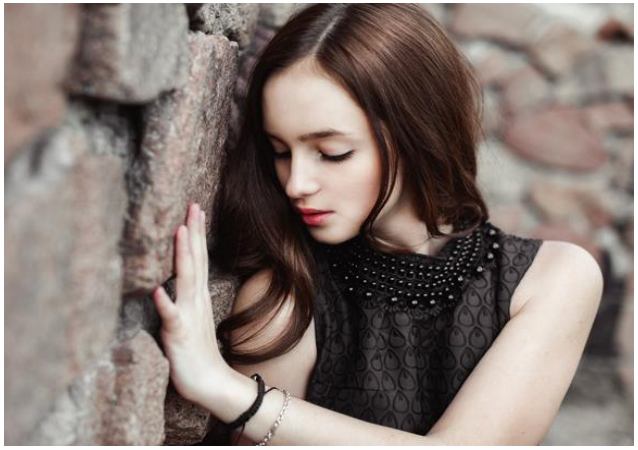
3.　広告に対する重要なマインドセット

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？



WINNING FIELD

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

WINNING FIELD

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　－

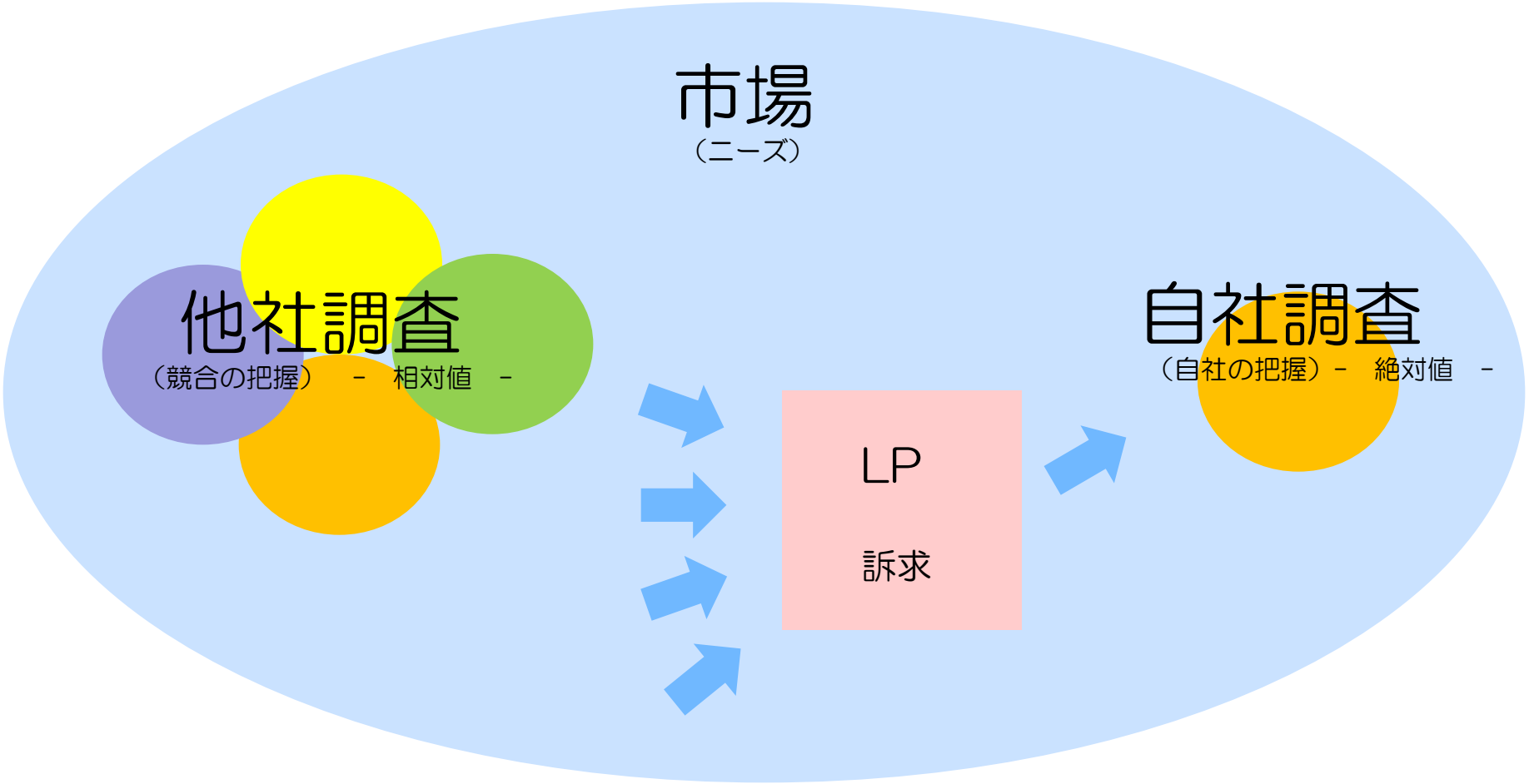
LP作成
（自社の訴求）　－　接点　－

広告運用

