【初心者・これから向け】Facebook広告集客勉強会

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？

WINNING FIELD

●勉強会アジェンダ

・消費者行動パターンと広告媒体選定

・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広告ターゲティングの仕方

・Facebook広告最適化配信機能について

・Facebook広告を使うことでできること

・Facebook広告を使って収益を上げた成功事例

弊社概要

社 名	株式会社ウィニングフィールド WINNINGFIELD INC.
代表取締役	勝原　潤
設 立	2014年3月
所在地	〒248-0012 神奈川県鎌倉市御成町11-37　小林ビル1F
E-mail	info@winningfield.net
URL	http://www.winningfield.net
取引銀行	みずほ銀行　新宿中央支店
認定資格	Yahoo!リスティング広告認定プロフェッショナル Google Partner（Google AdWords 認定資格） Googleインドアビューセールスパートナー
事業内容	WEB集客に関するコンサルティング事業 プロモーション支援事業 セミナー事業
サービス概要	WEBコンサルティングサービス リスティング広告運用代行 サイト制作、LPO施策 フェイスブック広告運用代行 ツイッター広告運用代行 インスタグラム広告運用代行 動画制作、動画広告運用代行 Googleインドアビューサービス提供

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

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/

Udemy

◆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

WINNING FIELD

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

【実践・ワーク型】Facebook広告を効果的運用する超集客勉強会

講師　参加総数延べ　80名

FB広告の概要と仕組み、広告種類、キャンペーン目的、ページ作成ワーク、FBページランクの効果的な上げ方、重要なペルソナ設計、画像クリエイティブのテスト手順、予算割り概念など1DAY講座

成約率の高いLP構築方法×爆発的に売上があがるWEB広告運用勉強会
講師　参加総数延べ　150名

どのように自社のサービスやコンテンツを競合他社と差別化と優位性を持たせてLPに反映させるのか？また、効果的なWeb広告の使い方など

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
公益財団法人 富山県新世紀産業機構　講演　　参加総数　55名

WINNING FIELD

セミナー開催実績　：　2015年8月～2018年3月まで（約2年半）
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　100回以上！

