

基礎からわかる！
簡単解説する最新のWebマーケティング徹底講座
Webマーケティング基礎～集客～サイト解析～
売上アップまで オールインワンな
知識とスキルを身に着けましょう

Webマーケティング基礎～集客～サイト解析～売上アップまで
オールインワンな知識とスキルを身に着けましょう

基礎からわかる！
簡単解説する最新のWebマーケティング徹底講座
Webマーケティング基礎～集客～サイト解析～
売上アップまで オールインワンな
知識とスキルを身に着けましょう

を受けることによって得られること

- 自動的にWebから集客～販売～売上アップできるシステムの作り方が学べます
- まず何をすべきか？Web集客を始めるための準備が理解できます。
- Web上で集客を行うための最新でかつ、最低限の知識が身に付きます。
- 自社の立ち位置、競合の状態、見込み顧客がどこにいるのかの具現化されます。
- HP（コーポレートサイト）とLP（ランディングページ）の目的と概念がわかります。
- サイトの最適化と情報の発信方法ができるようになります。
- 新規、既存顧客へのアプローチ方法を見つけられます。
- Web広告やリスティング広告、SNS広告の正しい知識、始め方、運用の仕方がわかります。
- SEO施策やその他、SNSの情報発信の活用方法を理解できます。

1. . . . Webマーケティング基礎

- 自社でWebマーケティングを学ぶ必要性について
- 売上を上げるためのWeb施策

2. . . . LP構築、基礎編

- HPとLPについて
- それぞれのサイト解析方法について
- LP作成無料ツール
- LPに反映すべき情報のリサーチ方法
- LPの構築方法

3. . . . Web集客概要・基礎編

- オンライン&オフライン施策
- 集客のマトリクス
- 消費行動パターンにあった広告媒体選定
- 運用型広告における重要なマインドセット
- 各Web広告媒体の概要説明
- 適正な広告予算の算出方法
- パフォーマンスシュミレーション作成方法

4. . . . LP&サイト解析、修正改善方法

- 3つの無料LP最適化ツールを使いこなす
- ヒートマップの説明と解析方法等

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



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spartner    
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、予算割りの概念など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好評頂いております