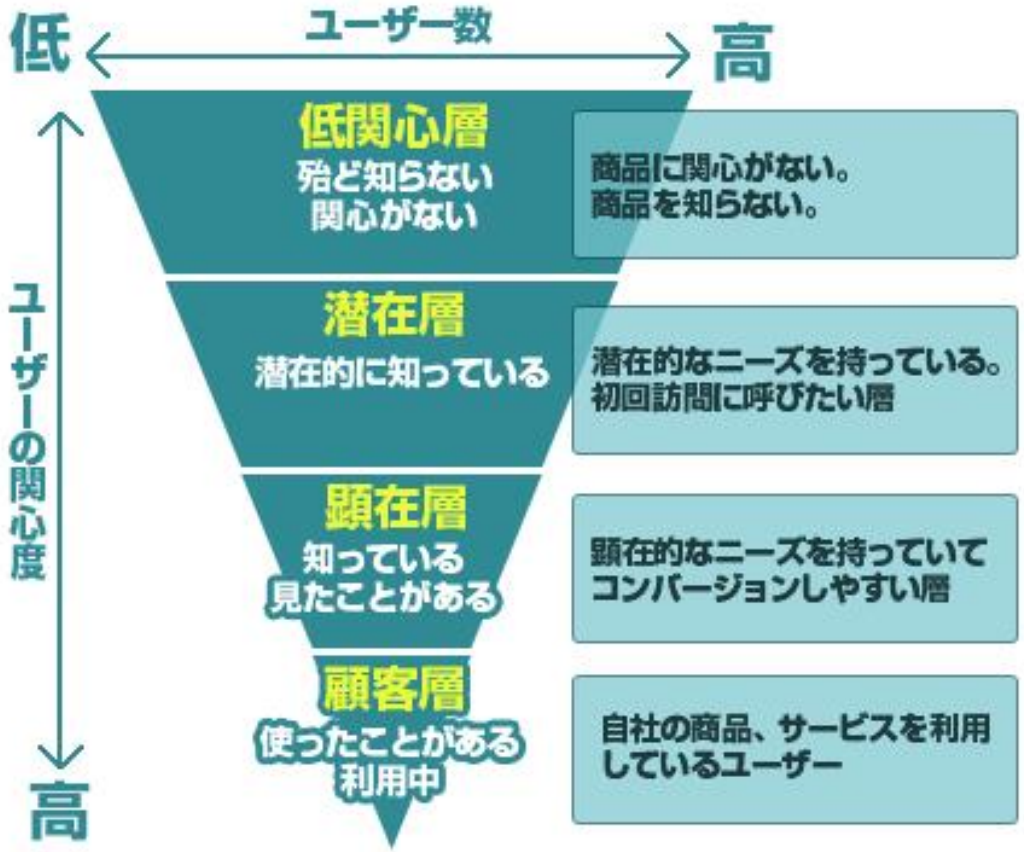
－　接触　－

彼を知りて
己を知れば
百戦して
殆うからず

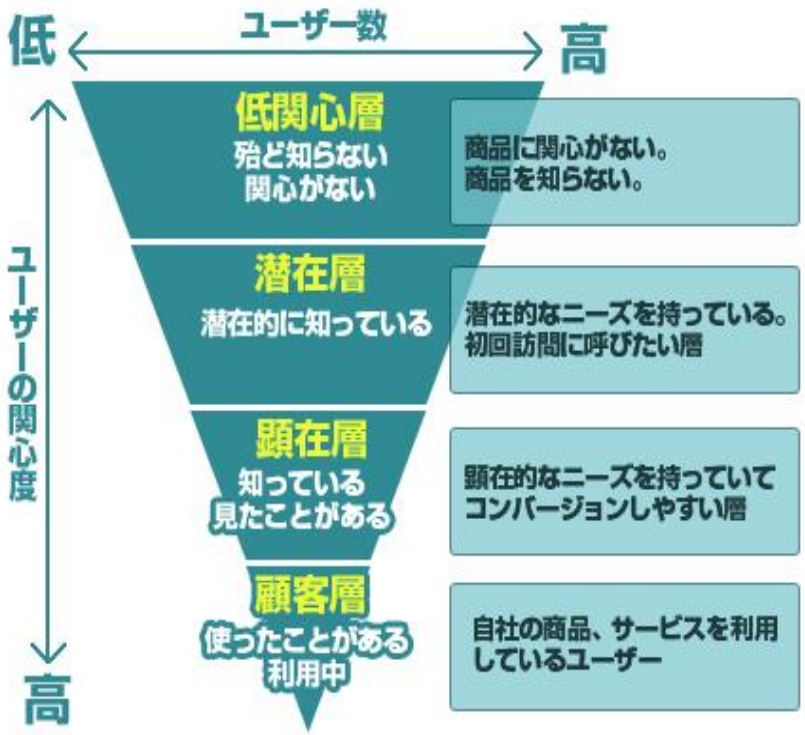
5.　広告運用イメージ



市場についての補足


低
ユーザー数
高
ユーザーの関心度
高
低関心層
殆ど知らない
関心がない
商品に関心がない。
商品を知らない。
潜在層
潜在的に知っている
潜在的なニーズを持っている。
初回訪問に呼びたい層
顕在層
知っている
見たことがある
顕在的なニーズを持っていて
コンバージョンしやすい層
顧客層
使ったことがある
利用中
自社の商品、サービスを利用
しているユーザー