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

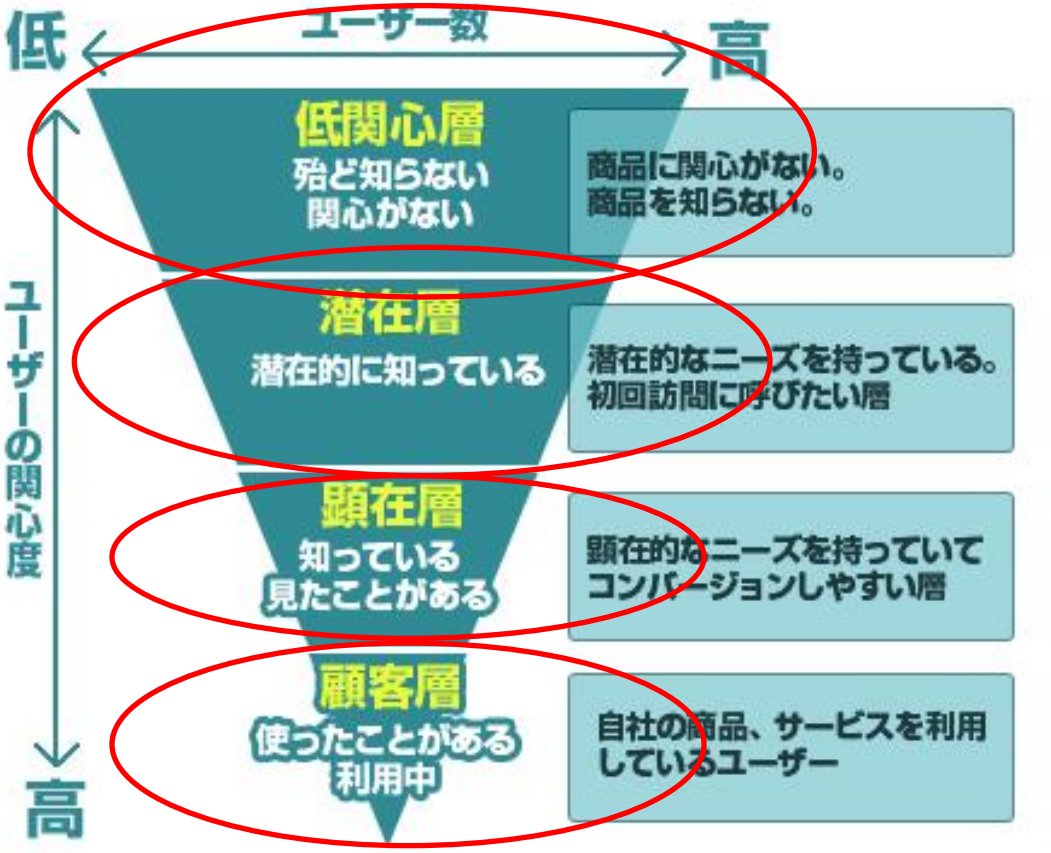
【第1部】

WEBマーケティング知識＆理解編

・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

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？どういった状態の誰をターゲティングしていくのか？



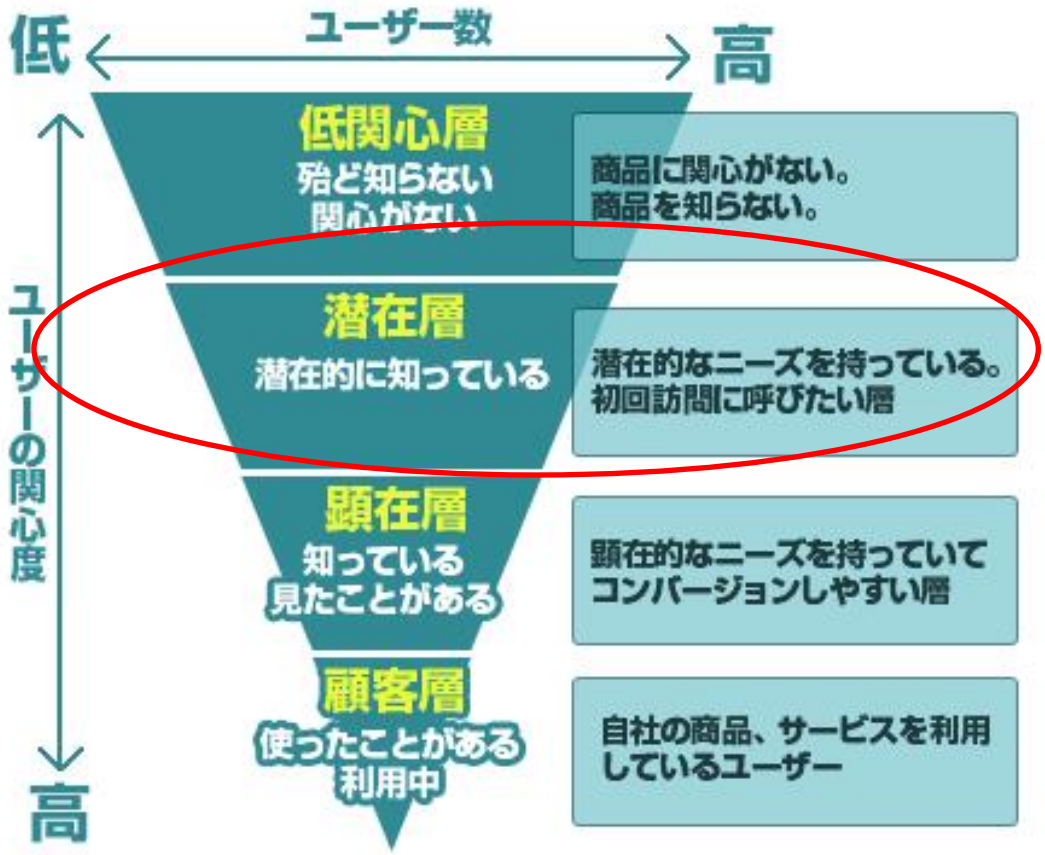
純広告（バナー広告）や
インプレッション課金型広告、
動画広告など

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

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved



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

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

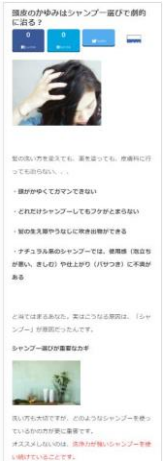
そのほか、、、

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！！

FB広告で商品やサービスの成約をさせたい

FB広告出稿＆興味を持ってもらう
ための広告画像＆広告文

潜在的なニーズを明確にし、
欲求を高めて今すぐ客に変えるための記事LP



商品購入、サービス申込みのための
LP構築、テスト

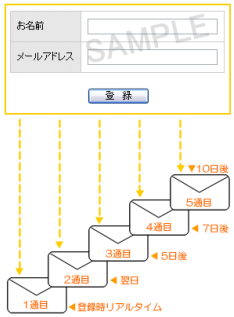
WINNING FIELD

FB広告でリード（見込顧客）やリストを獲得していきたい

FB広告出稿

リスト取りLP

顧客教育型ステップメール構築



WINNING FIELD

どちらも共通して言えるのは

注意を引いて　⇒　教育をして　⇒　成約

母数の少ない【今すぐ客】にアプローチしているのではなく、圧倒的母数の多い【潜在客】に対してアプローチしているため、ニーズ＆ウォンツを高める必要がある

WINNING FIELD

顕在層

潜在層

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

- 顕在ニーズ

→

そもそも潜在層に対してアプローチしているわけで
隠れたニーズを欲求に変えるために
記事LPで教育、もしくはステップメールで教育し、
成約や購入に結びつけていく

- 潜在

→

→

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

Facebook広告　概論

フェイスブック広告は、、、

目的最適化配信機能

Facebookのアクティブユーザー数

グローバル

月間アクティブユーザー（全体）

18.6億人

月間モバイルアクティブユーザー

17.4億人

毎日利用しているユーザー

66%

日本

月間アクティブユーザー（全体）

2,700万人

月間モバイルアクティブユーザー

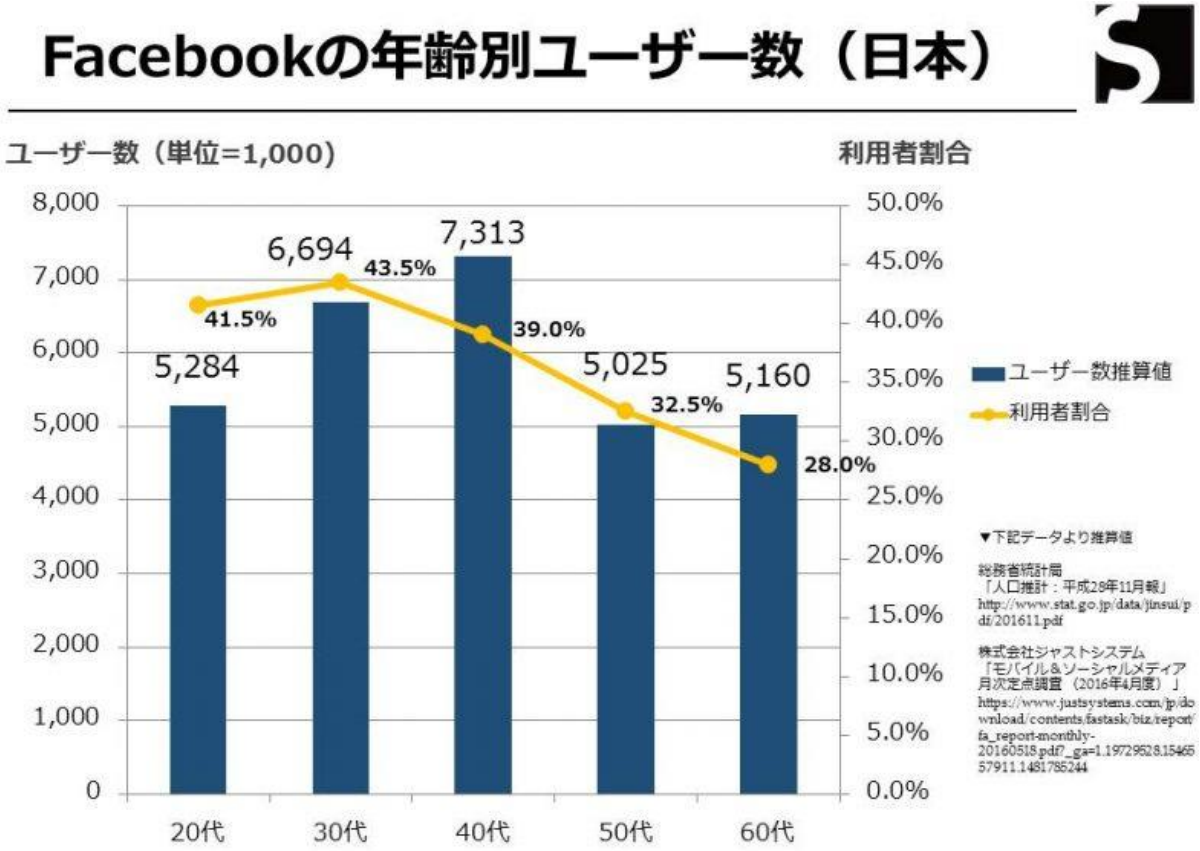
2,500万人

毎日利用しているユーザー

70%

月間アクティブユーザー
Facebook Inc. 2016 Q4 データ参照

Facebookのアクティブユーザー数



Social Media Lab データ参照

利用シーンと接触頻度

33%
カフェや映画館などで
順番待ちをしている時などの利用

46%
通勤、通学時の利用

49%
1日に複数回利用＆ログイン

25%
テレビを見ながら利用

PC（ディスクトップ）での広告の表示のされ方

ダイレクトレスポンス（広告をうって反応・反響を得る）に有効な広告配信手法として

- 真ん中のタイムライン上（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）での広告の表示のされ方

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。

スマホユーザーが多いので、クリックやCVの成果が良い傾向にあります。

基本的に広告を配信する際は使用する掲載面になりますが、BtoB商材の場合は掲載しない場合もあり ます。

▼インスタグラムでの広告の表示のされ方

20代30代の女性をターゲットにした商材は相性が良い傾向にあります。

インスタグラム広告は、クリック単価が高い分コンバージョン率も高い傾向がありますが、クリック単価が 高いため、まずはFacebookで様子を見てから配信してみるのもいいかもです。

なお、広告画像は正方形で表示されます。

▼オーディエンスネットワーク
での広告の表示のされ方

オーディエンスネットワークでの配信はクリック単価が安いため、リマケリストを貯めやすい傾向にあります。

広告の掲載カ所を見て頂ければわかると思いますが、ユーザーが誤ってクリックしやすい場所に広告が 掲載されるため、確度は高くありませんが、リマケリストは貯めやすいので、リスト目的で配信に使用する事もあります。

このように1クリック辺りの単価がやり方次第では非常に安く、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。

個人レベルのターゲティングが正確なので

通称、

パーソナルマッチ広告

と呼ばれています。

フェイスブックの入札方法

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
果によっての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。

