

成約率の高いLP構築方法 × 爆発的に売上があがるWeb広告運用術

【高成約率LP構築×超Web広告運用術】を学びませんか？

～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. . . . コンセプトメイクが成功要因の7割を占める
2. . . . Webマーケティングにおける3C分析の手順とリサーチ方法
3. . . . テストマーケティングのためのLP制作
4. . . . Web広告によるランスルーと答えをヒアリング
5. . . . 取れたデータを元にLPを最適化し、最強のLPを作る
6. . . . CVを爆発させるためのLP外部発注
7. . . . アクセルを吹かすタイミングと広告予算追加、他オフライン施策等



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 遼

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！！





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ン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



【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

セミナー開催実績 : 2015年8月～2018年8月まで(約3年)
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!

定期的に集客ノウハウを公開するコンサルティングやセミナー講演を行っており、経営者やマーケティング担当者の方にご参加頂き、**広告運用やサイト制作のノウハウを提供!**

専門知識に特化した内容が多いため、早期に満席になるセミナーも多くご好評頂いております



A person in a dark suit and blue patterned tie is holding a white card with the word "FUTURE" in bold black letters. The background is a teal gradient with faint binary code and various business-related icons like a building, a pie chart, a bar chart, a clock, a person with a headset, a calendar, a pushpin, a person with glasses, and a bar chart. The word "FUTURE" is the central focus.

FUTURE

1. インターネット集客における全体像と手順

1. 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
2. LP制作（無料で作れるもの）
3. Web広告による広告のABテスト
4. 取れたデータを元にLP等の最適化
5. CVが取れ始めたらLP外部発注（有料）
6. 広告予算追加、他オフライン施策等

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

しっかりとコンセプトメイクを行うとどうなるか？

【業種・業態】

麻布十番にある日本酒が揃っている飲食店

【商圈内の競合】

港区界限では数十件。

【ウリとなる商品と客単価】

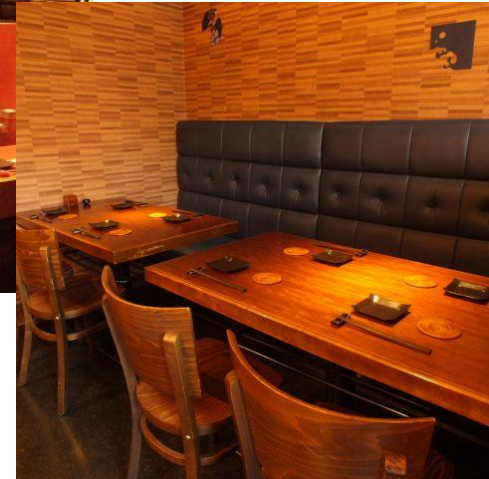
コラーゲン鍋（2000～3000円）

【今までの広告出稿媒体】

ホットペッパー&食べログ等

【コンセプトメイクの為のヒアリング】

顧客へのヒアリングとペルソナから日本酒の酒蔵や
マリアージュする食事などにも関心



【結果】

酒蔵を廻り文化と歴史と学びながら懇親会会場をお店に設定

酒蔵見学ツアー 19800円 定員20名

それ専用のLPを作成し、FB広告にて配信&完売。

現在は3ヶ月に1回の開催

しっかりとコンセプトメイクを行うとどうなるか？

【業種・業態】
学芸大学にある整体院

【商圏内の競合】
半径5km圏内に20～30店舗ほどの激戦区

【ウリとなる商品と客単価】
施術料金 3000円前後

【今までの広告出稿媒体】
スポットでのリスティング広告とエキテン等

【コンセプトメイクの為のヒアリング】
顧客へのヒアリングの中でスポーツ好きが多く、特にゴルフ属性が多いことに気づく



スマホ用 03-3716-4030 東武東横線学芸大学駅から徒歩4分
9:00-19:00 (休曜日は18:00まで)
日・夜 19:00-14:00
飛距離を30ヤード伸ばす為に姿勢分析が必要な理由とは...

飛距離を伸ばす為の【7つの要因】

- ①正しい姿勢
- ②正しいフォーム
- ③体の力を抜く
- ④平常心
- ⑤筋肉の柔軟性
- ⑥ヘッドスピード
- ⑦パワー

全ての原点は『正しい姿勢』からです。

【結果】

ゴルフ障害専門、改善率91.4% 腰痛にならない運動療法指導
としてゴルフをやられている方でゴルフファー特有の腰痛、頸部痛、
ゴルフ肘などに特化した施術プログラムを作り、
それをそのままLPにおこしリスティング広告を出稿。
客単価 8000～9000円に設定 **単月での新規顧客獲得数 2.2倍増**