市場についての補足



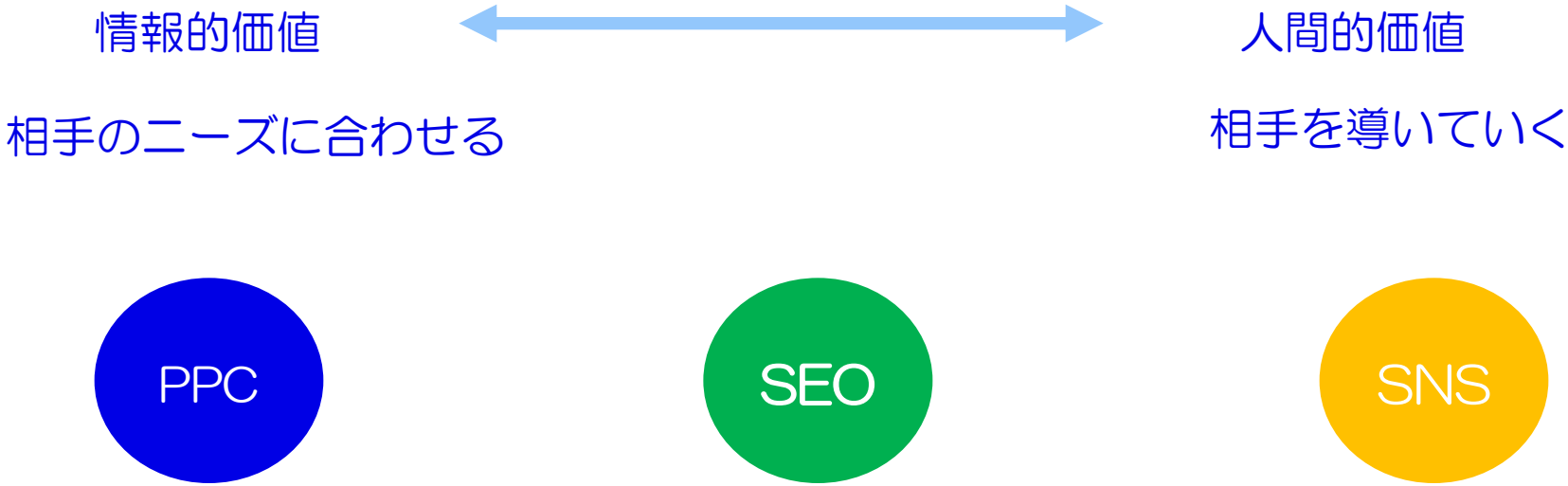
純広告（バナー広告）や
インプレッション課金型広告、
動画広告など

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

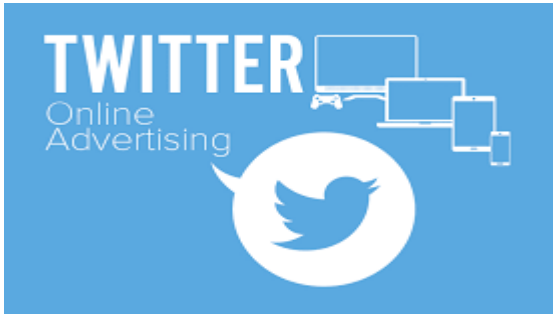


7.　代表的なWEB広告の種類を理解する

Google™ Adwords

YAHOO! JAPAN プロモーション広告

facebook Advertising

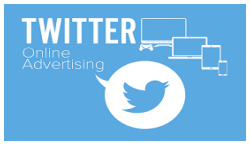


アクセスを集める場所は同じであるが、
ユーザーの前提状況の違いを理解する。

WINNING FIELD

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

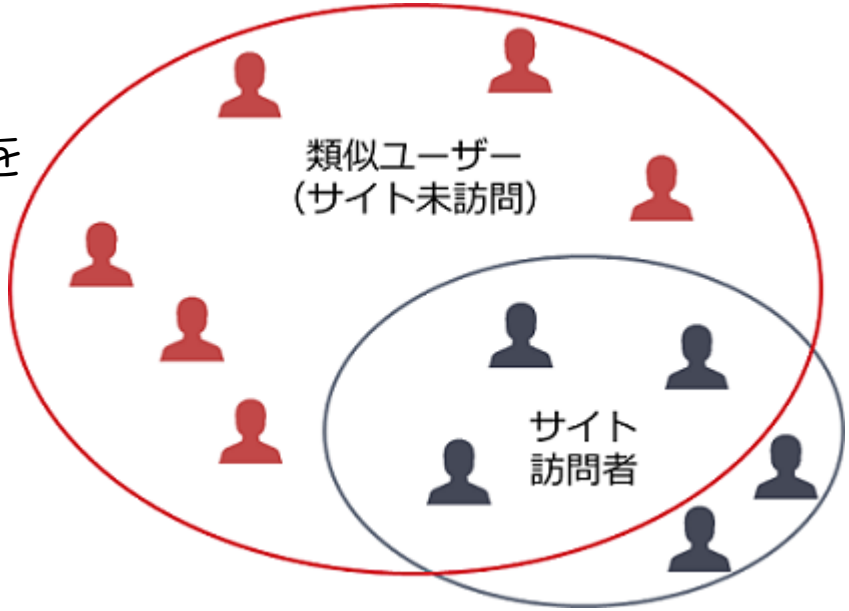
WINNING FIELD

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）

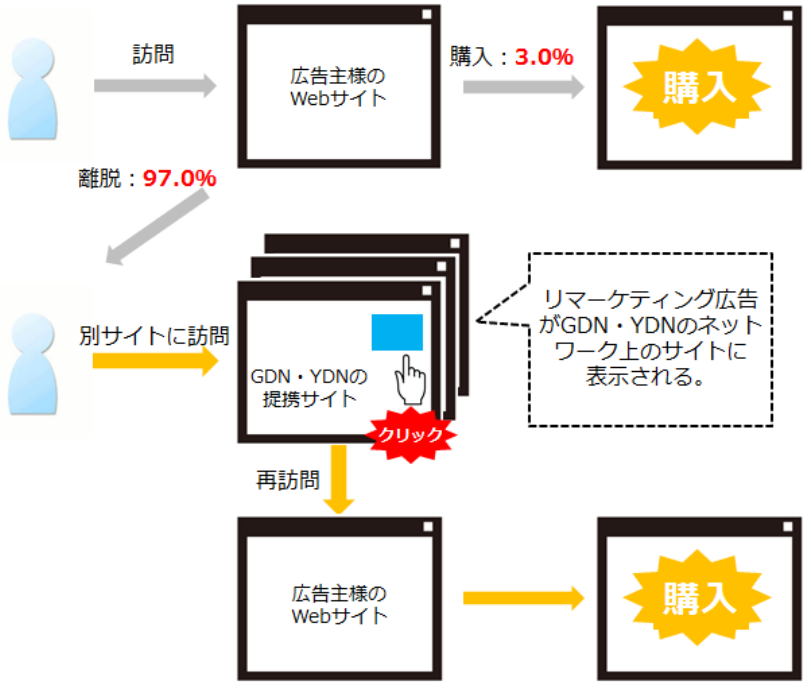
WEB上で取得した膨大なユーザーデータを
解析し、【類似】の行動特性を持つユーザーを
ターゲティングすることができます。

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

WINNING FIELD

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

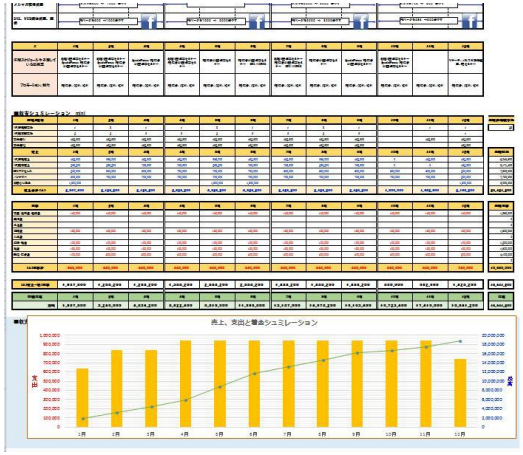
WEBマーケティングにおける3C分析は分析を行って、
後出しのじゃんけんを行って、
少なくとも「あいこ」か「確実に勝つ」サイトや広告施策を取る！