広告出稿のために事前にやること

広告出稿するためには

- Facebookページの作成
- Facebookアカウントの作成

広告出稿のために事前にやること

広告出稿するためには

- Facebookページの作成
- Facebookアカウントの作成

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

2.カテゴリ選択＆Facebookページ名入力

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。

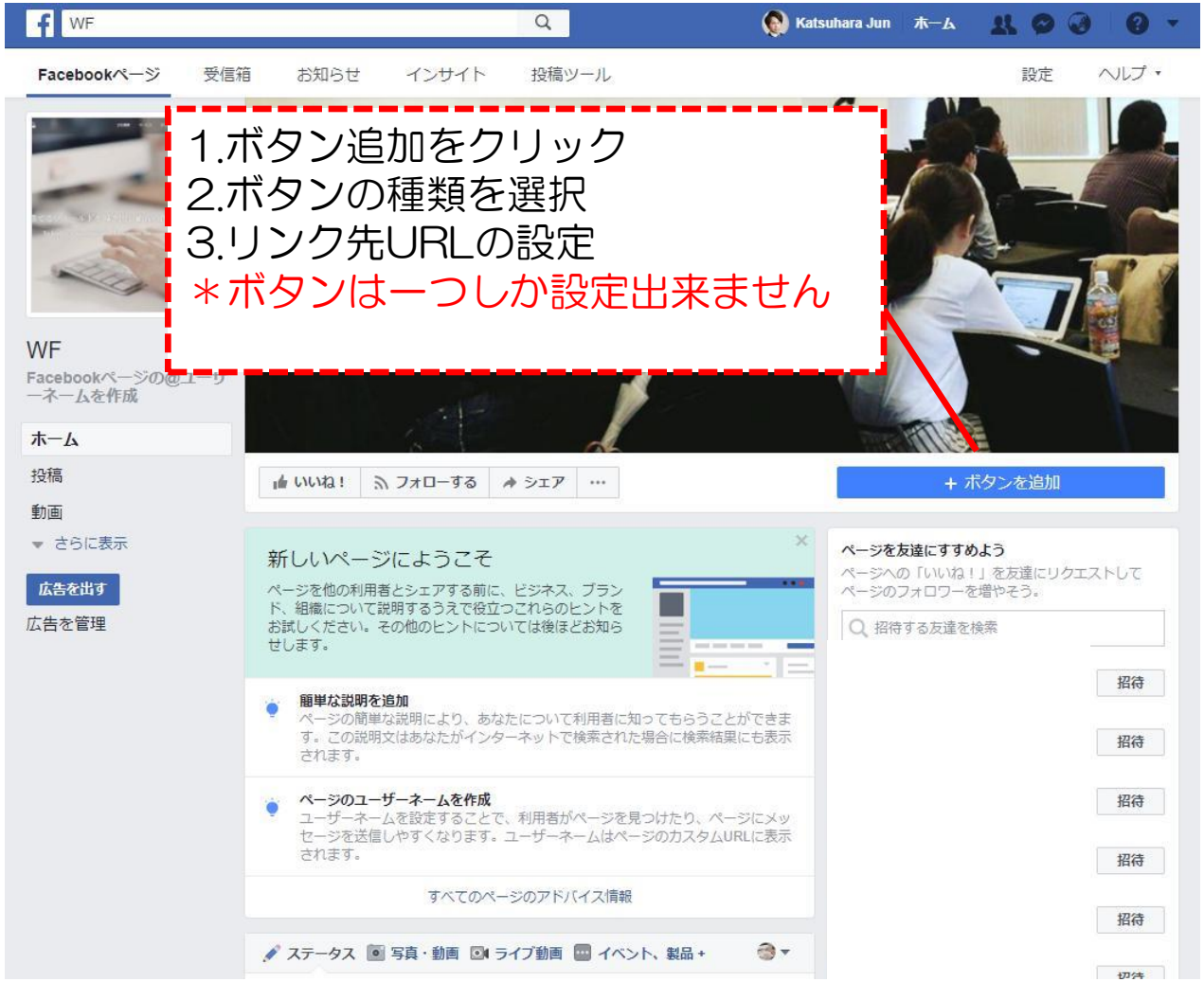
カテゴリによって、登録できる情報が異なりますが、基本的には赤枠のカテゴリを選択します。