売上構成とWebマーケティングにおける勝ちパターン

アクセスを水に例えて、
HPを受け皿に例えると



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

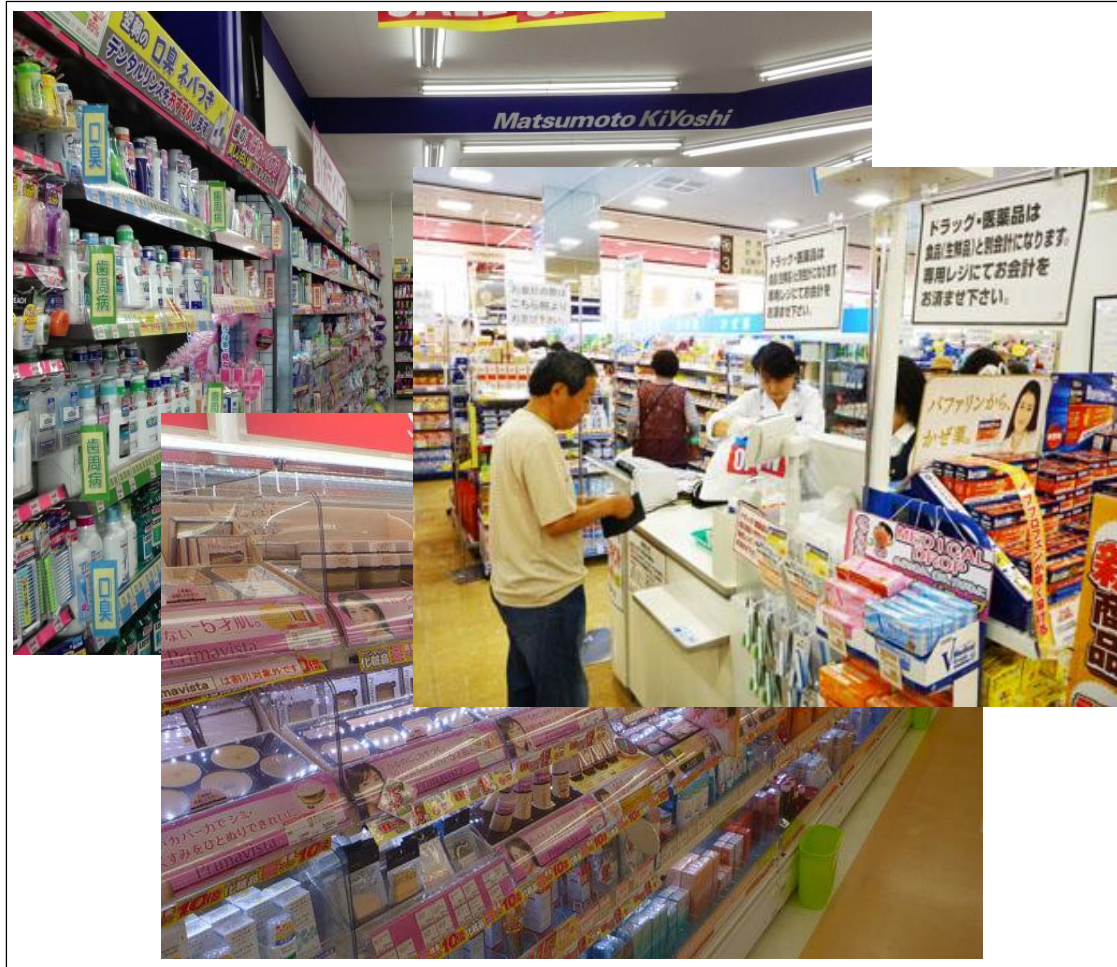
店舗

看板

チラシ

雑誌広告

CM



購入

店舗

店舗での売上

利用客数

×

客単価

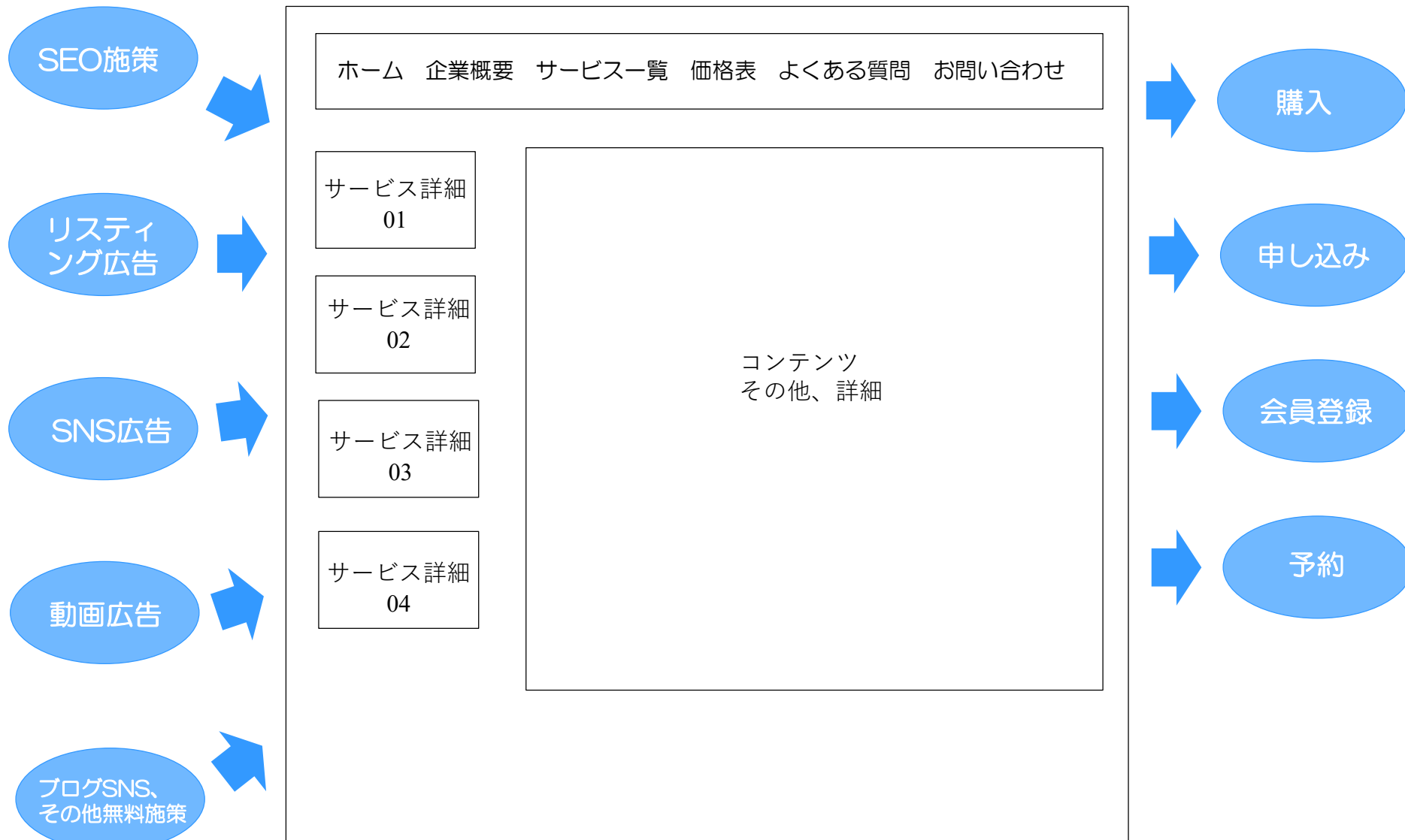
×

購入率

=

売上

ホームページ（HP）



売上の方程式

集客数
(フロント)

×

コンバージョン率
(受け皿)

=

売上

- SEO施策
- リスティング広告
- ディスプレイ
- ソーシャル施策
- 動画施策
- ブログ等

- サイト導線
- A/Bテスト
- 問い合わせフォーム
- 表示速度
- ユーザビリティ
- フォーム最適化

- 問い合わせ
- 商品の購入
- 店舗への来店

売上の方程式

例) 商品単価が3,000円

集客が5倍に増えた場合・・・

集客数
(フロント)

×

コンバージョン率
(受け皿)

=

売上

50,000人 が訪問

×

0.3%が購入

=

450,000 円



売上5倍

売上の方程式

例) 商品単価が3,000円

仮に50円/人で40,000人を集客していたら、、、(広告・人件費)

集客数
(フロント)

×

コンバージョン率
(受け皿)

=

売上

50,000人が訪問

×

0.3%が購入

=

450,000円



2,000,000円の
コスト



1,550,000円の
赤字

売上の方程式

例) 商品単価が3,000円

仮にコンバージョン率が3%にあがると・・・

集客数
(フロント)

×

コンバージョン率
(受け皿)

=

売上

10,000人が訪問

×

3%が購入

=

900,000円



売上10倍

売上の方程式

例) 商品単価が3,000円

40,000人集客した上で仮にコンバージョン率が3%にあがると・・・



50,000人が訪問 × 3%が購入 = 4,500,000円



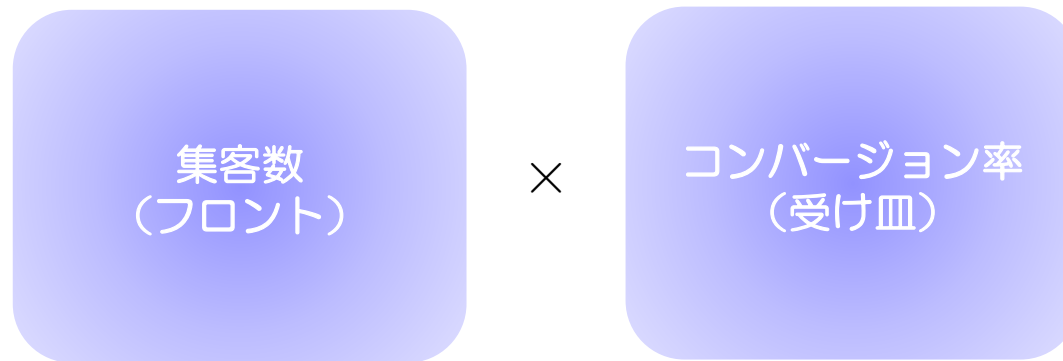
2,000,000円の
コスト



売上50倍

2,500,000円の黒字

成約率の方程式



現状把握した上で、どこを改善していくのか？
こちらを順序よく見ていく必要がある

2. Webマーケティングにおける実践的3C分析



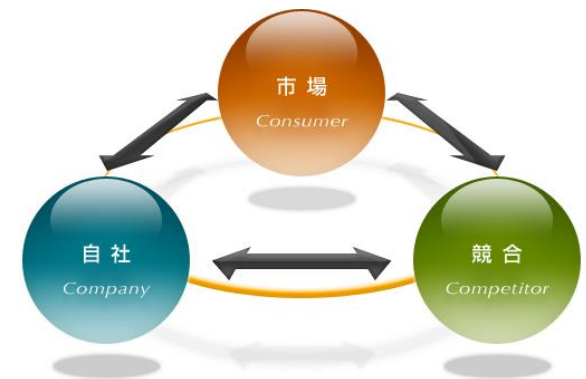
1. 3C分析

Company 自社

Competitor 競合

Costmer 顧客

※直接競合と間接競合の存在確認



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分析の手順

「顧客分析」



「競合分析」



「自社分析」

サービスや商品を
売るため（成約）のリサーチ

一番最初にやるべきは 「リサーチと設計」

1. ニーズリサーチ

ターゲットのニーズに関するリサーチ

2. 3C分析

顧客・市場・競合の3つの観点から自社のポジションを洗い出す

3. ペルソナ設計

ターゲットの人物像を明確にします。

◆見込顧客に対してのリサーチ項目

- 悩みは（解決したい問題は）？
- 悩みに隠れた感情
- 悩みの原因
- 失敗談
- 悩み以外の興味は？
- 原因
- 解決策は？

◆見込顧客に対してのリサーチ項目

- 悩みは（解決したい問題は） ？
- 悩みに隠れた感情
- 悩みの原因
- 失敗談
- 悩み以外の興味は？
- 原因
- 解決策は？

悩みの裏の感情を見つけるテクニック



快樂を得る



痛みを避ける

キーワード＋感情で検索

etc ダイエット、薄毛

怒り：ムカつく、殺意、悔しい、不愉快、不機嫌

悲しみ：哀れ、みじめ、虚しい、残念、失望、がっかり

恥：屈辱、情けない、カッコ悪い、みっともない

驚き：衝撃、慌てる、予想外

憎しみ：嫉妬、見下す、うっとうしい

恐怖・不安：心配、不気味、青ざめる

※自分の感情だけではなく、相手を感じる感情キーワードもあり

etc デブ＋ウザイ

- 商品LP、ライバル商品LP
- Q&Aサイト、コミュニティ、
- 掲示板（知恵袋、教えてgoo、発言小町、お悩み掲示板、
ガールズチャンネル、ガールズトーク、ミクル、etc）
- アンケート募集サイト（ミルトーク）
- 書籍、雑誌 書店やdマガジン等
- 家族や知人、友人の経験
- 自身の経験

【掲示板を見つける方法】

悩み単語＋掲示板

悩み単語＋BBS

悩み単語＋コミュニティ

アンケート募集サイト（ミルトーク）

商品開発やサービス改善に！アイデア・意見募集しませんか？

Qミルトーク アイデア、あります。

ご利用ガイド よくある質問 最新のニュース 1日に公開可能な無料掲示板数に制限を設...

きいてミル トークルーム きょうのひとこと 活用のコツ

KATZさん

表示 新着順 人気順 お気に入り すべて

検索

カテゴリ

- すべて
- 食品・外食
- 飲料
- お酒・タバコ・ギャンブル
- 日用品
- ビューティー
- 医療・薬、健康食品
- 衣類、ファッション
- ショッピング・スーパー・コンビニ
- ネットショッピング
- スマートフォンアプリ・ゲーム
- SNS・ブログ・メディア
- その他WEBサービス
- スマートフォン・PC関連
- 家電・オーディオ関連
- 自動車、バイク、自転車
- スポーツ、レジャー、旅行、娯楽
- ペット
- 住宅、家庭、家具
- 保険、金融
- 教育、習い事

+ 掲示板を作成

オススメ

193 **NEW** 家族の心や体の健康について、やろうと思っているのに、ついつい後回しになっているコトはありますか？

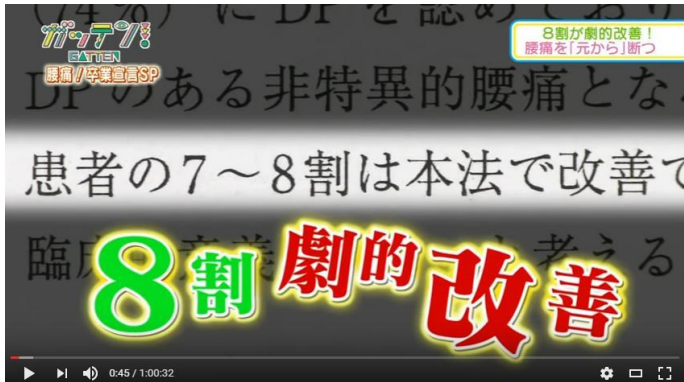
179 **NEW** 介護（自宅含む）のニオイとその対策についてお聞かせ下さい。

オススメ

オススメ

「知らなかった!」「実は間違いなの!？」
という読み手にとって斬新な情報を探る

- TV番組 (you tubeで 「ホンマでっか腰痛」、「試してガッテン」)
- 新聞記事 (先生の話、研究成果、”健康 日経” 検索)
- 論文 (”健康 研究” ”健康 論文”)
- 専門家のHP (All Aboutなど)
- 書籍、雑誌
- 商品LP、ライバル商品LP



<https://www.youtube.com/watch?v=MtCUYo591Dw>

▲ 試してガッテン



▲ ALL ABOUT

リサーチした情報をまとめるツール



▲マインドマップ

種類	歴史	資格						
発症	アロマテラピーって何?	流行り		時間はかかる?			効果について	
目的	成分	危険度						
				アロマテラピーって何?	時間はかかる?	効果について		
	相場の価格帯			相場の価格帯	アロマテラピーへの疑問	誰でもできる?		誰でもできる?
				どんな時にやるの?	アロマテラピーに似た別のものはある?	自分でできる方法はある?		
	どんな時にやるの?			アロマテラピーに似た別のものはある?			自分でできる方法はある?	