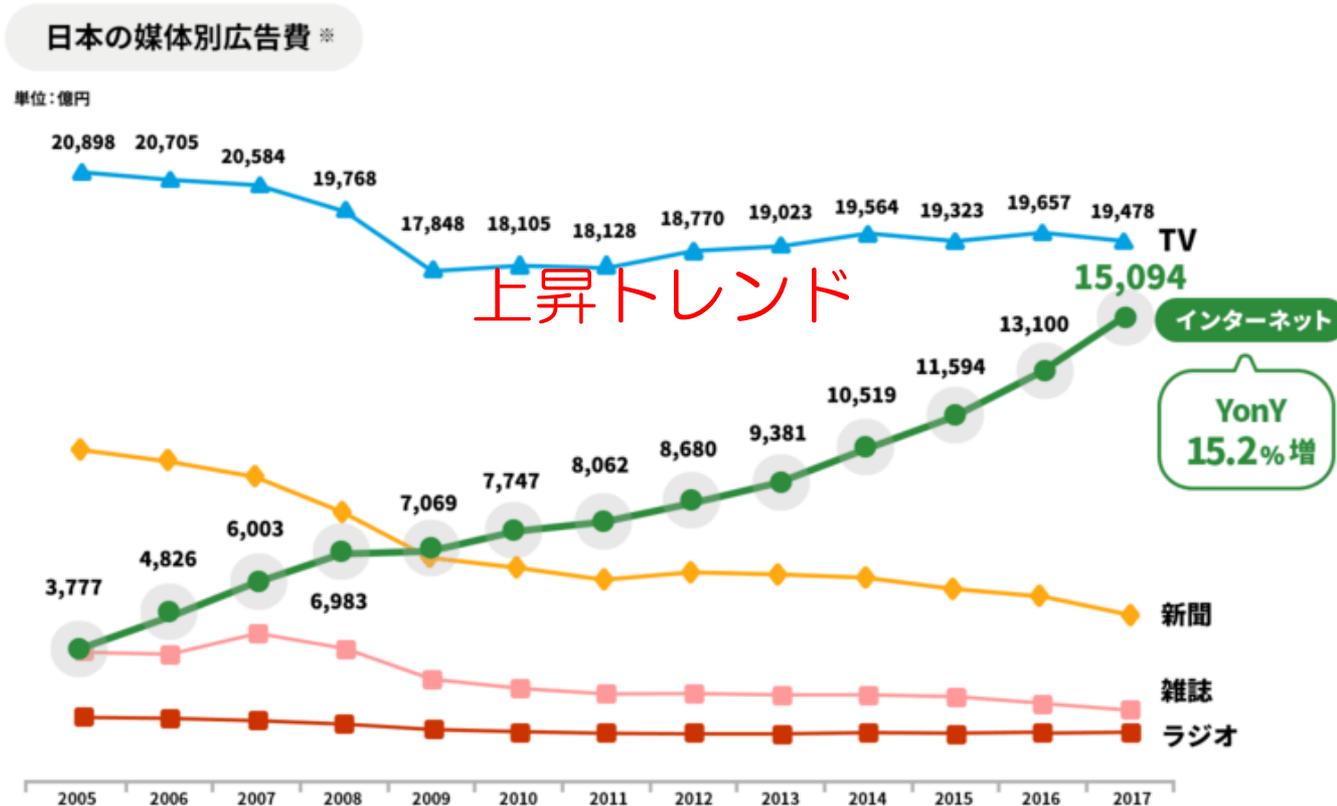


1. . . . Webマーケティング基礎

なぜ今、自社でWebマーケティングを学ぶべきなのか？

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：
※日本の媒体別広告費：(株)電通「日本の広告費2017」より
※インターネット広告費：広告制作費を含む

インターネット：
1兆5,000億円（昨年対比15.2%増）



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ば立場となり、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”
Web施策を身につける

自分たちに合った告知方法 Web施策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

外注費が抑えられるので、利益率がアップします

自分たちに合った告知方法 Web施策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 Web施策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

自分たちに合った告知方法 Web施策を身に着けるとどうなるか？



クライアントに納品して、はい、サヨナラの関係から
継続的に互いに成長していけるパートナーになれる

単なる業者からビジネスパートナーへ変化し、
イニシャルの売上が見込める関係に

得られる市場価値・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
4. 自分のビジネスに付加価値を付けることができる

つまり、**高い社会的価値を有する人間**という事。

いろいろな人と色々な事が出来る・・・



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
38.6 km · 1-23-16 cocoti cocoti
11:30開店



珈琲店トップ渋谷駅前店

3件のレビュー · コーヒーショップ・喫茶店...
独自の製法
38.2 km

DOUBLI

3.9 ★★★★★
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

アストラランブ
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。0:00まで営業

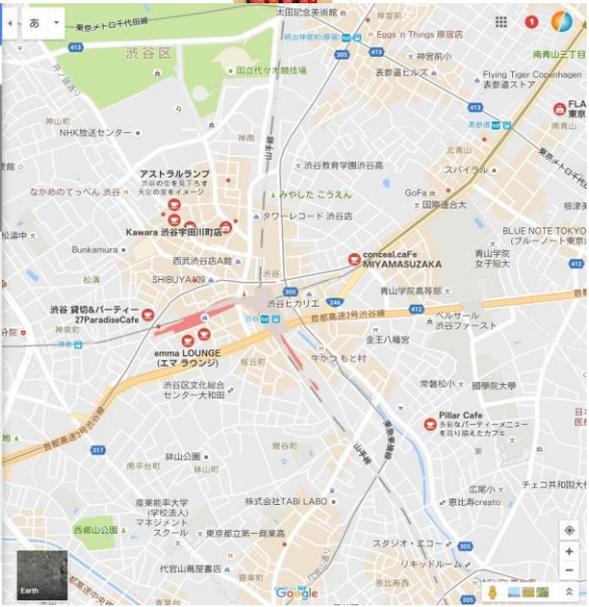
emma LOUNGE(エマラウンジ)
3.8 ★★★★★ (21)
カフェ喫茶 道玄坂1丁目
0:00まで営業