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）

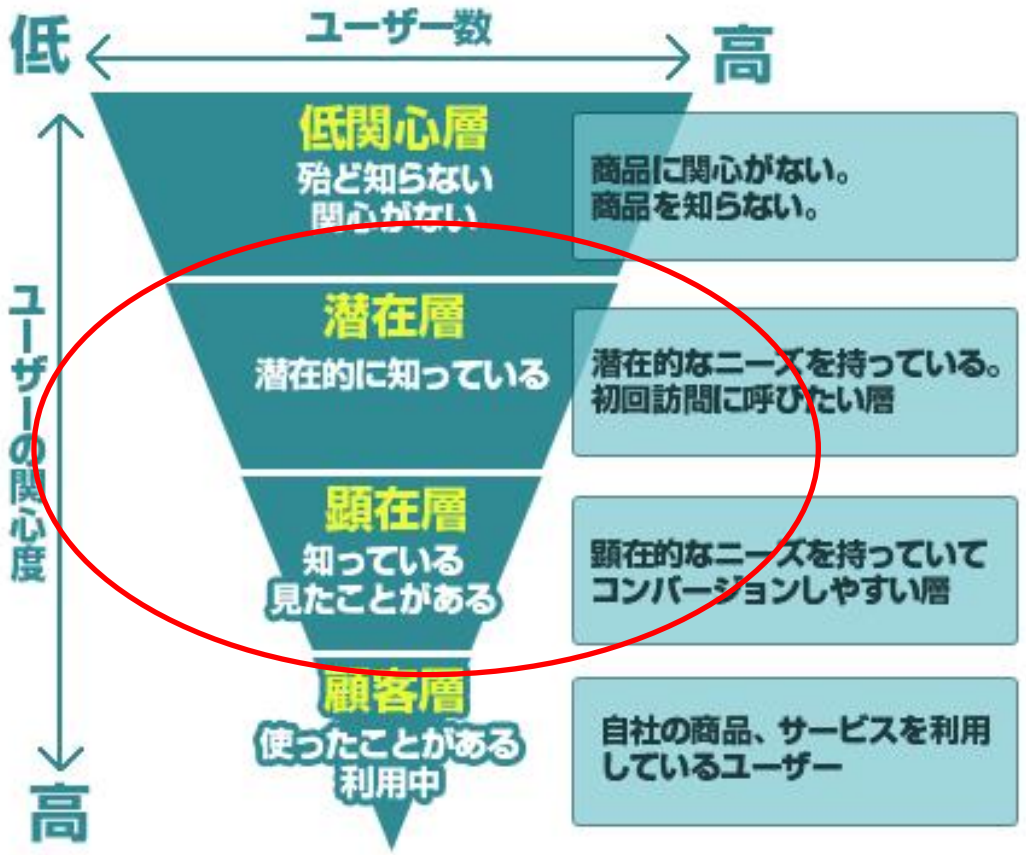
2.　LP構築（サイト構築）

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

WEB広告媒体の紹介



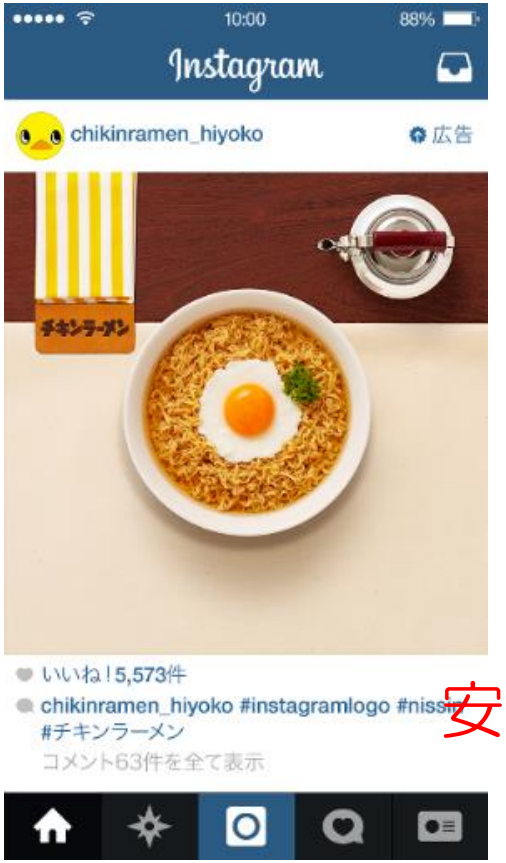
純広告（バナー広告）や
インプレッション課金型広告、
動画広告など

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

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved



▲　インスタグラム広告

SNS広告

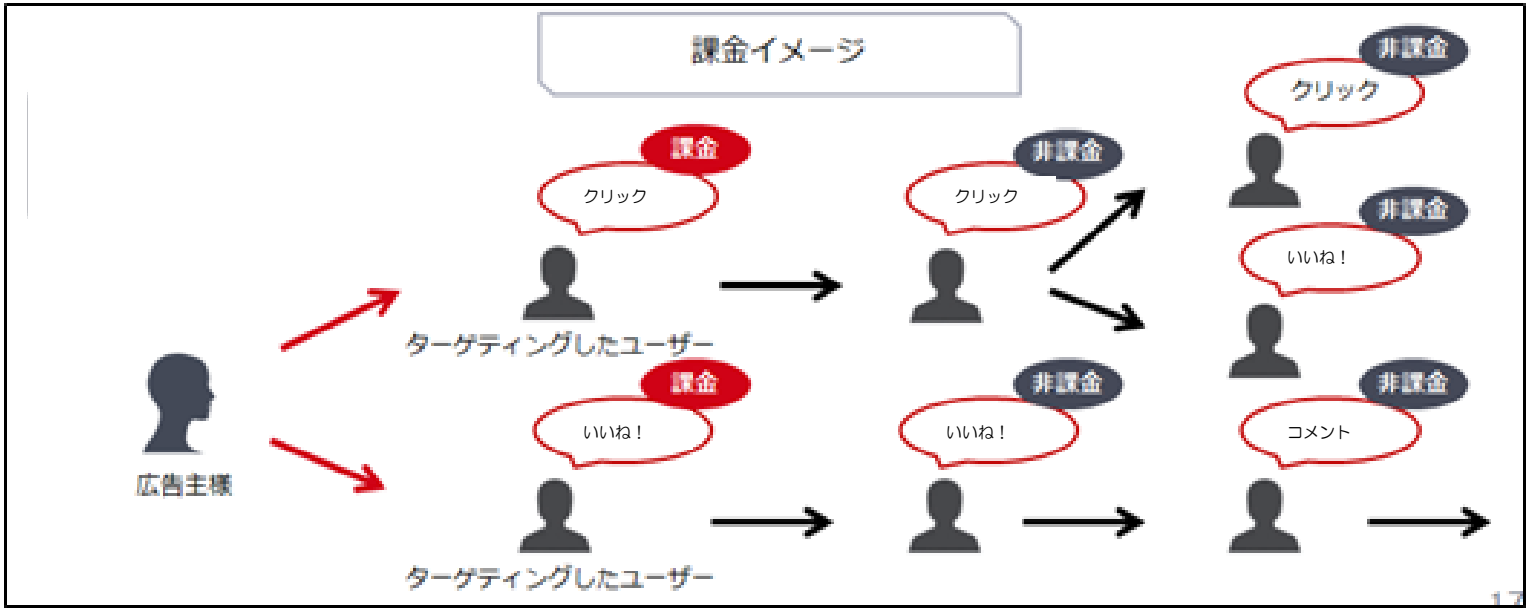
▲　ツイッター広告

二次拡散をすればするほど
安い単価で広告を運用できるのもメリット

▲　フェイスブック広告

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

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!!