▲マンダラート

マインドマップツール：XMind



The image shows a screenshot of the XMind 8 website with a red background. At the top, there is a navigation bar with the XMind logo and links for '製品詳細' (Product Details), '無料ダウンロード' (Free Download), '有料版の購入' (Purchase Paid Version), 'クラウド' (Cloud), 'ライブラリ(英語)' (Library (English)), 'サポート' (Support), and 'カート' (Cart). The main heading reads 'XMind 8 ついにリリース' (XMind 8 is finally released). Below this, a paragraph states: '世界が注目するマインドマッピングツールが、より洗練されたデザインと優れた操作性で新たなステージへ。' (The mind mapping tool that the world is paying attention to has reached a new stage with a more refined design and excellent operability). Two buttons are present: '無料ダウンロード' (Free Download) and 'XMind Pro を購入' (Purchase XMind Pro). At the bottom, a laptop screen displays a complex mind map titled 'Business Plan' with various branches and icons.

XMind

製品詳細 無料ダウンロード 有料版の購入 クラウド ライブラリ(英語) サポート カート

XMind 8 ついにリリース

世界が注目するマインドマッピングツールが、より洗練されたデザインと優れた操作性で新たなステージへ。

無料ダウンロード XMind Pro を購入

Business Plan

<http://jp.xmind.net/>

マンダラ

体のケア	サプリメントをのむ	FSQ 90kg	インステップ改善	体幹強化	軸をぶらさない	角度をつける	上からボールをたたく	リストの強化
柔軟性	体づくり	RSQ 130kg	リリースポイントの安定	コントロール	不安をなくす	力まない	キレ	下半身主導
スタミナ	可動域	食事 夜7杯 朝3杯	下肢の強化	体を開かない	メンタルコントロールをする	ボールを前でリリース	回転数アップ	可動域
はっきりとした目標、目的をもつ	一喜一憂しない	頭は冷静に心は熱く	体づくり	コントロール	キレ	軸でまわる	下肢の強化	体重増加
ピンチに強い	メンタル	雰囲気は流されない	メンタル	ドラ1 8球団	スピード 160km/h	体幹強化	スピード 160km/h	肩周りの強化
波をつくらない	勝利への執念	仲間を思いやる心	人間性	運	変化球	可動域	ライナーキャッチボール	ピッチングを増やす
感性	愛される人間	計画性	あいさつ	ゴミ拾い	部屋そうじ	カウントボールを増やす	フォーク完成	スライダーのキレ
思いやり	人間性	感謝	道具を大切に使う	運	審判さんへの態度	遅く落差のあるカーブ	変化球	左打者への決め球
礼儀	信頼される人間	継続力	プラス思考	応援される人間になる	本を読む	ストレートと同じフォームで投げる	ストライクからボールに投げるコントロール	奥行きをイメージ

(注) FSQ、RSQは筋トレ用のマシン (出所) スポーツニッポン

リサーチが出来ていると
切り□がたくさんできやすい

2. 成約率が高くなるLP構築と反映させるべきコンテンツ

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制作（無料で作れるもの）
3. Web広告による広告のABテスト
4. 取れたデータを元にLP等の最適化
5. CVが取れ始めたらLP外部発注（有料）
6. 広告予算追加、他オフライン施策等

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制作（無料で作れるもの）
3. Web広告による広告のABテスト
4. 取れたデータを元にLP等の最適化
5. CVが取れ始めたらLP外部発注（有料）
6. 広告予算追加、他オフライン施策等

HP（コーポレートサイト）とLP（ランディングページ） の役割について



どちらか1つだけ、というよりは目的に合わせて
両方持っておくのがベター



HP（コーポレートサイト）

企業や店舗、団体などサービスや
商品、コンテンツを提供している
元を掲載することによって
信頼性、安心感などを伝える役割

信頼性、信用性を証明するためのサイト

LP（ランディングページ）

1メッセージ = 1LPと言われており、
広告のとび先 = 到着（ランディング）ページ
基本的には縦型のペラサイトで
商品やサービスを申し込むか
離脱するかといったサイト

商品やサービスを
成約してもらうためのサイト

ペライチ

を使って簡易的に作成



<https://peraichi.com/>

Strikingly (ストライキングリー)

を使って簡易的に作成



The image shows the Strikingly website landing page. At the top right, there are links for 'ログイン' (Login) and '日' (Date). The main heading is 'オンラインで、自分を表現しよう' (Express yourself online). Below it, the text says '自分の活動やビジネスについて、美しいデザインのサイトをすぐに作成。HTMLやデザインの知識は必要ありません。' (Create a beautiful design site quickly about your activities or business. No HTML or design knowledge is required). A sign-up form is centered, with fields for '名' (Name), 'Eメール' (Email), and 'パスワードを設定' (Set password). A green button says 'さあ、はじめましょう。無料です!' (Let's get started. It's free!). Below the form, there is a link for 'FACEBOOKの情報でサインアップ' (Sign up with Facebook info). At the bottom, there is a link '詳しく見る' (Learn more) and a footer text '多くの起業家やクリエイターから支持されています' (Supported by many entrepreneurs and creators).

ログイン

日

strikingly

オンラインで、自分を表現しよう

自分の活動やビジネスについて、美しいデザインのサイトをすぐに作成。
HTMLやデザインの知識は必要ありません。

> 名 Eメール パスワードを設定

さあ、はじめましょう。無料です!

もしくは FACEBOOKの情報でサインアップ

詳しく見る

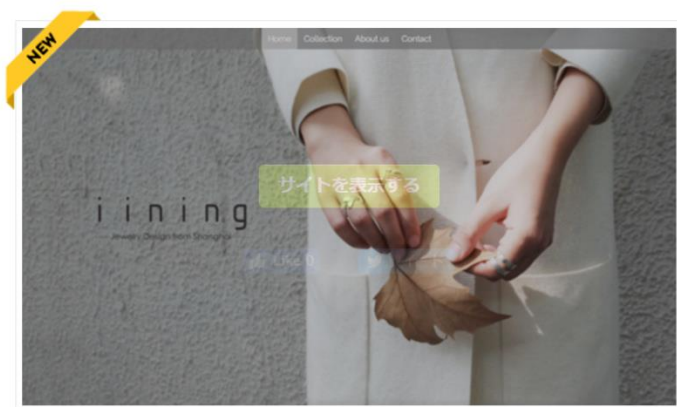
多くの起業家やクリエイターから支持されています

<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



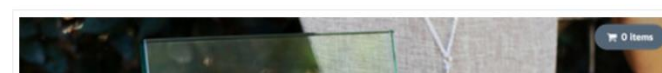
JEWELRY DESIGN FROM SHANGHAI-IINING

🖥️ www.iining.cn 📍 Shanghai, China



WERENOVATENEWYORK

🖥️ werenovateny.com 📍 New York, USA



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

Wix（ウィックス） を使って簡易的に作成



<https://ja.wix.com/>

AiD Generator (エイドジェネレーター)

を使って簡易的に作成



<https://bindcloud.jp/aid/>

人々が行動を起こすWebサイトとは？

1. ユーザーの得られる結果を提示する

ポイントは、・・

「あなたが伝えたいこと」ではなく
「ユーザーが欲しいこと、知りたいこと」を
はっきり伝えること

4. 今すぐ買う理由を訴えかける

ランディングページの鉄板の構成はこちら

1. 喚起
基本的にユーザーはそんなにじっくりWebページを見ない、読まない。
ファーストビューで速攻（3秒）で心を掴むキャッチコピーを作るべき。
2. 結果
変化を訴えかけたら、その商品やサービスがもたらす結果にフォーカスしたコピーを書く。
使うところなる、体験するところなる、得られる結果や効果、事実を記載する
3. 証拠
結果を先に言って「これは自分に必要なサイトだ」と判断したユーザーに次に見せるのは、
その結果を実証すること。なぜその結果を得られるのかと言い切れる証拠や権威性、信頼性を打ち出す
4. 共鳴
商品やサービスを使っている顧客の声やインタビュー、レビューなど
5. 信頼
安心感の裏付けとなるメディア掲載実例や受賞実績、雑誌掲載など
6. ストーリー
人は感情でアクションを起こすので、感情に訴えかける。商品やサービスの
開発秘話や想いなど語ってもいい場所
7. クローシング
商品やサービスを買わなくてはならない理由、買って絶対に損しないと言い切れる
保証などをつけて、確実にクローシングする場所。
「また、今度」、や「調べてから」、と思わせないこと
8. P.S
最後に保証や今買う理由の補足をつける。必ず追伸をつけたほうがよい