FLANNEL SOFA 東京ショールーム
ソファ専門店 南青山3-10-32F
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 ★★★★★ (0)
カフェ喫茶 宇田川町10F
豊富な飲み物・料理が話題に楽しめるデザイン。0:00まで営業

Pillar Cafe
1~20の結果結果を表示しています



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

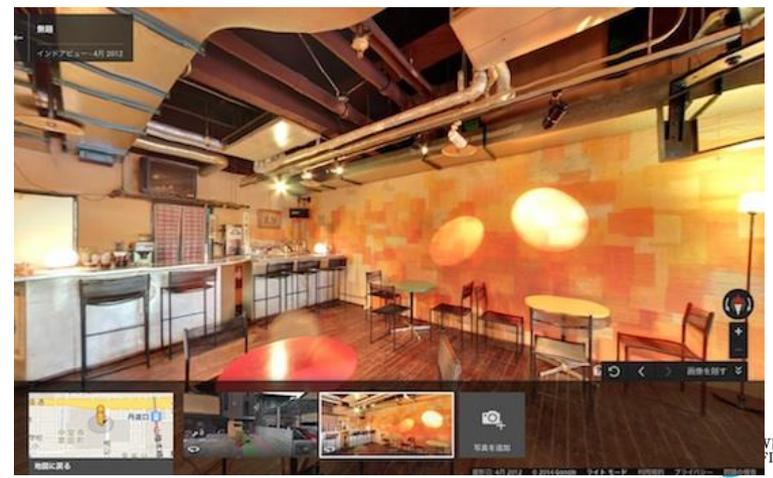
347cafe

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



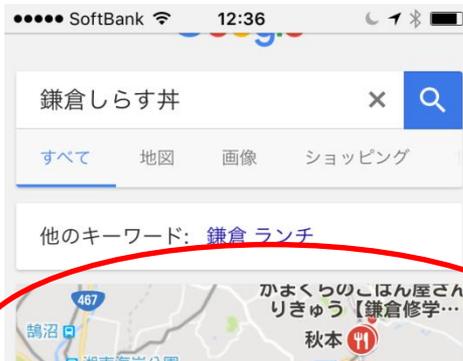
珈琲店トップ渋谷駅前店

3件のレビュー · 38.4 km
コーヒーショップ · 喫茶店 ...
独自の製法で焙煎したマイ...