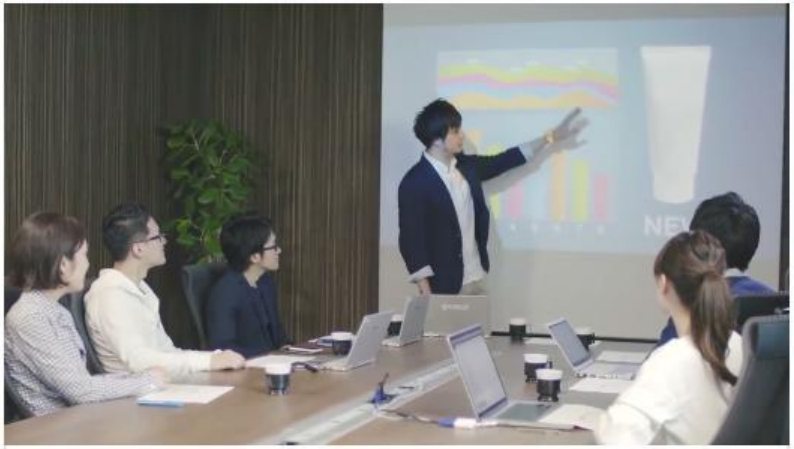


2次拡散される程、広告費用をかけずに広告の配信が可能!!

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。アイディア募集・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

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!!

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！！

WINNING FIELD

フェイスブック広告は、、、

目的最適化配信機能

WINNING FIELD

ツイッター広告

インスタグラム広告

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

- 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

テイ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）

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

（出典: Macromill, Twitterユーザー実態調査, 2014年5月）

テレビを見ているユーザーの5人に4人がTwitterを使いながらテレビを視聴
そのうち、75%はテレビ番組に関するツイートをしたことがある

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

・10代の女性を対象とした商材／サービスの場合

10代に人気のアイドルが出演する
バラエティ番組をターゲティング設定して
その番組のメインの視聴者である、
10代の女性を対象とした商材の広告を配信

・20代～30代の男性を対象とした商材
／サービスの場合

深夜のバラエティ番組、野球やサッカーの試合、
スポーツニースを設定

・主婦を対象とした商材／サービスの場合

子供向け番組、料理番組、お昼の情報番組を
ターゲティング設定

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

アパレルブランドの場合
某有名ファッションショーを
ターゲティング設定し、モデルが実際に
着用した洋服の広告や類似商品の
広告を配信する。

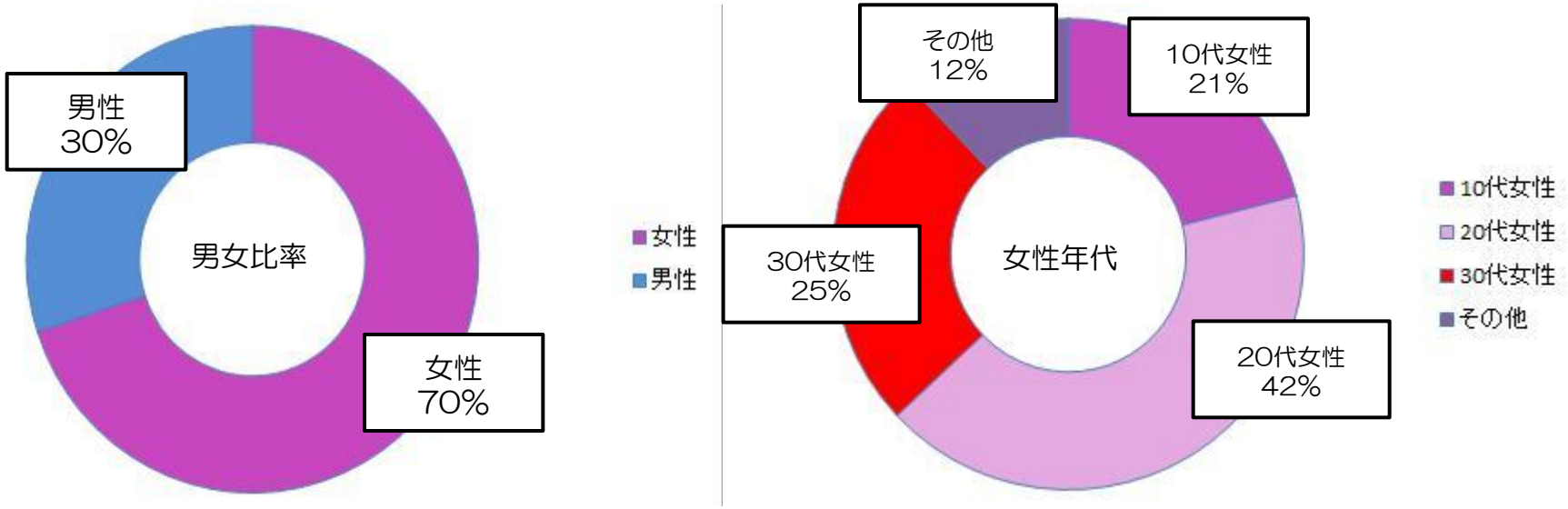
ゲーム会社の場合
某ゲームショーをターゲティング設定し
新商品の広告を配信する。

地域限定の商材
サービスを扱っている場合
どこかの県で開催される有名フェスを
ターゲティング設定し、
例えば、某県のホテル/旅館、
お土産、レジャー施設の広告を配信する
。

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

インスタグラムのユーザー属性

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



Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

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

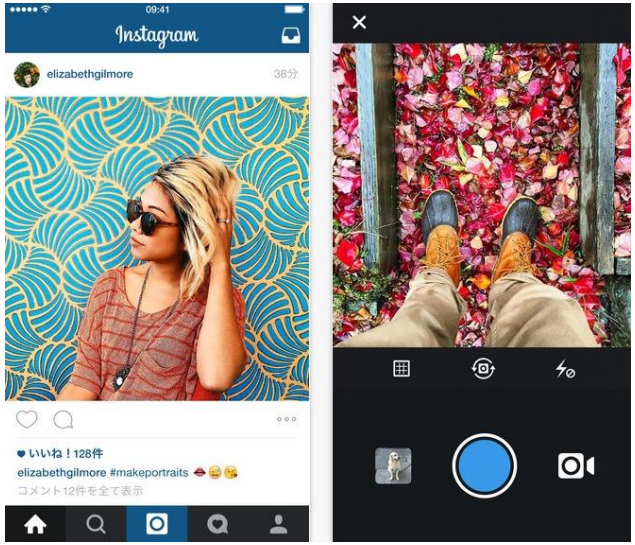
フェイスブック利用者は“情報”を求めているのに対し、
インスタグラム利用者はファッションやライフスタイルなど
自分の趣味や感性に近いものを“眺めて参考にする”