2.Facebookページ名を記入

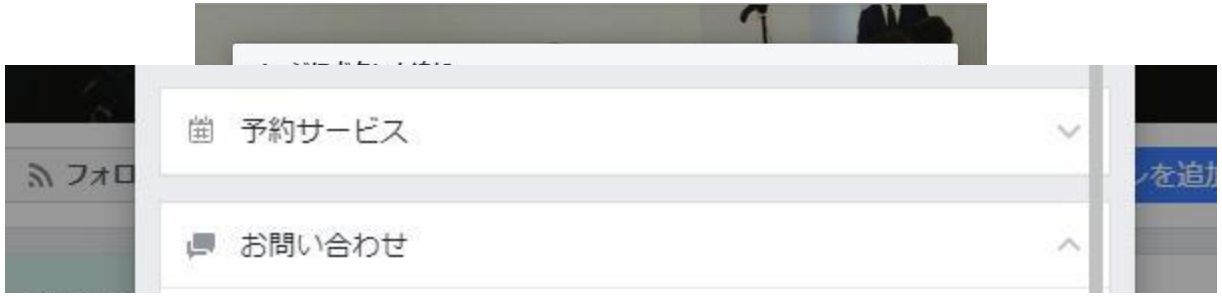
会社名、もしくは企業名よりは媒体名やキャラクター名にしてみるのも攻略のカギ

3.Facebookページ情報設定

3.Facebookページ情報設定



3.Facebookページ情報設定



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！

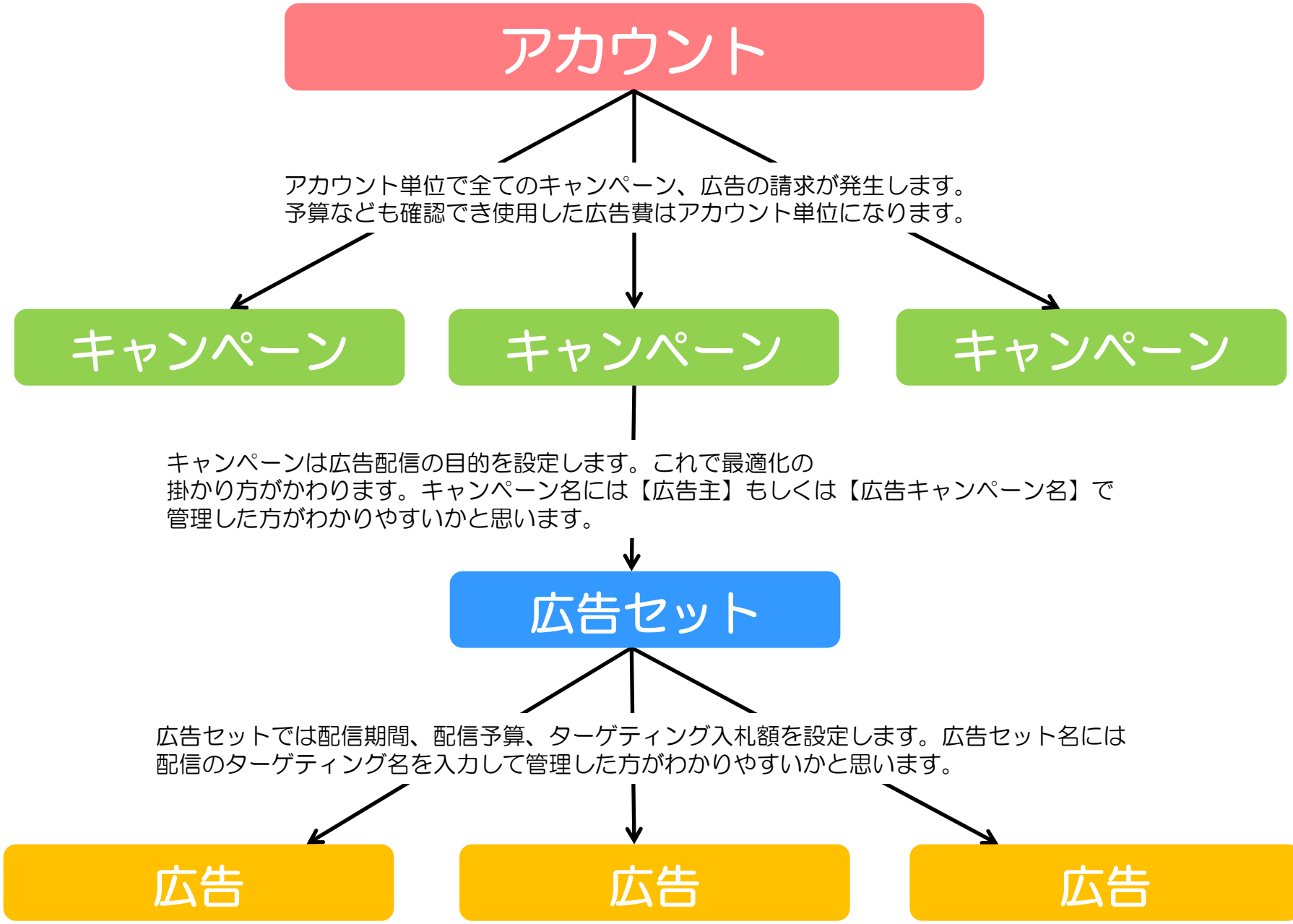
FB広告成功のポイント

■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
アカウント全体構造について

フェイスブック広告の構造



キャンペーン　：　目的を設定

広告セット　：　予算、入札、ターゲット、
広告配信先などを設定

広告　：　画像とテキストを組み合わせた
スタイルの広告を設定

Facebook広告キャンペーン目的

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。

各キャンペーンの目的と概要

※2017年12月7日時の管理画面

各キャンペーンの目的と概要

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、Facebookがコンバージョンしやすそ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

各キャンペーンの目的と概要

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
・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

各キャンペーンの目的と概要

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

各キャンペーンの目的と概要

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」の3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

広告セットについて

WINNING FIELD

Facebook広告のアカウント概要

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〇km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。

例えば、、、

- 家族構成
- 子供がいる人、交際中の人
- ライフイベント（新婚、最近転居した、転職したなど）
- 趣味関心（テニス、クレジットカード、瞑想、ホラー映画など）
- 現在旅行中、2週間前に旅行から戻ってきた
- つながり（ページにいいね！した人、いいね！した人の友達など）

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

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

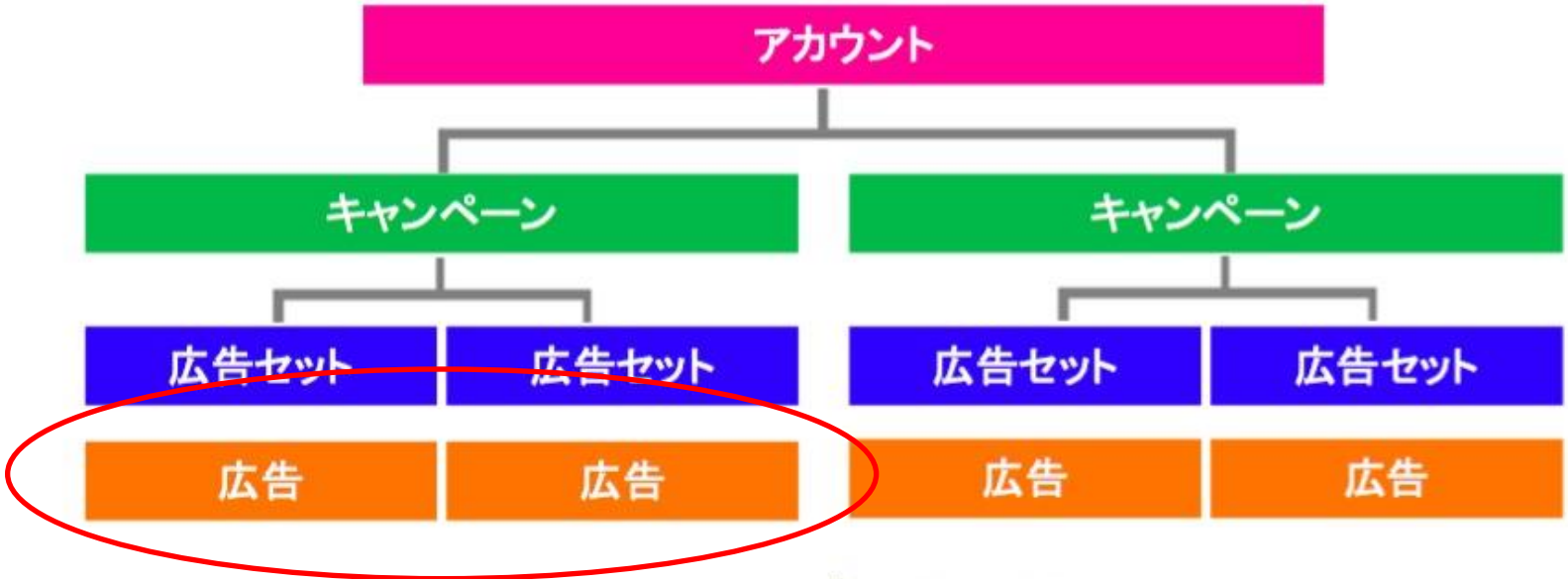
例②　転職系

◆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

Facebook広告の種類

Facebook広告のアカウント概要



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、コレクション、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