悩みに対して隠れている感情に対して訴求する



3. 広告運用までのフローとイメージ

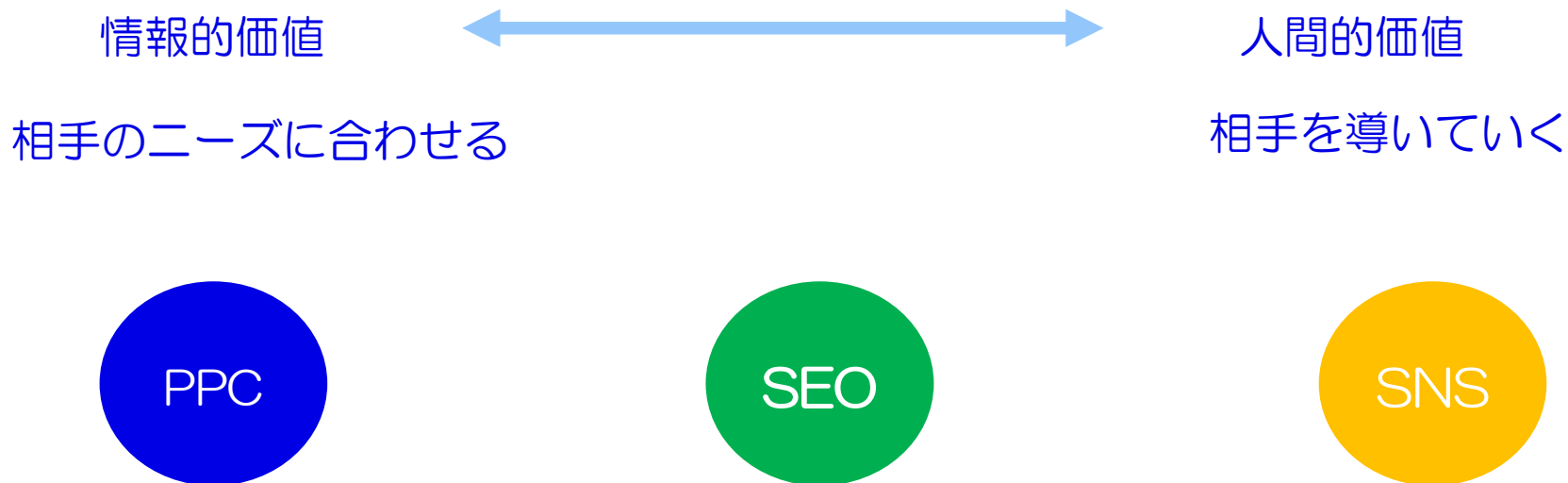
0. コンセプトメイク

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制作（無料で作れるもの）
3. Web広告による広告のABテスト
4. 取れたデータを元にLP等の最適化
5. CVが取れ始めたらLP外部発注（有料）
6. 広告予算追加、他オフライン施策等

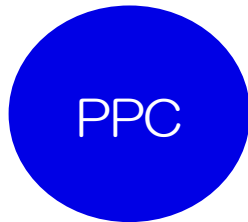
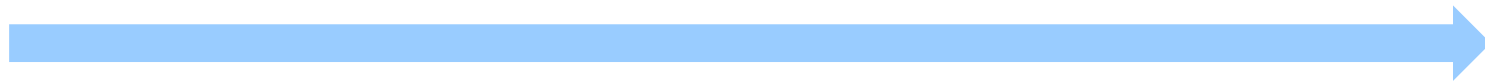
0. コンセプトメイク

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制作（無料で作れるもの）
3. Web広告による広告のABテスト
4. 取れたデータを元にLP等の最適化
5. CVが取れ始めたらLP外部発注（有料）
6. 広告予算追加、他オフライン施策等

3つのWEB集客手法の価値基準を理解する



アクセスの集め方にも手順がある



メリット：
即効性あり、早い段階で正解がわかる
上位表示され、ターゲットニーズに
寄り添うためCVしやすい

デメリット：
予算&資金とキャッシュフロー

CVしたキーワードと広告文を
LPに反映させる
LPOを繰り返してより高いCVRを狙う



メリット：
資金がかからない、良質コンテンツ
の場合、長期的に上位表示される

デメリット：
効果が出るまで時間がかかる
正解がわからないまま作業を行う

CVしたキーワードと広告文を
内部施策としてコンテンツに
盛り込んでいく



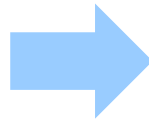
メリット：
資金がかからない、拡散されれば
沢山のリーチとアクセスが生まれる

デメリット：
誰が何を発信しているのかが重要
自動化が難しい

CVしたコンテンツを
発信していく

大前提として

鉄板クリエイティブを
見つける！！



精読率と成約率を
上げる！！

Web広告を使って即効性をもって
アクセスを集める意味は、、、



▲この精読率と成約率を
高めるため！！

そのためには少額（日予算500～2000円ほど）で鉄板クリエイティブを
見つけながら同時にアクセスを流して、LPOを繰り返していく！！



4. 代表的なWeb広告の種類と役割を理解する



Google Ads

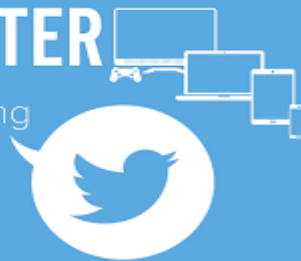
YAHOO! JAPAN プロモーション広告

facebook
Advertising

YOUTUBE ADVERTISING
Find out what you're missing



TWITTER
Online Advertising



GET STARTED
— WITH —
Instagram
Ads



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。

PPC

どの広告媒体から使っていくのがよいのか？



店舗系以外であれば
フェイスブック広告がオススメ

ターゲティング精度 & 少額で
テストマーケティングが可能な為



潜在層

4・・・FB広告によるランスルーと答えをヒアリング



初心者ほど簡単に扱えて、成果が出しやすい

FB広告が機械学習を繰り返して成果が出るように向かってくれる

運用者は機械学習しやすい環境を整えてあげるだけ

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！！

オーディエンスデータとは？



簡単に言うと見込リストのこと

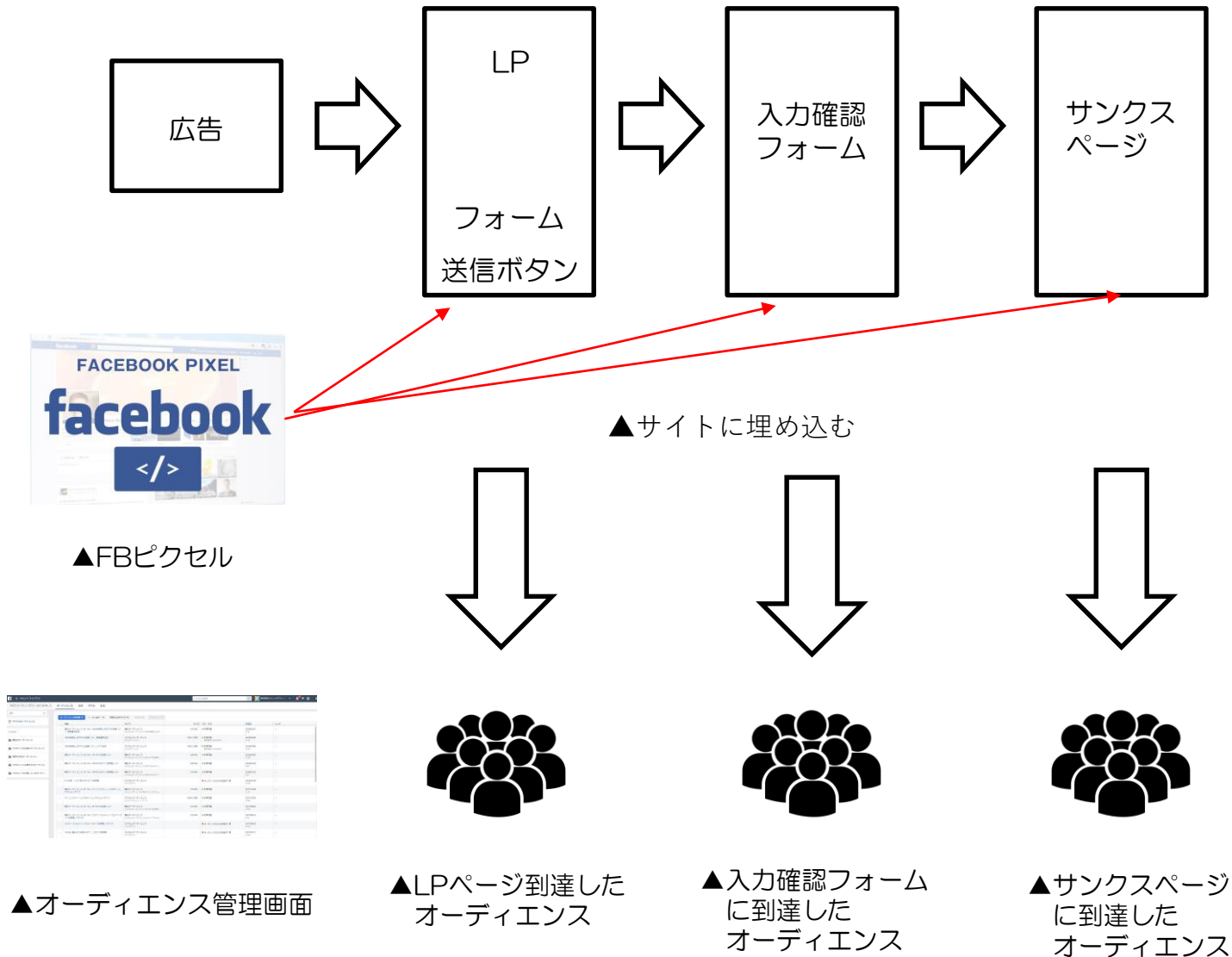
自社の商品、サービスを購入・受けているなど既存顧客のリストをFBにアップロードすることでその顧客に広告を配信することができる。

→ カスタムオーディエンス

自社リスト（メールアドレスor電話番号）に似た類似リストを自動生成してそのリストに対して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