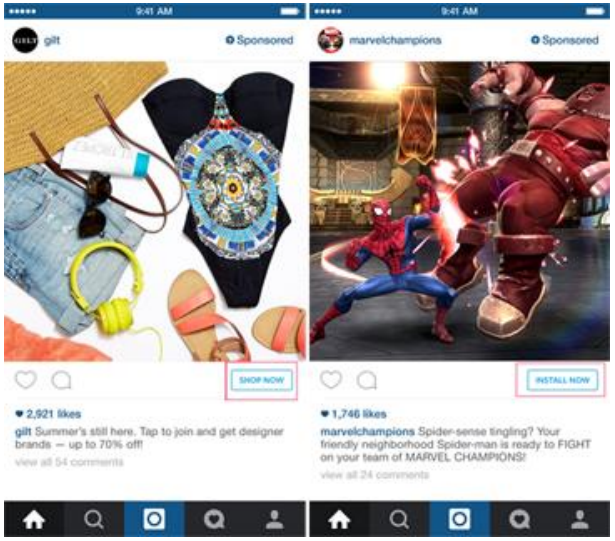
広告を打つ際に利用者が求めるビジュアルに応えてテキスト等を最小限にして、
“広告らしさ”をなくした画像や動画をメインに据える必要がある

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

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





Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

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

▲Yahooプロモーション広告

▲Googleアドワーズ広告

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

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

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

「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では
ほぼ同じサービス内容です。

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

「コンテンツ連動型広告」

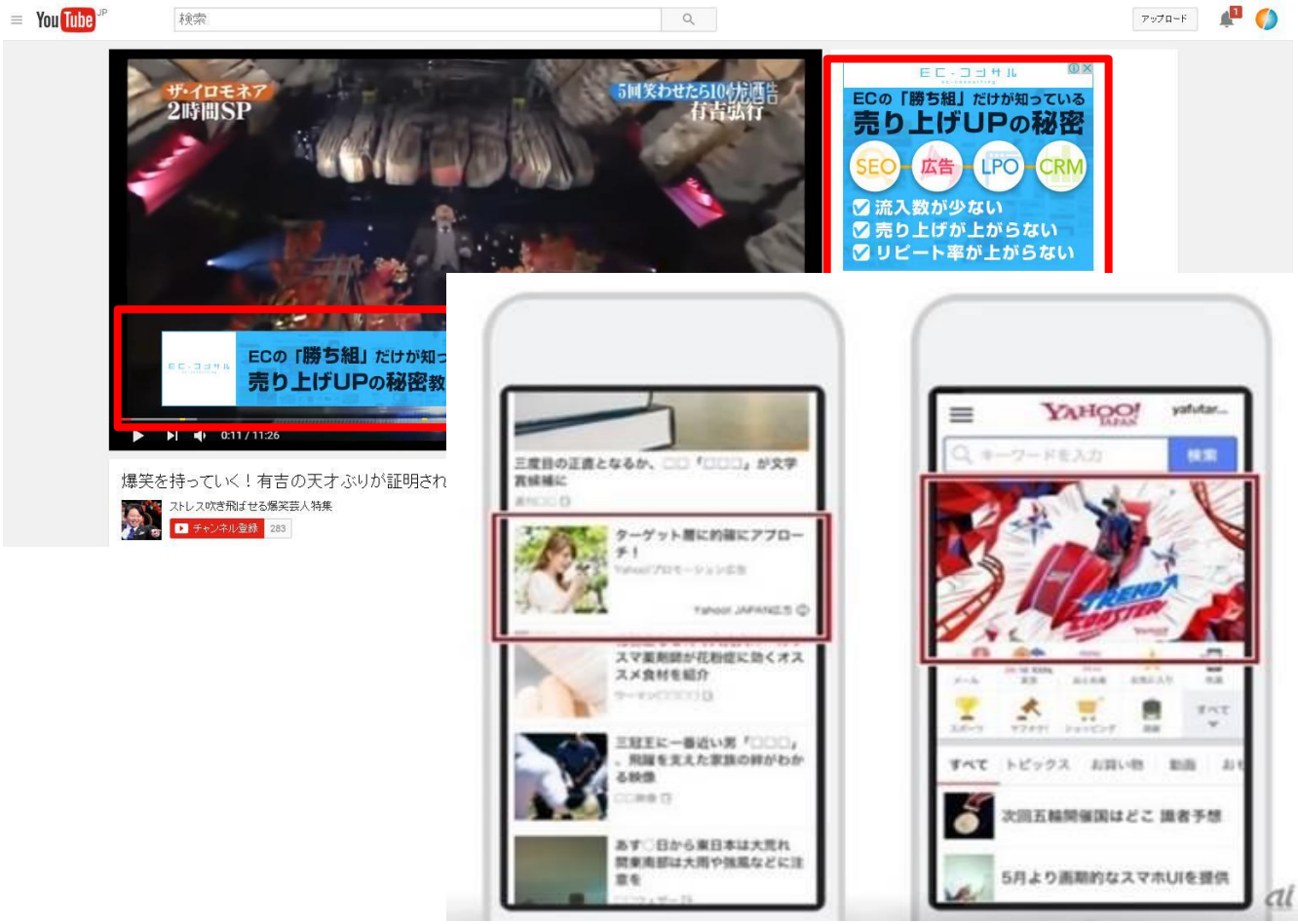
コンテンツ連動型広告とは…

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。

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

「コンテンツ連動型広告」



▲Yhaoo！インフィード広告

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

「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

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

Yhaoo！インフィード広告（ネイティヴアド）

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

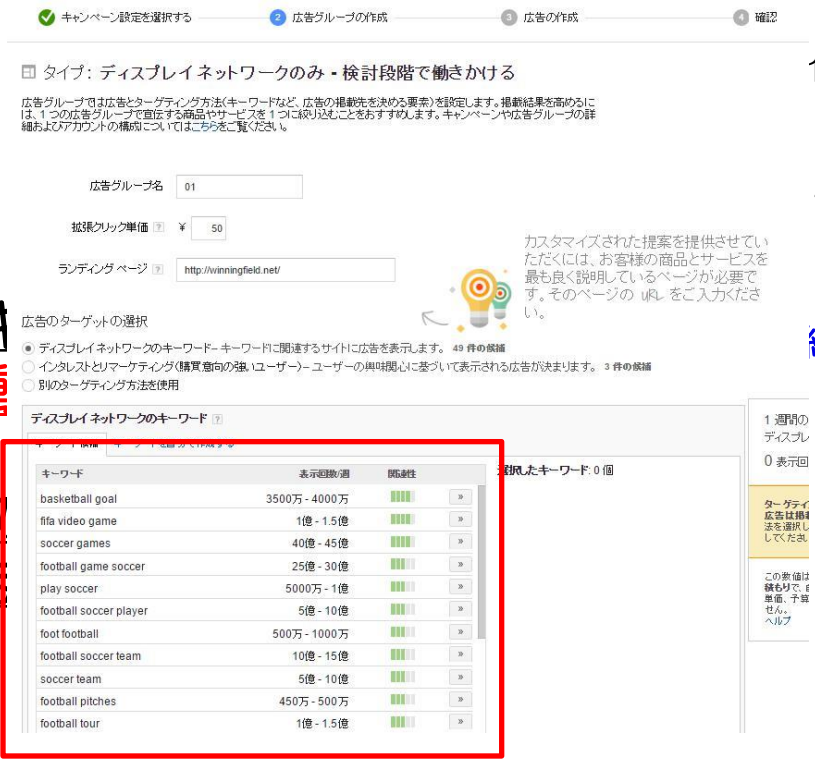
↓

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！

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

- 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。



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

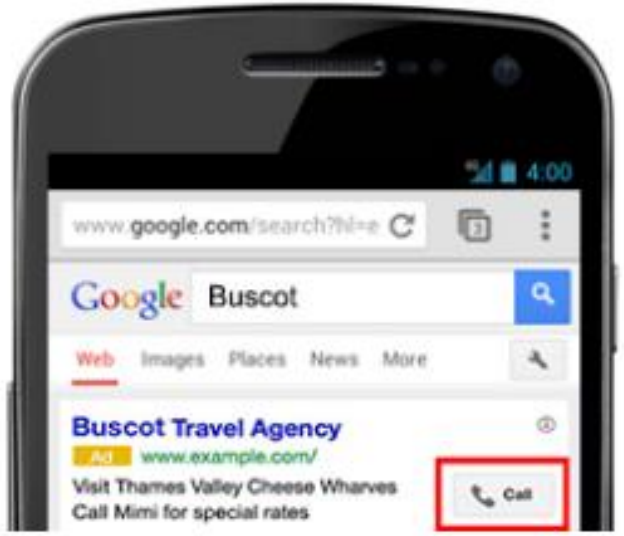
約5,000,000円

アドワーズは海外用のキ
テキスト広告文など自動
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

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）



		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	コンバージョンに至ったクリック	費用/コンバージョンに至ったクリック
☐	●	[redacted]	¥ 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
☐	●	[redacted]	¥ 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
☐	●	[redacted]	¥ 3,000/日	有効	5,445	70	¥ 9,233	1.29%	¥ 132	1.4	1.00	¥ 9,233	1.43%	2	¥ 4,616