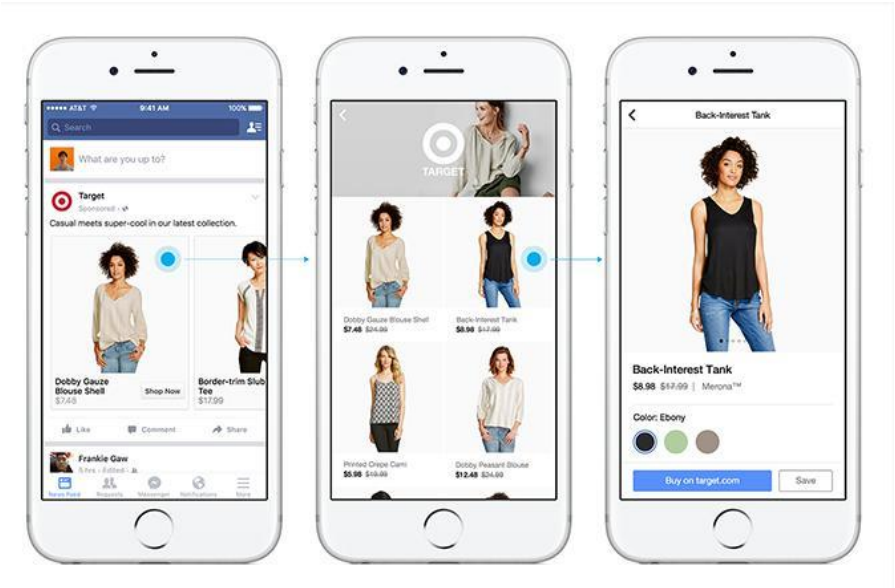
バナー広告

カルーセル広告

広告イメージ

動画広告/スライド広告

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。

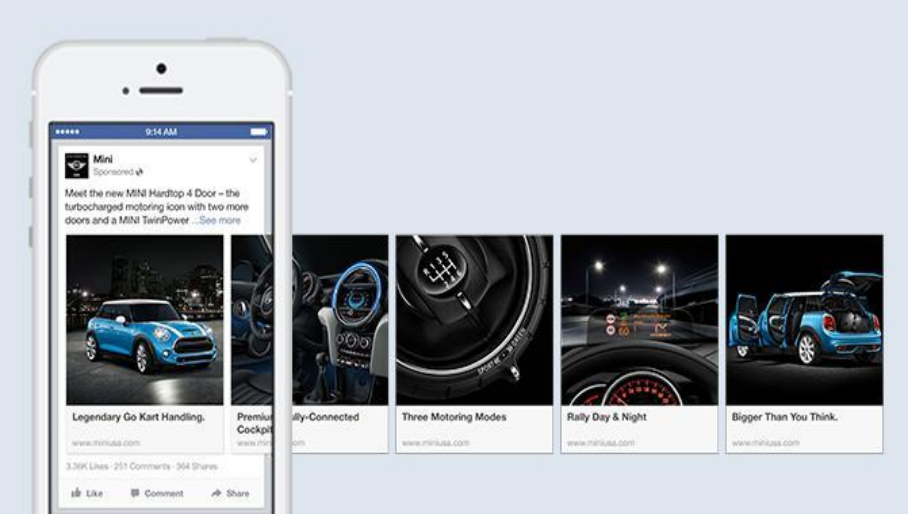
ストーリーを伝える。

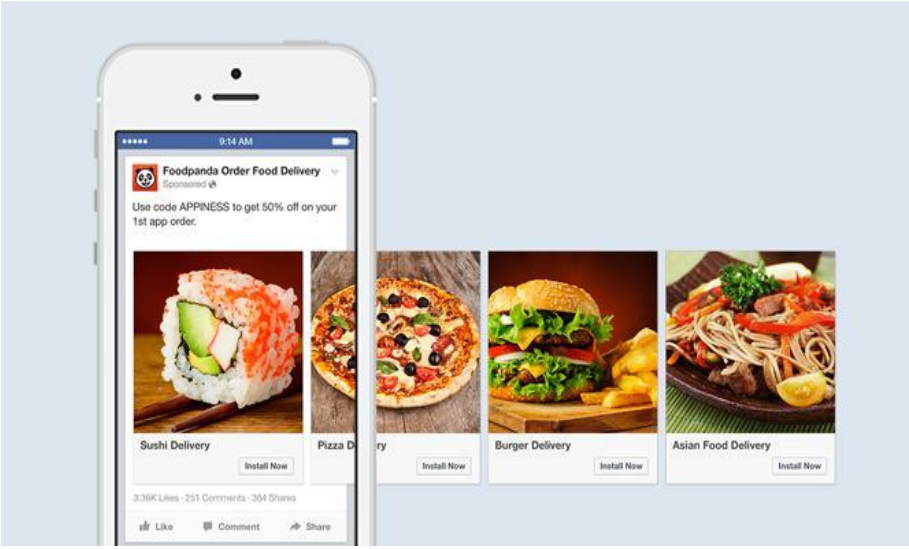
↳連続する複数の画像や動画を使用して、魅力的なストーリーを描写します。

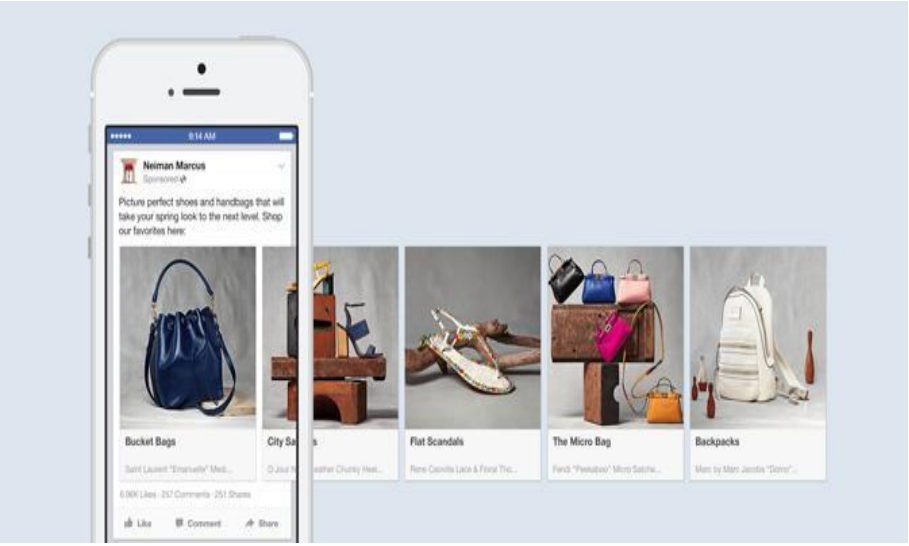
大きなキャンバスとしてバナーを作成する。

↳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。

カルーセル形式の広告も活用







WINNING FIELD

カルーセル形式の広告も活用

動画広告/スライド広告

動画広告の効果

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

「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 きる。

バナー広告
11/1～11/14
平均CTR 4.20%

スライドショーの概要
スライドショーを使うと、モ をすばやく簡単に作成し 、 編集が可能。写真を組み合 ライドショーにすること で、動画を作成、宣伝、編集 自分の写真をアップロ ードすることも、ページの写 できる。

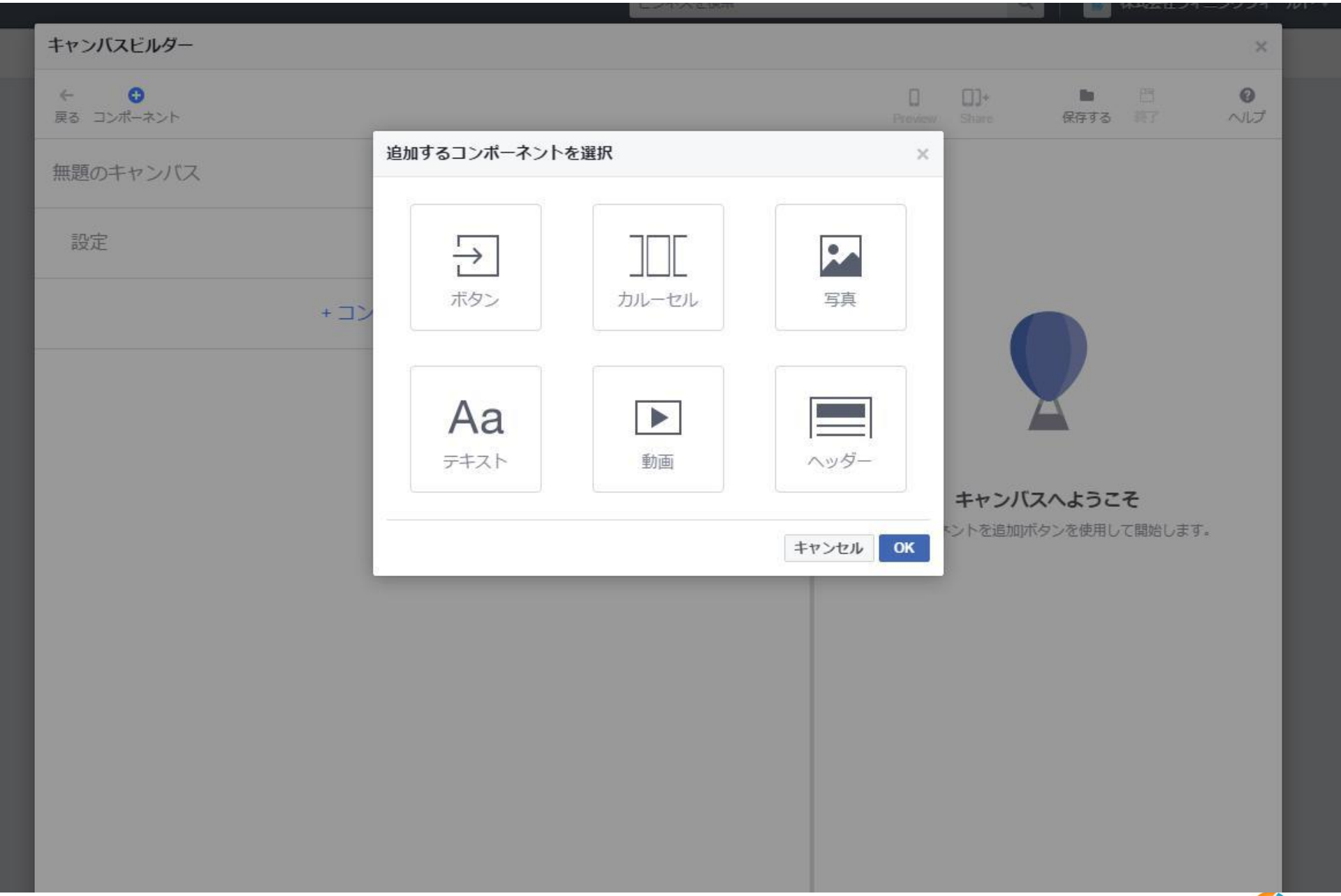
スライド広告
11/15～11/21
平均CTR 8.42%

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。

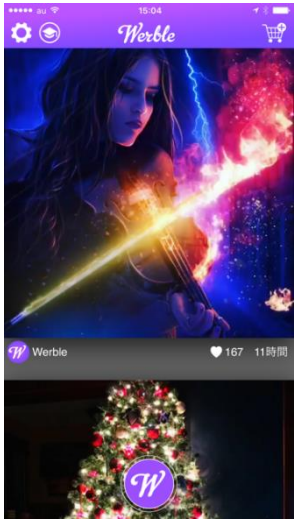
キャンバス自体は、画像（単一、カルーセル表示）、動画（GIFアニメ、シネマグラフ）、テキスト、リンクを組み合わせて、コンテンツとして作成出来るので、ブランドや商品をカタログ的に紹介したり、ゲームやアプリの世界観や使用法、デモプレイ見せるなどの広告体験を、インタラクティブに提供することが出来ます。