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む。小上がり席有。

写真を追加

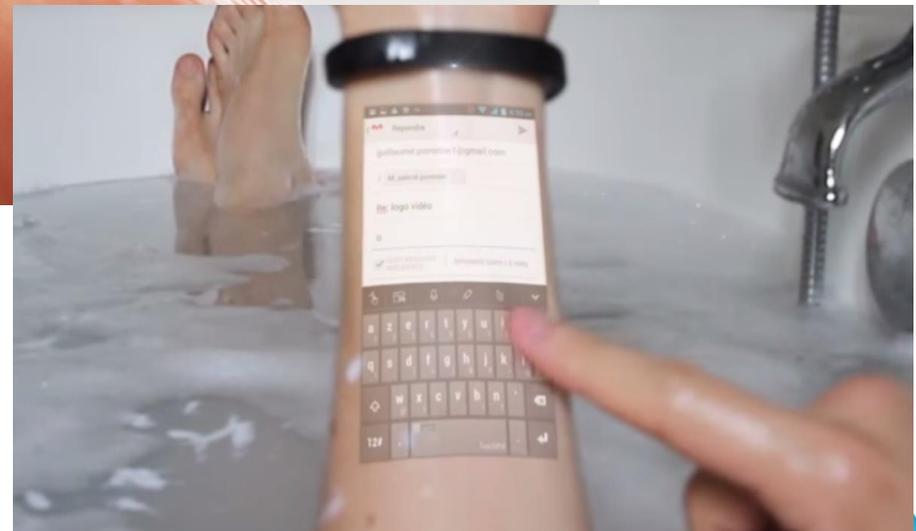
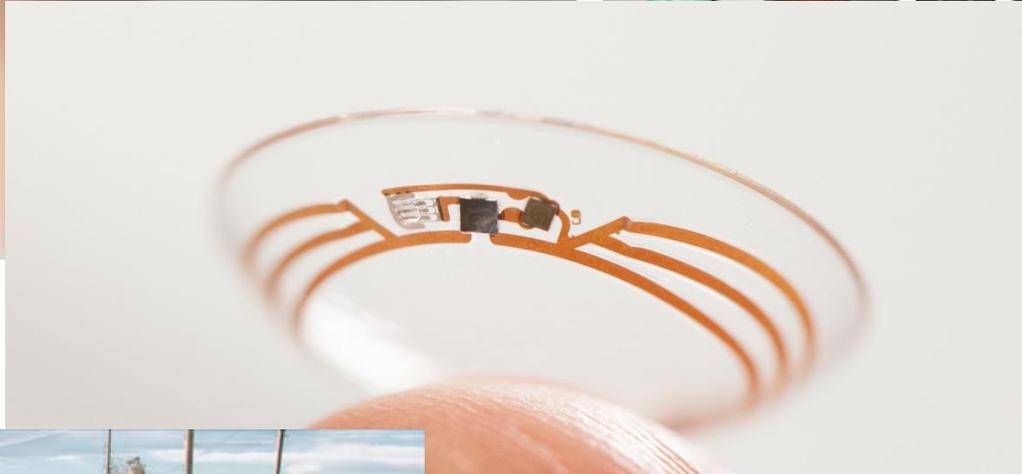
音声検索が増えている！



- 2020年までに、全検索の50%は音声に (comScore, 2017)
- 2020年に少なくとも検索の50%は音声と画像を通したものに (Andrew Ng, Baidu Chief Scientist, 2016)
- 83%の人が、音声検索でいつでも手軽に情報を探せるようになると思うと回答 (Google, 2017)



これからの未来



Google

グーグルショッピング広告（旧：商品リスト広告 PLA）

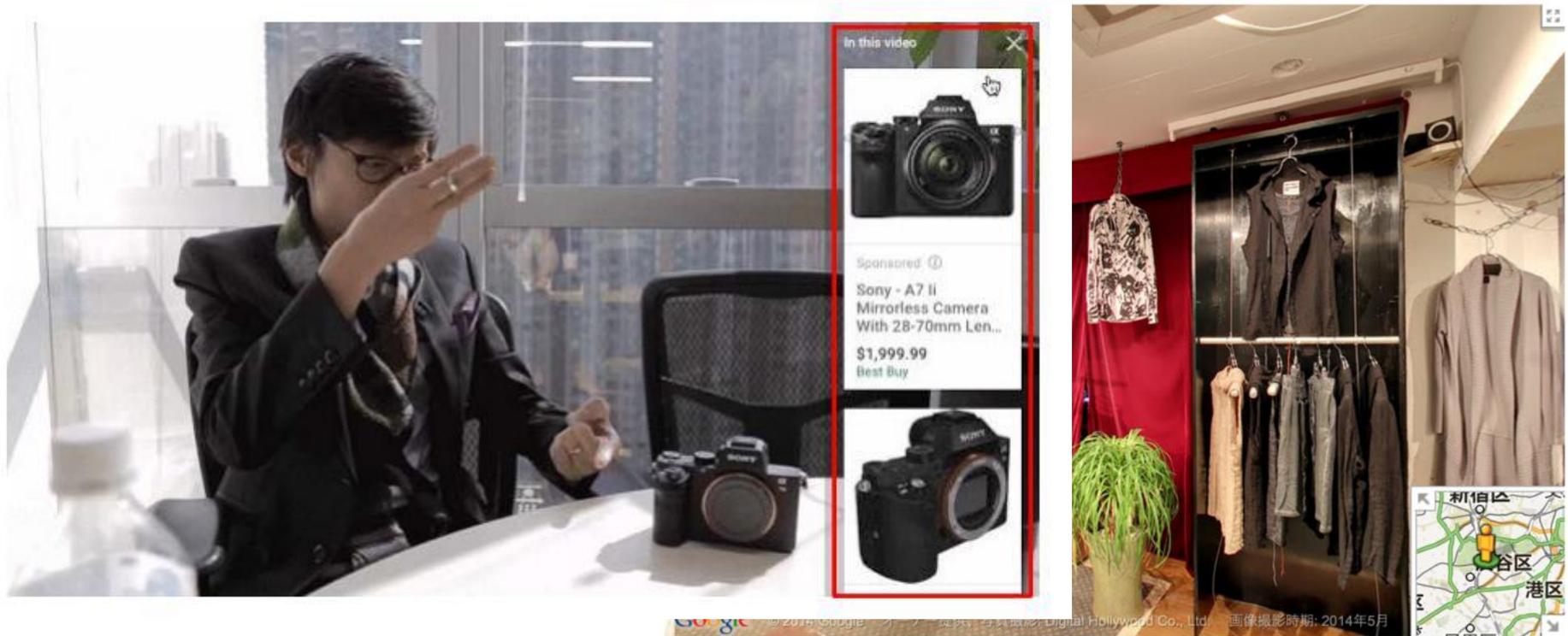
PRODUCT LISTING ADS
Googleショッピング連携
Googleショッピング・
AdWordsに標準対応