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

最後に

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。

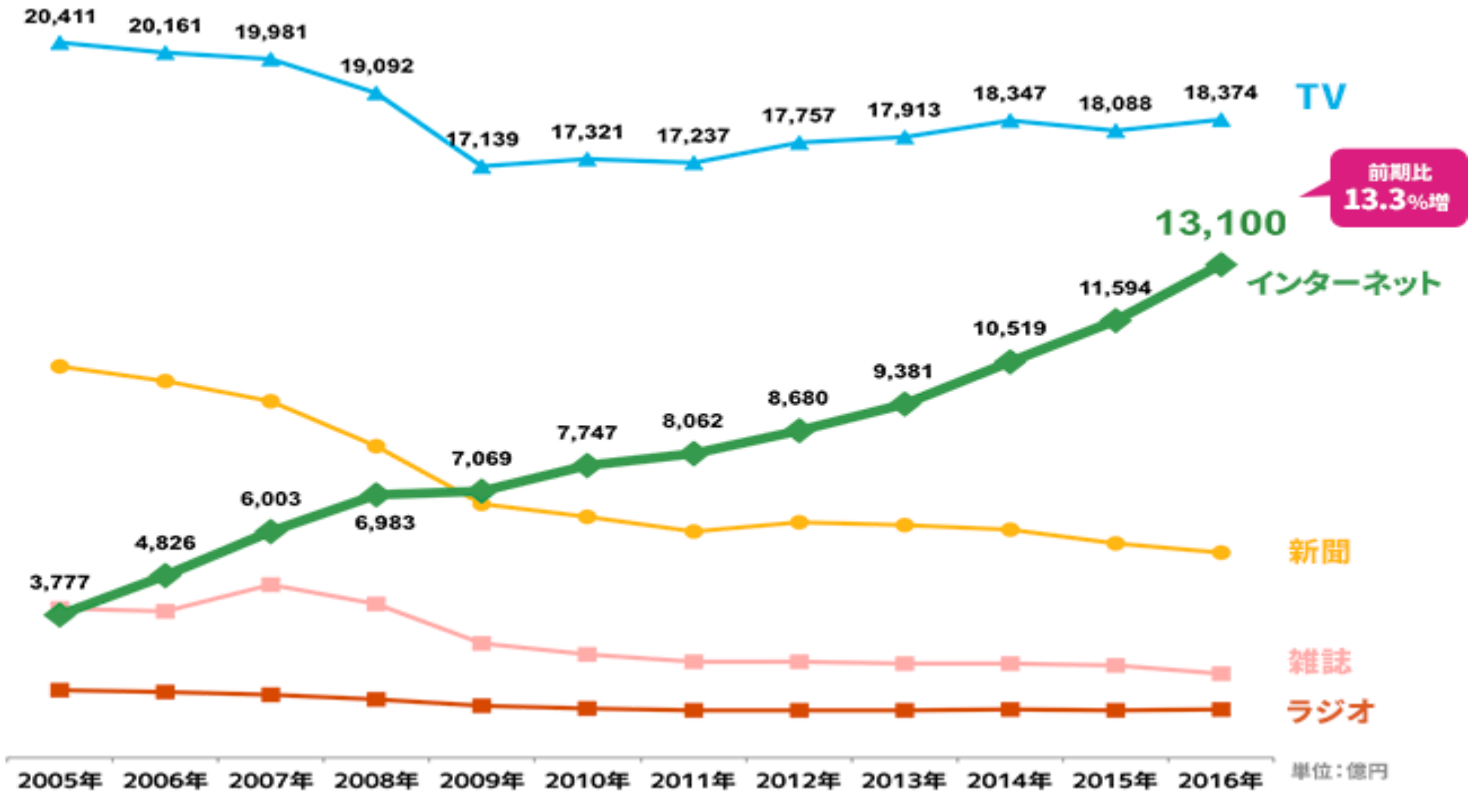
ビジネスで最も困難な事・・・それは、お客様の本当の声を聞く事。

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よね？

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

お伝えした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。

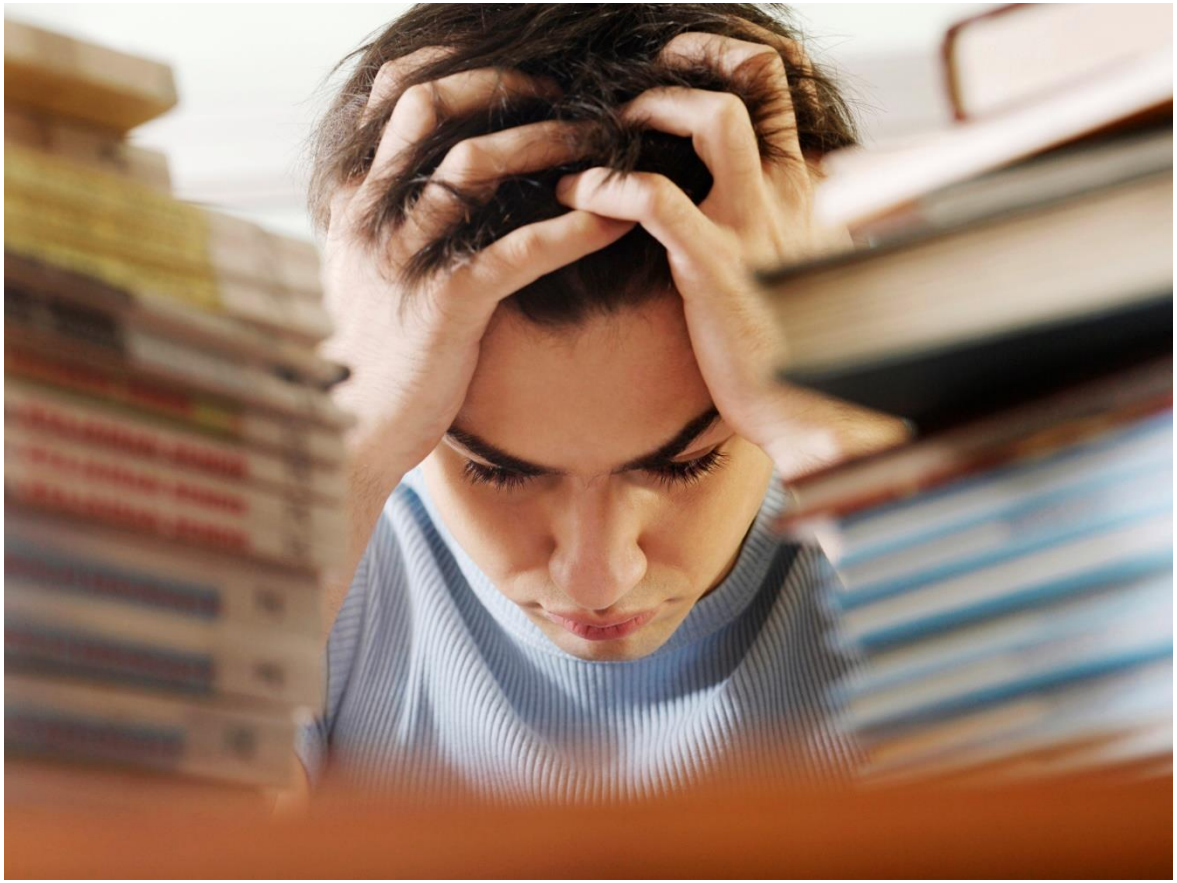


Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