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
Aa
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
ントを追加ボタンを使用して開始します。

静止画で反応のよかったクリエイティブをシネマグラフ加工などにして正方形（1：1）で配信が可能！⇒　目立つ！

おすすめスマホアプリ
：Werble（ワーベル）



バナーのテキスト制限

「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考える
- オリジナル画像がより重要になる

バナーのテキスト制限

Facebook広告はバナーのテキスト量によって配信量が変動します。
「テキスト量のイメージ」

配信量（リーチ数）

配信量が減る可能性がある

全体に含むテキスト量（イメージ）

バナーのテキスト制限

https://www.facebook.com/ads/tools/text_overlay

その他NG画像

https://www.facebook.com/ads/tools/text_overlay

Facebook広告文の構成

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！

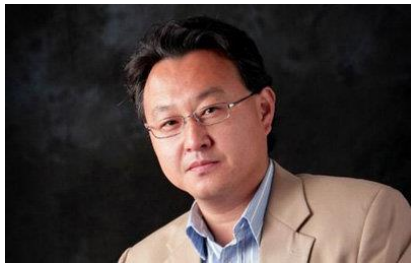
オーディエンスターゲティングの場合は人の画像
リマーケティングの際には商品・サービス名や値段など
軽く入れるのも効果的

【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

【提携している　shutterstock（シャッターストック）に
キーワードを打ち込んで検索】

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

最高な結婚式にするために！部分脱毛
だけでもやっておきたいっ

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

広告画像について

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
閉じる
MESSENGER
メッセージ本文
(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
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
分かりやすく説明するテキスト
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
デス

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

広告出稿のために
事前にやること

WINNING FIELD

広告出稿までの流れ

1. ビジネスマネージャーの作成
2. ピクセルの設置
3. コンバージョンの設定
4. （リマーケティングリストの作成）
5. （カスタムオーディエンスの作成）
6. （類似オーディエンスの作成）
7. キャンペーン、広告セット、広告の作成

広告出稿のために事前にやること

広告出稿するためには

- Facebookページの作成
- Facebookアカウントの作成

広告出稿のために事前にやること

広告出稿するためには

- Facebookページの作成
- Facebookアカウントの作成

Facebookのアカウントの種類

アカウントの種類

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

ビジネスマネージャとは
広告アカウント、 Facebookページ、 アプリ、担当者を一元管理するための専用ツール。
ビジネスマネージャを使用することで、１枚のクレジットカードで複数のアカウントを運用が可能になります。
https://business.facebook.com/

ビジネスマネージャーの作成

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

※Facebookの個人用アカウントが必要です

FBビジネスマネージャーアカウント開設～広告アカウント設定まで
https://vimeo.com/239077636/742bb446a6

タグ（ピクセル）の概念

タグ（ピクセル）とは？

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、ど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

広告マネージャ　ビジネスを検索　株式会社ウィニングフィールド　ヘルプ

広告を作成

検索　フィルター　今日: 2017年6月20日

アカウント概要　キャンペーン　広告セット　広告

＋ キャンペーンを作成　編集　キャンペーンを複製　ルールを作成　他のメニュー　列: カスタム　内訳　エクスポート

キャンペーン名	配信	リーチ	インプレ...	結果	結果の...	消化金額	リンクの...	CPC(リ...	CTR..	19,800円コ...
	アクティブ	8,424	8,617	— 69,300円コ...	— /69,300円コ...	¥9,290	321	¥29	4.54%	1
	アクティブ	13,879	14,293	— 128,700円コ...	— /128,700円コ...	¥8,995	324	¥28	3.52%	5
	アクティブ	7,397	7,578	— 33,660円コ...	— /33,660円コ...	¥5,450	189	¥29	3.33%	3
	アクティブ	6,235	6,442	2 19,800円コ...	¥2,708 /19,800円コ...	¥5,415	172	¥31	3.52%	2
	オフ	—	—	— リンクのク...	— リンククリッ...	¥0	—	—	—	—
	オフ	—	—	— 動画の3秒間...	— 動画の3秒間...	¥0	—	—	—	—
	オフ	—	—	— 複数のコン...	— 複数のコンバ...	¥0	—	—	—	—
キャンペーン7件の結果		34,784 : 人数	36,930 合計	—	—	¥29,150 合計消化金額	1,006 合計	¥29 /アクション...	3.72% /インプレ...	11 合計

WINNING FIELD

WEB広告の最大のメリット

広告の名前	配信	リーチ	インプレ...	結果	結果の..	消化金額	リンクの...	CPC(...	CT...	関...	19,800円..
画像_01	アクティブ	2,181	2,188	— 19,800円コ..	— /19,800円コ..	¥2,088	67	¥31	4.11%	8	—
画像_06	アクティブ	1,346	1,404	2 19,800円コ..	¥490 /19,800円コ..	¥980	32	¥31	2.85%	8	2
動画_01	アクティブ	934	939	— 19,800円コ..	— /19,800円コ..	¥789	27	¥29	4.37%	6	—
画像_05	アクティブ	558	580	— 19,800円コ..	— /19,800円コ..	¥626	18	¥35	3.45%	7	—
画像_03	アクティブ	506	511	— 19,800円コ..	— /19,800円コ..	¥327	12	¥27	3.13%	8	—
画像_04	アクティブ	264	273	— 19,800円コ..	— /19,800円コ..	¥292	7	¥42	2.56%	—	—
画像_07	アクティブ	299	311	— 19,800円コ..	— /19,800円コ..	¥219	6	¥37	2.57%	—	—
画像_02	アクティブ	113	120	— 19,800円コ..	— /19,800円コ..	¥64	2	¥32	1.67%	—	—
広告9件の結果		6,231 : 人数	6,442 合計	2 19,800円コ..	¥2,708 /19,800円コ..	¥5,415 合計消化金額	172 合計	¥31 /アクション..	3.52% /インプ...		2 合計

WINNING FIELD

札幌医科大学附属病院 看護部
SAPPORO MEDICAL UNIVERSITY HOSPITAL

通常、ピクセルは商品購入、サービス申込み後のサンクスページに埋め込む必要がある

確認

ご記入頂いた情報は無事送信されました。
確認のためお客様へ自動返信メールをお送りさせて頂きました。
お問い合わせ・資料請求を頂き、ありがとうございました。

2.　ピクセルの設置

3.　コンバージョンの設定

コンバージョン計測のためのピクセル実装の設定
https://youtu.be/G1Za--GUqC0

カスタムコンバージョンの設定方法
https://youtu.be/WnZINB20b9I

フェイスブック広告 キャンペーン作成と出稿手順
https://vimeo.com/239075592/caf583b882

オーディエンスデータの概念

オーディエンスデータとは？

Facebookはターゲティングの精度が圧倒的に高い！

登録情報

クロスデバイス

うと見込リス

など既存顧客

に似た類似リス

広告を配信することができる
例：自社商品の購入者リストの類似リスト、自社サイトに訪れたことのあるユーザーの類似リストなど

→　類似オーディエンス

フェイスブック広告を使った
成功事例

WINNING FIELD

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

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

ケース02 ：　理学療法士の場合

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

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

ケース01 ：　オンライン上の某企業のWiFiの新規顧客獲得CPの場合

LP制作、記事LP制作を行い、フェイスブック広告にて配信。獲得に対してエリア制限などもあったため、途中で範囲を変えたにも関わらず初月（約3週間）にて上記数値を達成。