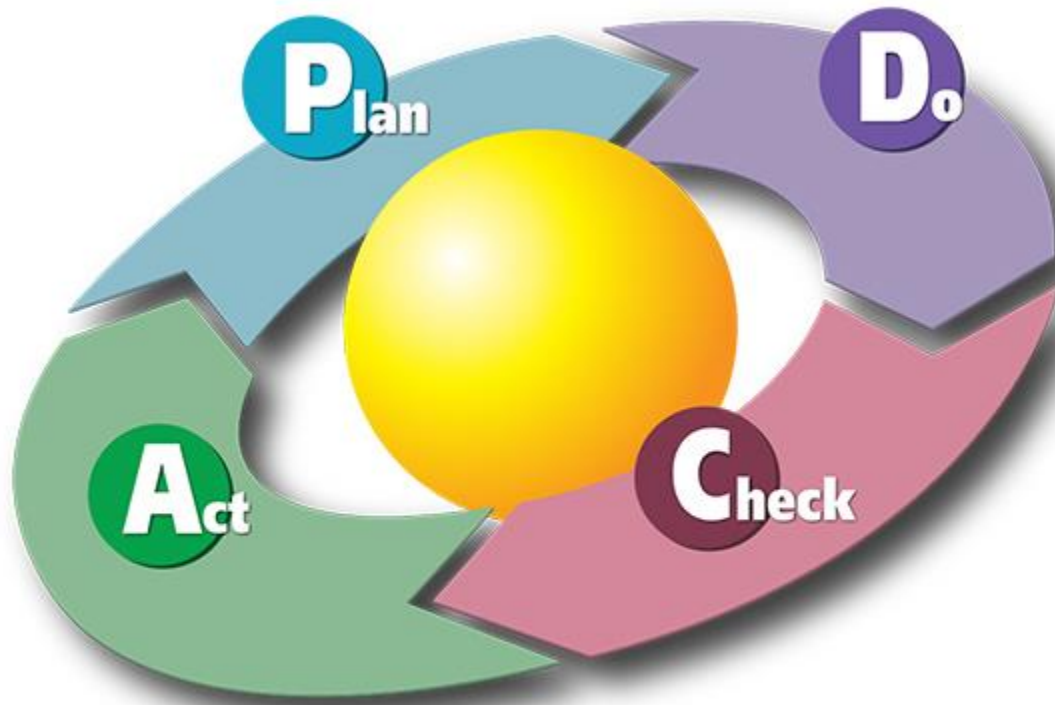
上記それぞれのオーディエンスに広告も配信できるし、これらのオーディエンスの類似オーディエンスも生成できる！

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

FB広告の成功の近道は、、、



PDCAサイクルのスピードが鍵！！

どのようにパフォーマンスを上げるのか？

1. 画像テスト
2. タイトルテスト
3. 最強のクリエイティブができ次第
4. スライド&動画クリエイティブで低単価で大量に見込み顧客を集める

初動の際のPDCAサイクルはだいたい1~2日がのぞましい
※遅くとも3~4日

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



SoftBank Air
正規販売代理店 株式会社 Foot Communication

受付時間 12:00~21:00
0120-545-742

WEBから24時間受付中
お申込みはこちら

SoftBank Air
スマホもパソコンもゲームも!
使い放題
置くだけカンタン! 工事不要!

容量制限なし!

従来機種よりさらに速く!
下り最大
350Mbps

今だけ
おトク
当ページ期間限定キャンペーン!
実質1年無料!
最大 **5** 万円キャッシュバック

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!

家のネットが13ヶ月、実質タダで契約
できる方法【人数限定だから急げ】

テレビでこのCM、見たことないですか？



コンセントに挿せば、ネットがすぐ使える無制限のWi-Fi「ソフトバンクエア」です。

Wi-Fiで家中
ネットし放題

工事不要!
すぐに使える!

データ容量制限なし**
毎月定額!

コンセントにさすだけで
すぐにネットが楽しめる

ケース02： 調理器具 通販の場合

Makuake

プロジェクトを掲載する お気に入り NEW ログイン 新規登録

TOP > プロジェクト一覧 > プロダクト > 欧米で人気「真空低温調理器」ミディアムレアのお肉が作れる！BONIQ(ボニーク)

プロジェクト **Success!** 活動レポート 29 応援コメント 66

♡ お気に入りに追加

自宅が高級レストランに...
真空低温調理器

▶ 再生

● 集まっている金額 **13,675,860円** **Success!**
目標金額 500,000円
27.35%

👤 サポーター 576人
🕒 残り 0日

終了しました

欧米で人気「真空低温調理器」ミディアムレアのお肉が作れる！BONIQ(ボニーク)

#テクノロジー #グルメ #料理 #キッチン #肉

📌 プロダクト

BONIQ

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%

いつ、どんな画像と広告文で成約したのかがわかる

キャンペーン

広告グループ

設定

広告

広告表示オプション

動画

キーワード

ユーザーリスト

動画ターゲティング

自動ターゲット設定

詳細分析

ディスプレイ ネットワーク

ウィニングフィールド_02 (56799461321... ▼)

広告

▼ アカウント: ウィニングフィールド_02

検索 ▼

フィルター ▼

過去30日間: 2017年6月6日 ~ 2017年7月5日
注: 今日のデータは含まれません

アカウント概要

▼ 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

+ 広告を作成 ▼

編集

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02 ▼

内訳 ▼

エクスポート ▼

☐	広告の名前	配信	結果	リーチ	インプレ...	結果の..	消化金額	関...	リンクの...	CPC(...)	CT...	faceboo...
☐	08 all チャートを見る 編集 複製	未配信 キャンペーン	1 facebook ...	2,170	3,009	¥4,181 /facebook ...	¥4,181	8	115	¥36	3.82%	1
☐	08	未配信 キャンペーン	1 facebook ...	1,022	1,434	¥1,430 /facebook ...	¥1,430	7	35	¥41	2.44%	1
☐	02	未配信 キャンペーン	— facebook ...	693	888	— /facebook ...	¥859	7	23	¥37	2.59%	—
☐	02	オフ	1 facebook ...	476	553	¥647 /facebook ...	¥647	5	8	¥81	1.45%	1
☐	08	オフ	— facebook ...	349	432	— /facebook ...	¥466	—	5	¥93	1.16%	—
☐	08	オフ	—	349	404	—	¥428	—	7	¥61	1.73%	—

動画広告にて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

広告セット

選択済み1件

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

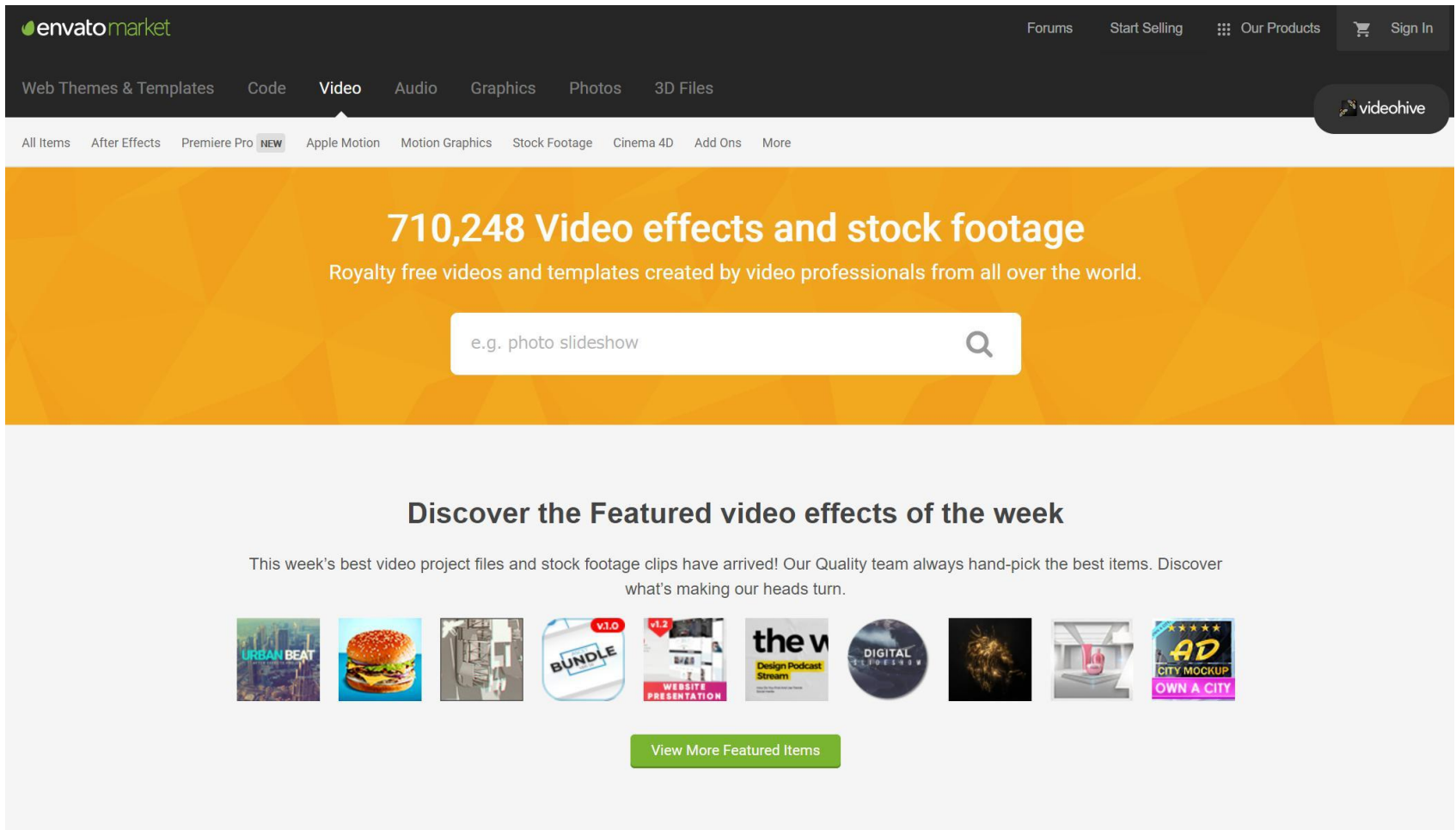
列: WFカスタム

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

1クリックあたり0.04円！合計83円で約2000アクセスに成功！



The screenshot shows the Envato Market website interface. At the top, the 'envato market' logo is on the left, and navigation links for 'Forums', 'Start Selling', 'Our Products', and 'Sign In' are on the right. Below this is a dark navigation bar with categories: 'Web Themes & Templates', 'Code', 'Video' (highlighted), 'Audio', 'Graphics', 'Photos', and '3D Files'. A 'videohive' badge is visible on the right. Under the 'Video' category, a list of sub-categories is shown: 'All Items', 'After Effects', 'Premiere Pro' (marked 'NEW'), 'Apple Motion', 'Motion Graphics', 'Stock Footage', 'Cinema 4D', 'Add Ons', and 'More'. The main banner features the text '710,248 Video effects and stock footage' and 'Royalty free videos and templates created by video professionals from all over the world.' Below this is a search bar with the placeholder text 'e.g. photo slideshow' and a magnifying glass icon. The section 'Discover the Featured video effects of the week' follows, with a sub-header stating that the best video project files and stock footage clips have arrived. A row of ten featured item thumbnails is displayed, including 'URBAN BEAT', a burger, a mechanical part, a 'BUNDLE' icon, a 'WEBSITE PRESENTATION', 'the v', 'DIGITAL', a glowing sphere, a 3D architectural model, and 'AD CITY MOCKUP'. A green button labeled 'View More Featured Items' is positioned below the thumbnails.