【自社商品やサービス、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。

WINNING FIELD

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。



WINNING FIELD

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。

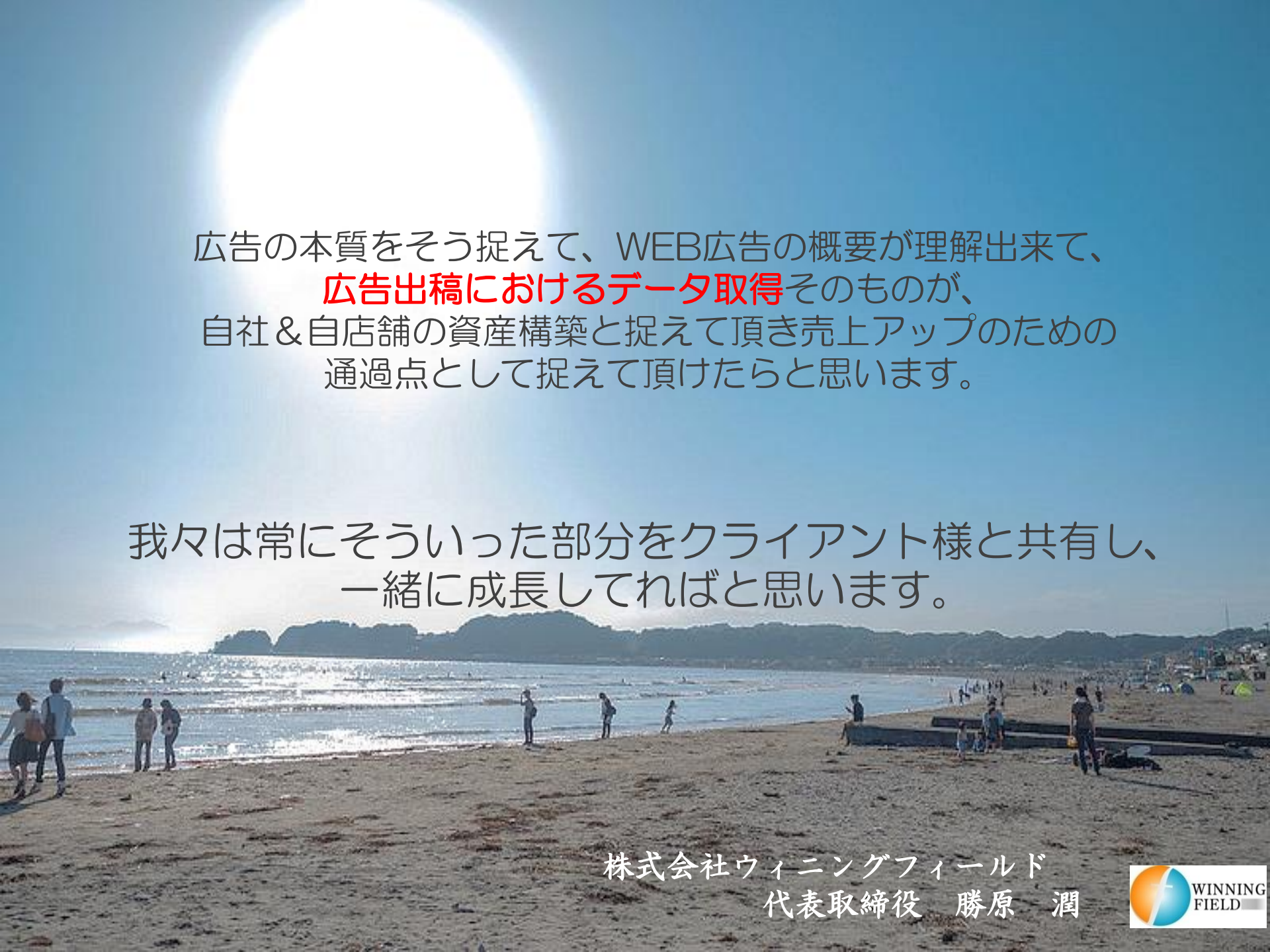
むしろ、数ヶ月もの時間と労力を**『広告費』**で賄えるとすれば
『お金が出て行くこと自体』は欠点ではありません。

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。

WINNING FIELD



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