CV（コンバージョン）数が　平均75件／月
CPA（問合せ単価）が　平均3500円前後！

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

ケース04 ：　調理器具　通販の場合

お肉を美味しく食べられる低音調理器具の通販の拡販支援。主にFB Adsの運用代行。

動画クリエイティブ、画像クリエイティブの差し替えとキャンペーン、広告セットのメンテナンス

サイト公開＆広告配信開始1ヶ月（初月：2017年6月1日～20日まで）で

CV（コンバージョン）数が　206件！
CPA（獲得単価）が　平均　1409円！！

※客単価は19,800円、他33,660円、69,300円、128,700円コース等

※日売上30～40万円　日広告費　32000円前後
広告比率　8～12%

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

最後に

- 【しっかり自分で知識＆スキルを身につける】
  Webマーケ＆Web広告を学ぶ 3ヶ月集中講座

- 【時間もないので丸投げプラン】
  Web広告運用代行サービス

- 【予算も時間もないけど繋げるのが上手い方】
  ご紹介プラン

- とは言ってもやることが膨大、、、
- 専門用語や設定方法が一人じゃ不安、、、
- 広告配信したらどう数値を見た
  わからない
- リサーチにかけられる時間がない、、、
- いつでも聞ける環境や仲間が欲しい、、、
- どこをメンテナンス、LPなど修正したらいいか
  わからない、、、

仲間とご一緒にやりませんか？

3ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

※定員制

3ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

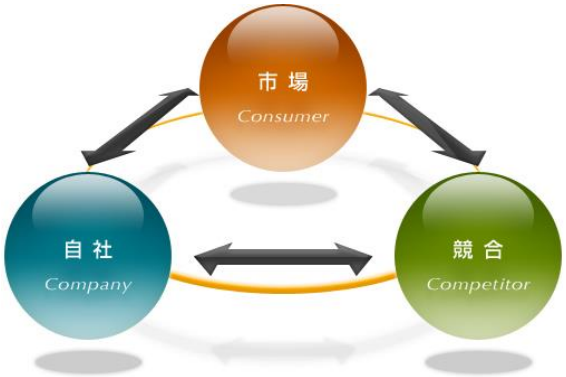
少ない労力と予算で状況に合わせてWEB広告を使って
継続的に見込み顧客を集め続けることができます

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

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

3ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

コンセプトメイク＆Web 3C分析



3ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

CV（コンバージョン）が高い
LP構築＆制作

3ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

WEB広告に必要なすべてのノウハウ

Google Analytics

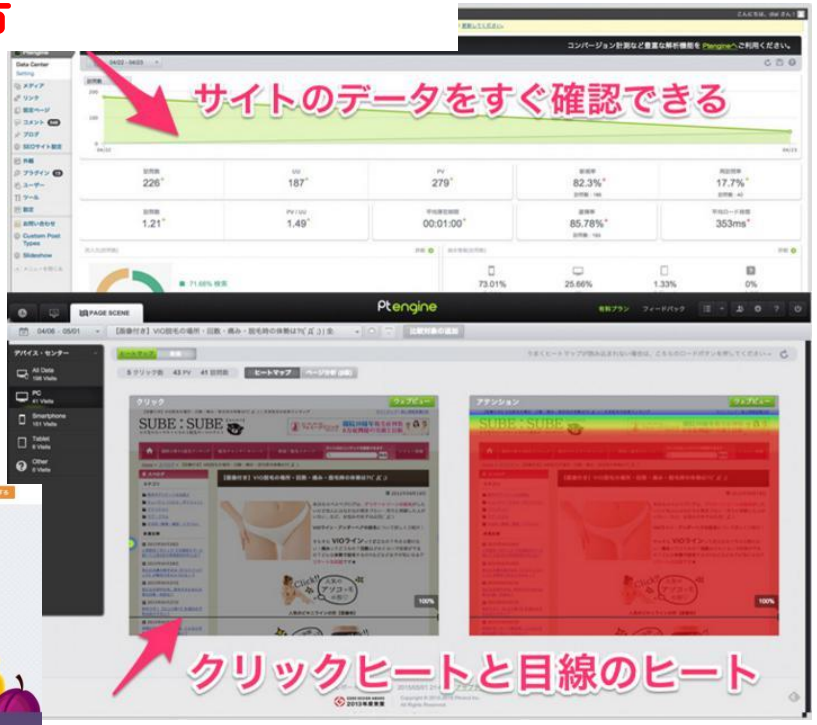
Google AdWords

YAHOO! JAPAN プロモーション広告

WINNING FIELD

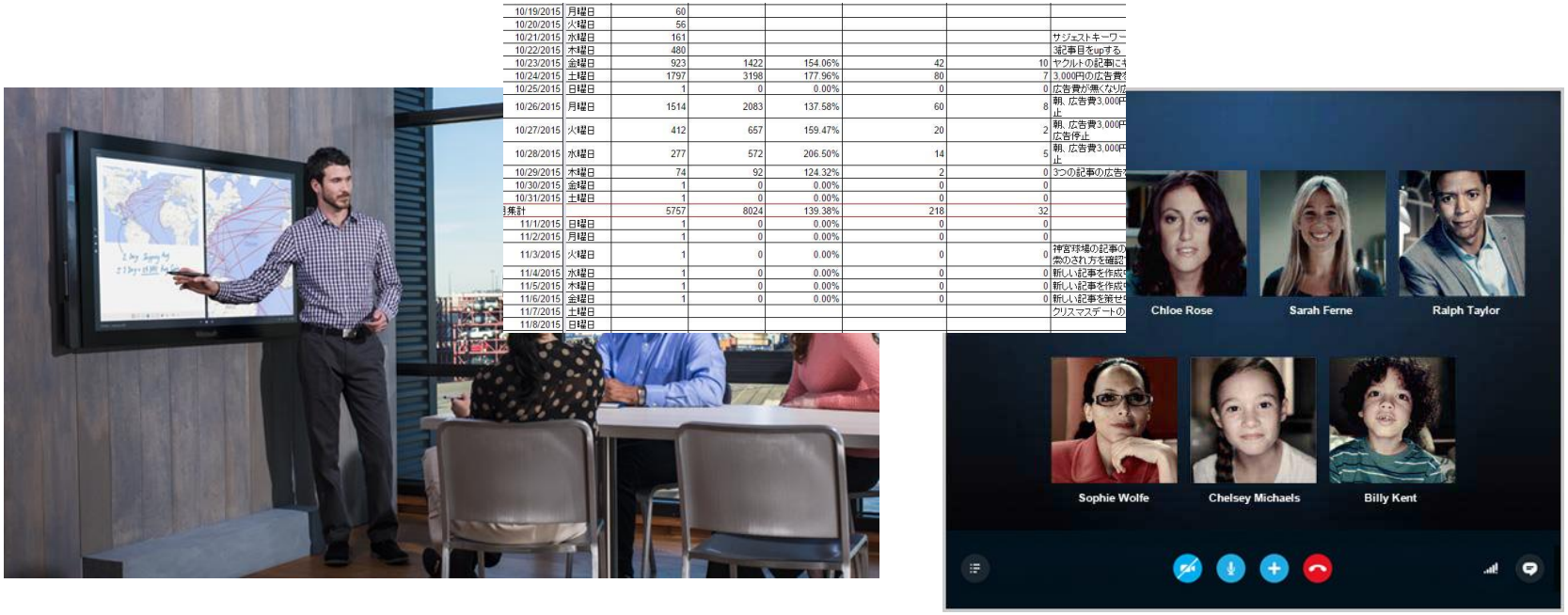
3ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