Envato market (エンバトマーケット)

CÂRTE POSTALE

Dans la case - 11 mars 1915

Cette carte est exclusivement destinée à l'adresse



W Pas de nouvelles
de l'examen oral. C
numéro 417
de ne pas
me vais plus au co
- vos aimables
rez toutes mes
affectionnées

33^e Régiment d'Inf
10^e Compagnie
Le feb
Caste

7. 取れたデータを元にLPを最適化し、最強のLPを作る

KOKON*

<http://www.zelda-kokon.com/>

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制作（無料で作れるもの）
3. Web広告による広告のABテスト
4. 取れたデータを元にLP等の最適化
5. CVが取れ始めたらLP外部発注（有料）
6. 広告予算追加、他オフライン施策等

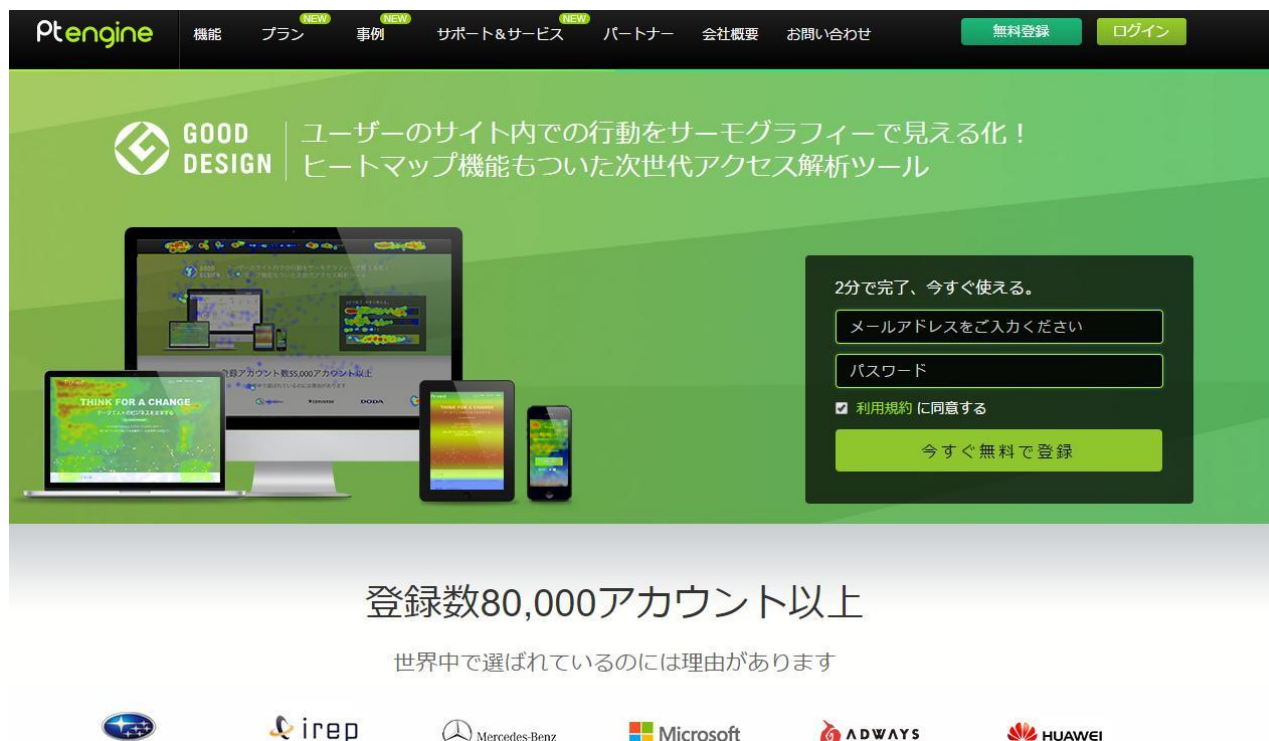
0. コンセプトメイク

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制作（無料で作れるもの）
3. Web広告による広告のABテスト
4. 取れたデータを元にLP等の最適化
5. CVが取れ始めたらLP外部発注（有料）
6. 広告予算追加、他オフライン施策等

LP 精読率 確認ツール

Ptengine（ピーティーエンジン）

ヒートマップなどコンバージョンを増加させる為のサイト分析ツール



The image shows the Ptengine website interface. At the top is a dark navigation bar with the Ptengine logo and links for 機能 (Features), プラン (Plans), 事例 (Cases), サポート&サービス (Support & Service), パートナー (Partners), 会社概要 (Company Overview), and お問い合わせ (Contact Us). There are also buttons for 無料登録 (Free Registration) and ログイン (Login). Below the navigation bar is a green banner with the text "GOOD DESIGN" and "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". In the center, there are images of a laptop, a desktop monitor, a tablet, and a smartphone, all displaying heatmaps. To the right of these images is a dark box with a login form containing fields for "メールアドレスをご入力ください" (Please enter your email address) and "パスワード" (Password), a checkbox for "利用規約に同意する" (I agree to the terms of use), and a "今すぐ無料で登録" (Register for free now) button. Below the banner, it says "登録数80,000アカウント以上" (Over 80,000 registered accounts) and "世界中で選ばれているのには理由があります" (There is a reason why it is chosen worldwide). At the bottom, there is a row of logos for various partners: irep, Mercedes-Benz, Microsoft, ADWAYS, and HUAWEI.

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

i rep Mercedes-Benz Microsoft ADWAYS HUAWEI

LP ユーザーのクリック箇所確認ツール

Mouseflow（マウスフロー）

マウスなどを止めた滞在箇所やクリック箇所などの確認



The image shows the Mouseflow website interface. At the top, there's a navigation bar with links: 機能 (Features), 価格 (Pricing), 実績 (Testimonials), サポート (Support), ブログ (Blog), お問い合わせ (Contact Us), ログイン (Login), and a green button for 無料トライアル (Free Trial). Below the navigation bar, there's a large heatmap visualization of a website. In the foreground, there are three devices: a laptop, a tablet, and a smartphone, all displaying the Mouseflow analytics interface. The laptop screen shows a table of analytics data. To the right of the devices, there's text in Japanese describing the tool's features: ヒートマップ・セッションリプレイ・フォーム最適化 (Heatmaps, Session Replay, Form Optimization). Below this, it says Mouseflow（マウスフロー） and describes it as a tool to remove user stress and increase conversion. It mentions a monthly fee of 2,677 yen from May 22, 2017. At the bottom of the page, there's a footer with the text 100,000社以上の企業に導入 (Adopted by over 100,000 companies) and logos for Microsoft, Costco Wholesale, Philips, and Dyson.

mouseflow
Sales Partner APOLLO II

機能 価格 実績 サポート ブログ お問い合わせ ログイン

無料トライアル

ヒートマップ・セッションリプレイ・フォーム最適化

Mouseflow（マウスフロー）

ユーザーのストレスを取り除き、コンバージョンを増加させる為の、高機能ウェブサイト分析ツール。

月額2,677円から

※2017年05月22日 11時29分11秒の高替レートにて計算

無料トライアル

100,000社以上の企業に導入

Microsoft

COSTCO WHOLESALE

PHILIPS

dyson

LP ペルソナ&ABテスト 確認ツール

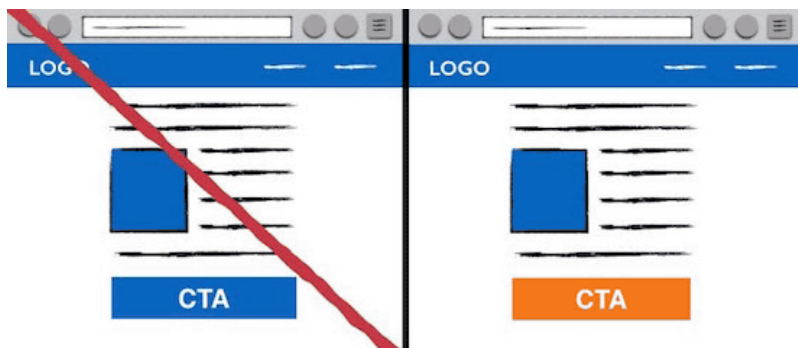
Juicer（ジューサー）

Webサイトに訪問したユーザーを人口知能（AI）で視覚化させる

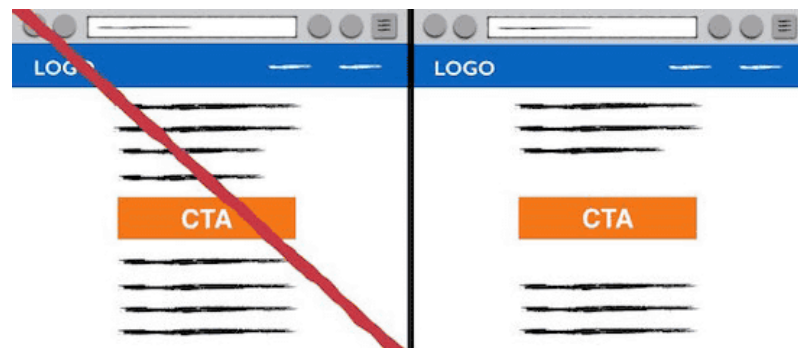


その他のLPOポイント

◆ ボタンカラーはコントラストがある色に



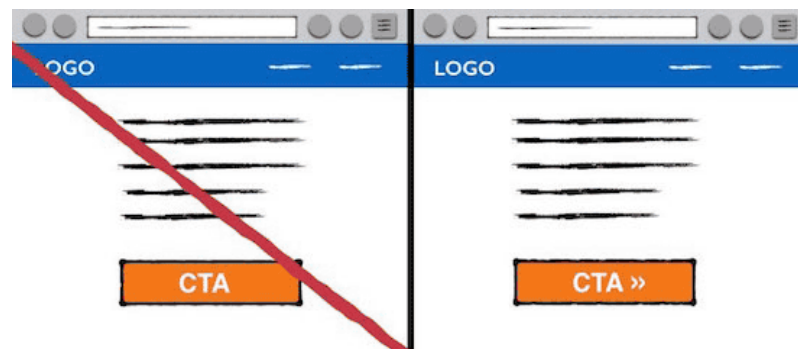
◆ 余白を増やす



◆ 太枠・斜角・影を使う

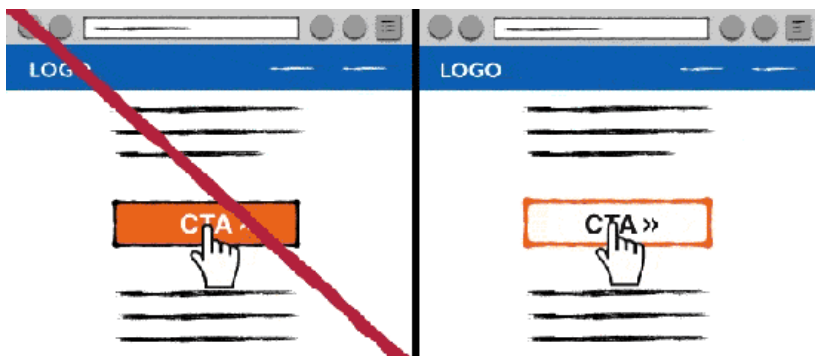


◆ 矢印を入れる

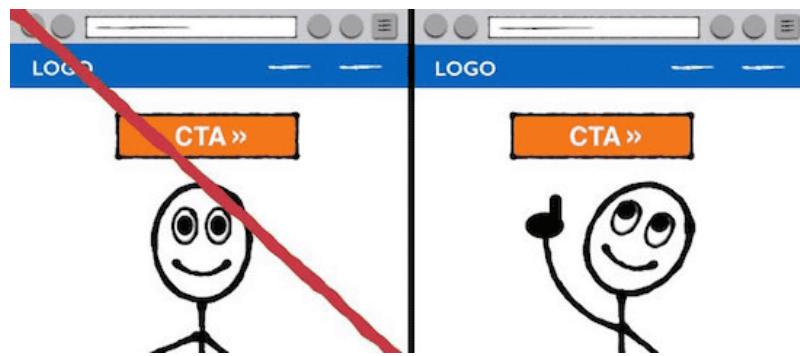


その他のLPOポイント

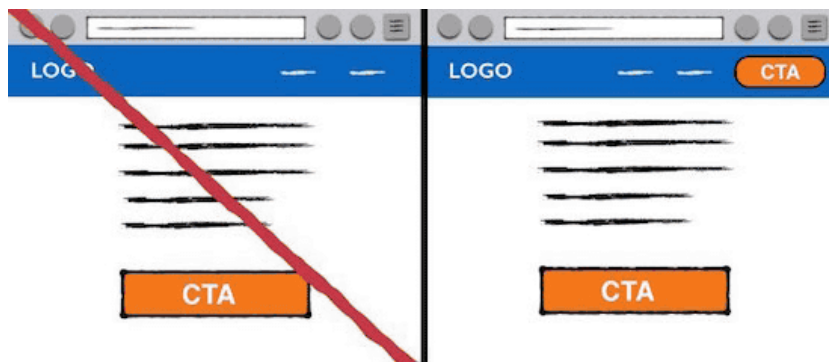
◆マウスオーバー時に変化をみせる



◆ボタンを見つめる

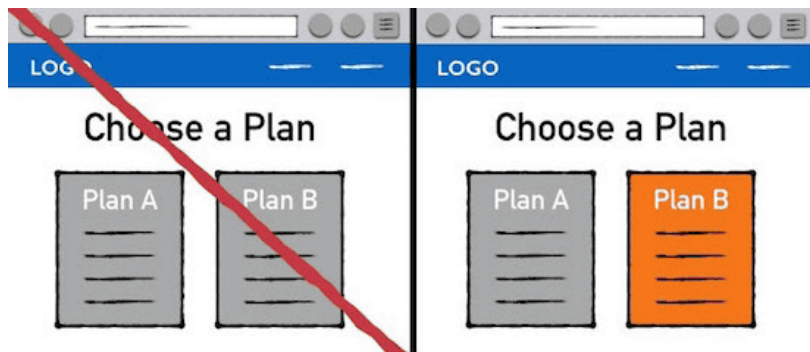


◆ボタンを複数設置

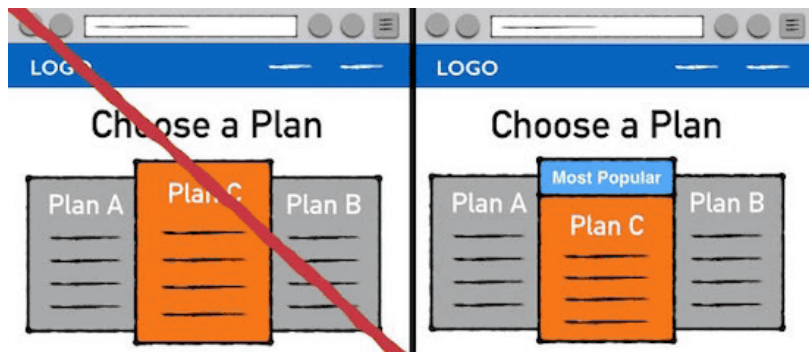


その他のLPOポイント

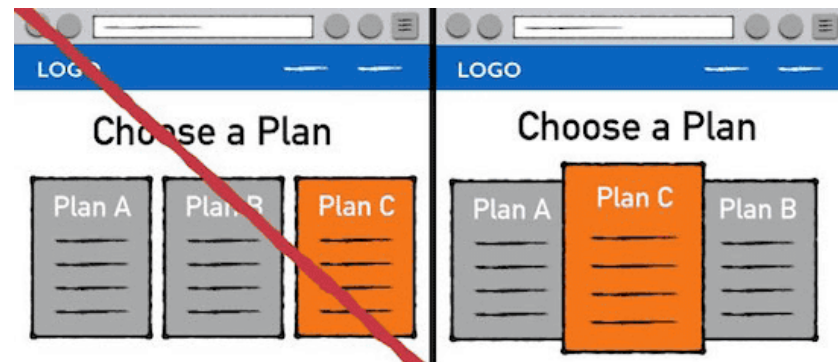
◆コントラストを強調



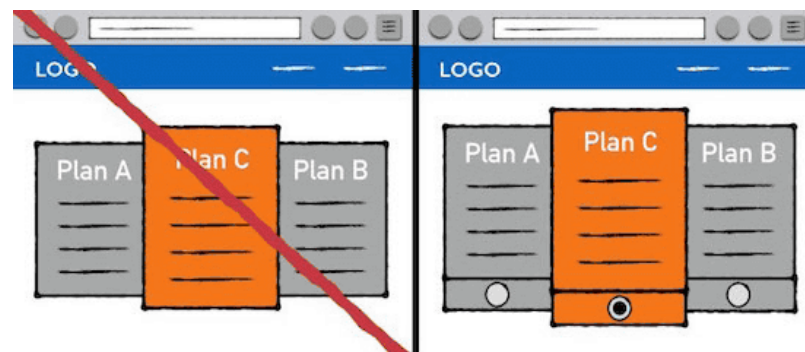
◆選んでもらいたいプランを「一番人気」にする



◆選んでもらいたいプランは真ん中に



◆デフォルトオプションを作る

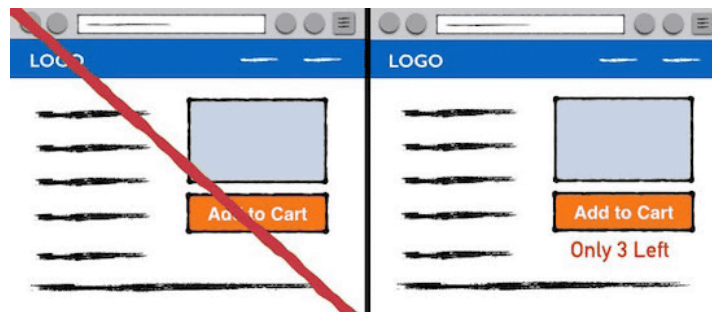


その他のLPOポイント

◆精神的相互作用を持たせる



◆残り時間や残り数を明記する



◆商品説明は長くする



LPOまとめ

- Ptengine (ピーティーエンジン)

- Mouseflow (マウスフロー)

- あくまで数値上の事実を教えてください！！
(ユーザー)

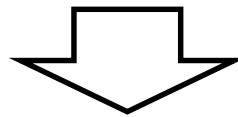


いつの時代も、ユーザー（見込顧客）の立場に立った視点でサイトに対して頂く気持ちや不安点を書き出してみる必要がある

。

まとめ

- FB広告にて安く大量にアクセスを集める
- 正しい手順で広告運用のメンテナンスを行う
- 見込顧客に対してのリサーチの元、お悩み&不安のボリュームゾーンを確認し、受け皿となるLPを構築する
- アクセスを流しながらどこが見られていて、クリックされているのか3つのLPOツールを用いて特定し、LPを修正改善していき、精読率&成約率を高める