ヒートマップ、マウスフロー
JuicerでLP改善



3ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

業種・業態もしくは広告媒体別のチーム分けにより、週に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					
10/21/2015	水曜日	161					サジェストキーワー
10/22/2015	木曜日	480					3記事目をupする
10/23/2015	金曜日	923	1422	154.06%	42	10	ヤクルトの記事にも
10/24/2015	土曜日	1797	3198	177.96%	80	7	3,000円の広告費を
10/25/2015	日曜日	1	0	0.00%	0	0	広告費が無くなり広
10/26/2015	月曜日	1514	2083	137.58%	60	8	朝、広告費3,000円 止
10/27/2015	火曜日	412	657	159.47%	20	2	朝、広告費3,000円 広告停止
10/28/2015	水曜日	277	572	206.50%	14	5	朝、広告費3,000円 止
10/29/2015	木曜日	74	92	124.32%	2	0	3つの記事の広告を
10/30/2015	金曜日	1	0	0.00%	0	0	
10/31/2015	土曜日	1	0	0.00%	0	0	
集計		5757	8024	139.38%	218	32	
11/1/2015	日曜日	1	0	0.00%	0	0	
11/2/2015	月曜日	1	0	0.00%	0	0	
11/3/2015	火曜日	1	0	0.00%	0	0	神宮球場の記事の 索のされ方を確認
11/4/2015	水曜日	1	0	0.00%	0	0	新しい記事を作成
11/5/2015	木曜日	1	0	0.00%	0	0	新しい記事を作成
11/6/2015	金曜日	1	0	0.00%	0	0	新しい記事を施せ
11/7/2015	土曜日						クリスマスデートの
11/8/2015	日曜日						

3ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

広告運用の際のレポーティングの
チェックとディレクション

2015/09/22	火曜日								
2015/09/23	水曜日	549	481	87.61%					
2015/09/24	木曜日	386	853	220.98%					
2015/09/25	金曜日	548	476	86.86%					
2015/09/26	土曜日	724	584	80.66%					削除ワードを
2015/09/27	日曜日	905	709	78.34%					スカイツリーと
2015/09/28	月曜日	530	600	113.21%					
2015/09/29	火曜日	483	692	143.27%					
2015/09/30	水曜日	2611	2519	96.48%					MSNの記事
月集計		11581	12986	112.13%			0	0	
2015/10/01	木曜日	6037	5313	88.01%					本日からMSN
2015/10/02	金曜日	4300	3470	80.70%					ログイン、サイ
2015/10/03	土曜日	8490	8063	94.97%					なぜかグーグ
2015/10/04	日曜日	4,190	4,353	104%					朝方プロ野球
2015/10/05	月曜日	3065	2927	95.50%					プロ野球が悪
				5.72%					MSNとホット
				8.83%					MSN
				8.31%					ホットメール
				3.23%					プロ野球 マイ
				4.00%					MSN
				8.90%					MSN
				7.49%					MSNタ方ご
				2.62%					MSNタ方ご
				9.39%					MSN
				2.10%					MSN＋浅草

10/19/2015	月曜日	60					
10/20/2015	火曜日	56					
10/21/2015	水曜日	161					サジェストキーワー
10/22/2015	木曜日	480					3記事目をupする
10/23/2015	金曜日	923	1422	154.06%	42	10	ヤクルトの記事にキ
10/24/2015	土曜日	1797	3198	177.96%	80	7	3,000円の広告費を
10/25/2015	日曜日	1	0	0.00%	0	0	広告費が無くなり広
10/26/2015	月曜日	1514	2083	137.58%	60	8	朝、広告費3,000円 止
10/27/2015	火曜日	412	657	159.47%	20	2	朝、広告費3,000円 広告停止
10/28/2015	水曜日	277	572	206.50%	14	5	朝、広告費3,000円 止
10/29/2015	木曜日	74	92	124.32%	2	0	3つの記事の広告
10/30/2015	金曜日	1	0	0.00%	0	0	
10/31/2015	土曜日	1	0	0.00%	0	0	
月集計		5757	8024	139.38%	218	32	
11/1/2015	日曜日	1	0	0.00%	0	0	
11/2/2015	月曜日	1	0	0.00%	0	0	
11/3/2015	火曜日	1	0	0.00%	0	0	神宮球場の記事の 売り方を確認
11/4/2015	水曜日	1	0	0.00%	0	0	新しい記事を作成
11/5/2015	木曜日	1	0	0.00%	0	0	新しい記事を作成
11/6/2015	金曜日	1	0	0.00%	0	0	新しい記事を策せ
11/7/2015	土曜日						クリスマスデートの
11/8/2015	日曜日						

chatwork

3ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

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
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

PC遠隔操作サポート

3ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

養成講座専用フェイスブックコミュニティ参加

3ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）
メンバーシップサイトへの参加

3ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

月1回の対面によるセミナー講座を開催

５月某日	日中～懇親会
６月某日	日中～懇親会
７月某日	日中～懇親会

3ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

希望者は月1回の勉強会とワークを開催

３ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

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

3ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

- WEB広告に必要な知識と設定方法、すべての運用ノウハウ
- ヒートマップ、マウスフロー、Juicer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
- 広告運用の際のレポーティングのチェックとディレクション
- 業種・業態別のチーム分けにより、週に1回のデータを見てのスカイプMTG
- メンバーシップサイトへの参加
- 養成講座専用フェイスブックコミュニティ参加
- キックオフ合宿の開催とインフラ整備
- 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）~~

本日お申込み＆3日以内のお申込み

99,300円×3ヶ月（税込）

本日だけの
限定特典

- 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

※定員最大5名　限定

WINNING FIELD

3ヶ月集中
売上を爆発させるのための
Webマーケ＆広告講座
CONVERSIONISTA（コンバジョニスタ）

- WEB広告に必要な知識と設定方法、すべての運用ノウハウ
- ヒートマップ、マウスフロー、Juicer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
- 広告運用の際のレポーティング（日報）のチェックとディレクション
- 業種・業態別のチーム分けにより、週に1回のデータを見てのスカイプMTG
- メンバーシップサイトへの参加
- 養成講座専用フェイスブックコミュニティ参加
- キックオフワークショップと勉強会
- 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

【コンバジョニスタコース】

一括支払い：298,000円 （税込）

決済方法：クレジット決済、銀行振込

クレジット決済：24回支払いまで選択可
1ヶ月　13,000円×24回払い

銀行振り込み：
分割12回払い：27,000円×12ヶ月
分割6回払い：56,000円×6ヶ月
分割3回払い：117,000円×3ヶ月

【コンバジョニスタライト　コース】
「業種・業態別のチーム分けにより、
週に1回のデータを見てのスカイプMTG」がないコース

198,000円（税込）

※決済画面で24回支払まで選択可

WINNING FIELD

◆WEB広告運用代行 （リスティング広告、SNS広告）

月額広告費合計50万未満のお客様 運用代行費：100,000円 / 月(税別)
※広告費はお客様負担とさせて頂いております。
※契約期間は3ヵ月以上とさせて頂きます。
※10万円以上の広告費をご用意頂く事をお願いしております。

月額広告費合計50万以上のお客様 運用代行費：月額広告費 × 20%円 / 月(税別)
※広告費はお客様負担です。

例)月額広告費100万の場合、代行費用として20万円がかかります。

※50万以上のお客様は20%の料金内ですべての広告配信が管理可能。
※契約期間は3ヵ月以上とさせて頂きます。
※月500万円の広告費を超える場合は別途パーセンテージおよび制作物含むグロス契約等、相談

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved

ご紹介＆共同運用プラン

ご紹介頂いた顧客が先ほどお伝えしたFB広告運用代行サービスをご契約した場合、
運用手数料の3割を継続的にお支払しつつ、広告アカウントを共同で管理・運営しながら
どのようにターゲティング、メンテナンス、画像クリエイティブを選定しているかなど
一緒に学びながら実践できるプランです。

見てわかる通り、一切金銭的負担はありません！！！
金銭的負担がない上で、広告運用が学べつつ
共同運営＆管理を行うプラン

顧客とのフロント（応対や交渉など）は紹介者、
バック（広告運用管理）は弊社というイメージ

Copyright (C) WINNINGFIELD.LTD.All Rights reserved