広告費用対効果が最大限に発揮され、売上が最大化していく！！

最後に

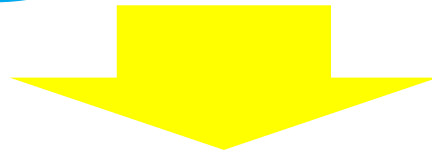
WINNINGFIELD（ウィニングフィールド） 4つの強み

他社に負けない
価値提供に対する
格安料金体系

圧倒的なPDCA
サイクルを回す
スピード

徹底的な
商材および
顧客リサーチ

クライアント
ファーストの
柔軟な対応

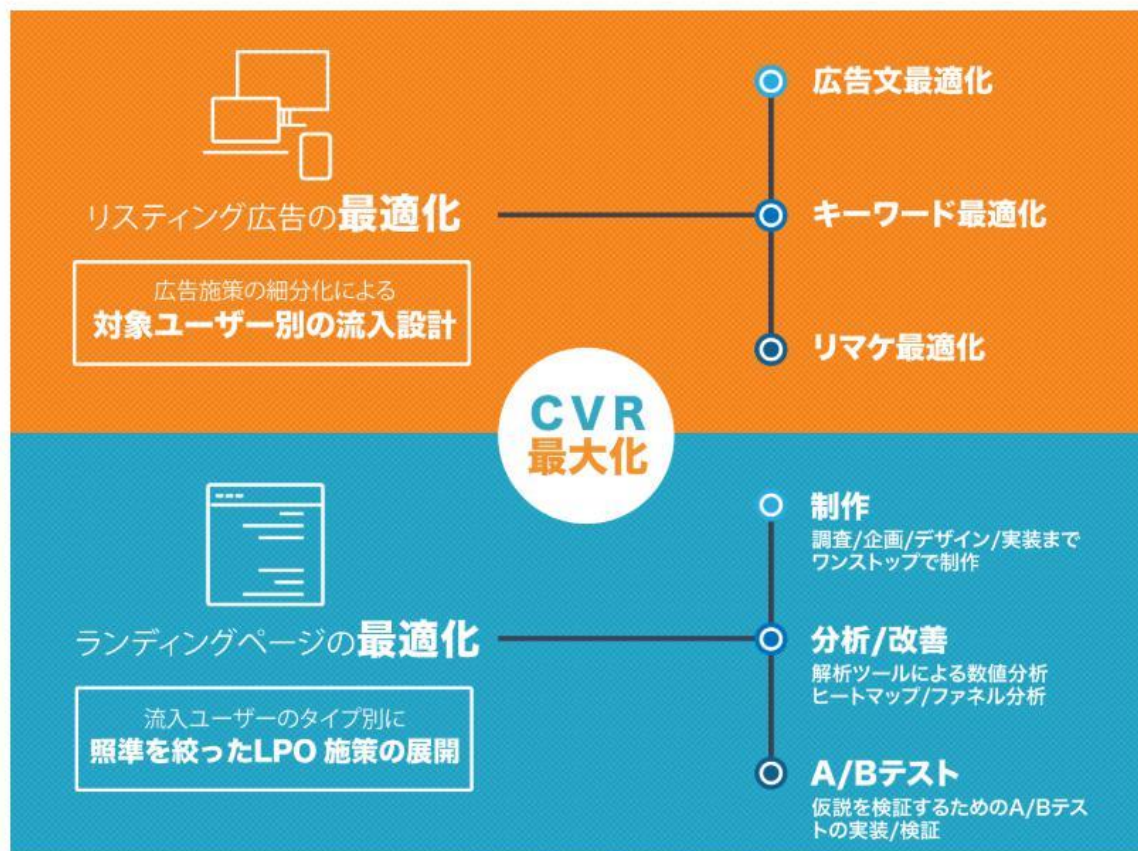


“『価格・スピード・質・サポート』”の4項目において他社のどこにも負けないと自負しております。特に徹底的なマーケティングリサーチにおいてはお客様のビジネスにおいて複数の切り口の選定とニーズ&ウォンツの深掘りを行い、LPへのコンテンツ反映とWeb広告の運用効果で高い満足度を維持しています。

◆Web広告運用代行（リスティング広告、SNS広告）



ウィニングフィールドが編み出した、**成約率の高いLP構築法×爆発的に売りに上がるweb広告運用術**により、**LPと広告の最適な組み合わせ**を導き出し、コンバージョンの獲得効率を高めます。



◆Web広告運用代行（リスティング広告、SNS広告）

その2

日報・週報のデータを共有、週一のレポートをお送り致します。

日々の広告運用はどのように改善し、どのように数値が動いたのかを確認する場合は、月のレポートや広告アカウントを自身で動かしながら、見たい指標を見ていくしかありませんが、弊社運用時は、関係者全員が閲覧できるクラウド上のアカウント日報（キャンペーンごと）と、週ごとのレポーティングを見ながら、**週一で【行動報告・現状】【問題点・提案点】【次週目標】と週ごとの使用広告費、獲得件数と獲得単価などをご連絡**していきます。

こちらを行うことで、広告運用に関する不透明さや情報共有の薄さ、運用改善やサイトの修正提案などが無い、「ほったらかし」ということは完全になくなります。



◆WEB広告運用代行（リスティング広告、SNS広告）

広告運用代行

LPO対策

アクセス解析

コンサルティング

月額広告費用合計50万未満のお客様

運用代行費：**100,000** 円 / 月（税抜）

広告費はお客様負担とさせていただきます。

※契約期間は3ヶ月以上とさせていただきます。

※10万円以上の広告費をご用意いただくことをお願いしております。

月額広告費用合計50万以上のお客様

運用代行費：**月額広告費 × 20%** 円 / 月（税抜）

広告費はお客様負担とさせていただきます。

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。

※契約期間は3ヶ月以上とさせていただきます。

※50万円以上のお客様は20%の料金内で全ての広告配信が管理可能。

弊社がご提供するWebコンサルティングサービスは大きく分けて2つのプラン

◆総合Webディレクション・コンサルティングサービス

Web広告・SEO対策・サイト解析・その他制作物にまつわる、Webからの売上を最大化させるための戦略立案、戦術や四半期ベースの数値改善

貴社のWebディレクター&総括マネージャーになってWebからの売上を上げるために働くイメージです！



◆Web担当者・業務インハウス支援

現在社内にいらっしゃる担当者をWebコンサルタント並みに育てて、将来的に社内でWebの販促・プロモーション、制作や広告運用などが出来て、戦略立案、数値改善のスキルを付けてもらうプランです。

貴社のWeb担当者を期間を設けて習得させて
どのように育てるのか？
教育係の上司を付けるイメージです！



月1回のWebマーケティング&Web広告講座とは？



インターネットを活用する際、悩みのトップ3に入るのが

「集客・アクセスアップ」や「認知のための拡散や拡販」

Web集客の正しい概念と自分が選ぶべき集客方法を学ぶ必要があります。

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。

この講座は初めてWeb広告に関することなど一から順序良く学びたい方向けの、ネット初心者向けの講座

※その他講座コンテンツは多数！

弊社主催の勉強会&セミナーに参加された方々の声

<http://winningfield.net/sannkasya>

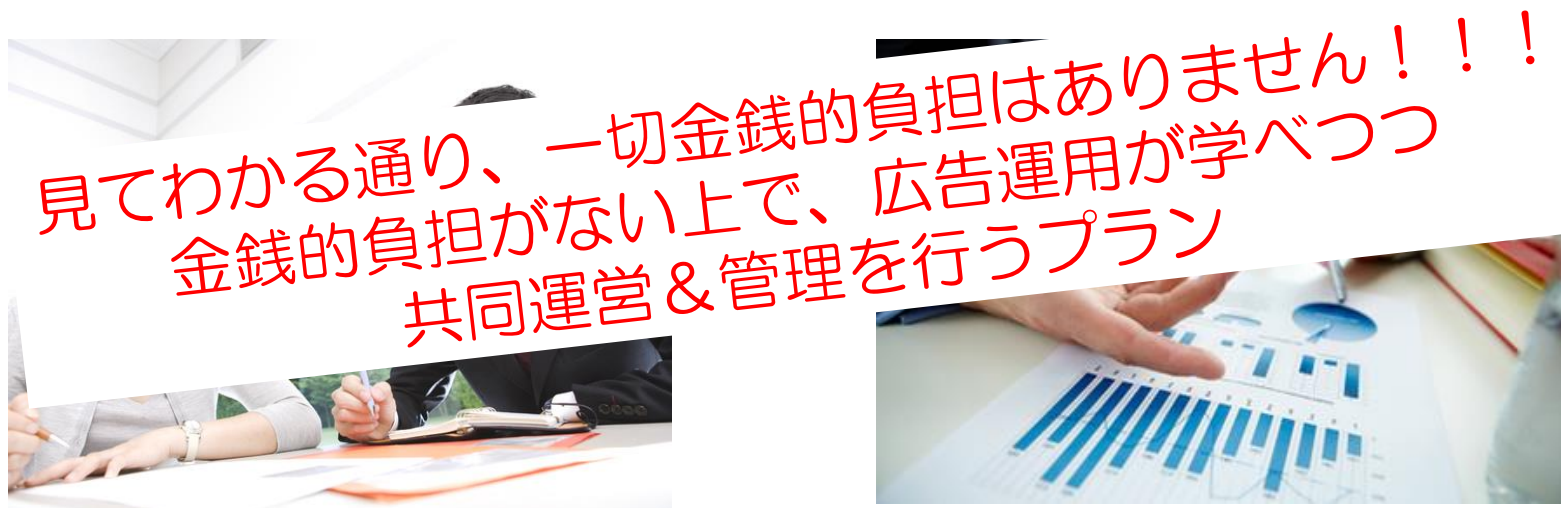
弊社主催の勉強会や講座を受けた方で実践し、収益をあげた成功事例

<http://winningfield.net/seikojirei>

基本的には企業の状況に合わせたオーダーメイド的な形で対応させて頂きます！

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。



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

他の講座のご案内

ご自身のビジネスやサービス、商品を拡販するためのFBアカウント構築、ターゲティング、広告文&画像選定など講義と実践ワーク型

- ・【初心者・これから向け】Facebook広告集客勉強会
- ・【実践・ワーク型】Facebook広告を効果的運用する超集客勉強会
- ・【初心者・これから向け】今すぐ顧客を刈取るリスティング広告勉強会
- ・【実践・ワーク型】2018年度版 Google 広告勉強会
- ・成約率の高いLP構築方法 × 爆発的に売上があがるWeb広告運用術
- ・【実践・ワーク型】ランディングページ（LP）構築・実践会
- ・【Web制作者・Webデザイナー向け】クライアントの為の広告運用術
- ・【店舗経営者向け】自分たちで行う簡単Web広告運用勉強会
- ・湘南・鎌倉でwebマーケティング&集客勉強会 vol.17 （毎月開催）



勉強会も開催しておりますので
興味がありましたら是非ご参加ください。