集客向上!



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

■ データフィードを使った広告



- 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
- データフィード（マーチャントセンター）との連携

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



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・・・

A man in a dark suit and blue tie is holding a white sign with the word "FUTURE" written on it in bold, black, capital letters. The background is a light blue gradient with various business-related icons and text elements. The word "FUTURE" is the central focus of the image.

FUTURE

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】

港区界隈では数十件。

【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

【商圈内の競合】
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 (休曜日は除く月～土)
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

2. Webマーケティングにおける実践的3C分析



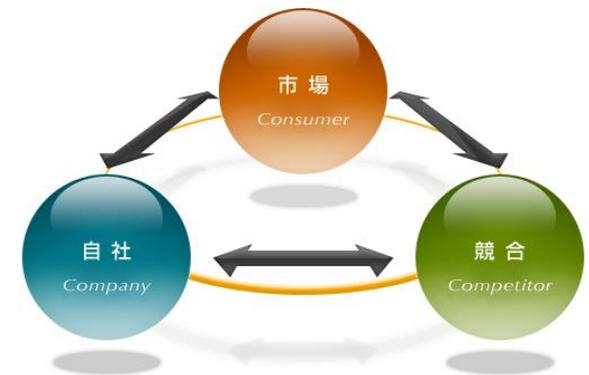
1. 3C分析

Company 自社

Competitor 競合

Customer 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）の研究

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、かっこ悪い、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アリ

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 **ライフスタイル** **193** コメント **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、いついつ後回しになっているコトはありますか？

オススメ **日用品** **179** コメント **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

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	アロマトラピーって何?	流行り		時間はかかる?				効果について
目的	成分	危険度						
			アロマトラピーって何?	時間はかかる?	効果について			
	相場の価格帯		相場の価格帯	アロマトラピーへの疑問	誰でもできる?			誰でもできる?
			どんな時にやるの?	アロマト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?			アロマト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

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	スライダールのキレ
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
切り口がたくさんできやすい

実際自社ビジネス
(もしくはクライアントのビジネス) に
対してのリサーチを行ってみましょう

(約30分)

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

HP (コーポレートサイト)



グーグルアナリティクス (GA)

LP (ランディングページ)



ヒートマップツール

HPは持っけていても
LPはもってない、、、
またはこれから作ろうと思っけている場合

ペライチ

を使って簡易的に作成

あっ！と驚くほど早く簡単
誰でもホームページ作成を！

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

動画を見る

ページを作ってみる

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

<https://peraichi.com/>

Strikingly (ストライキングリー)

を使って簡易的に作成

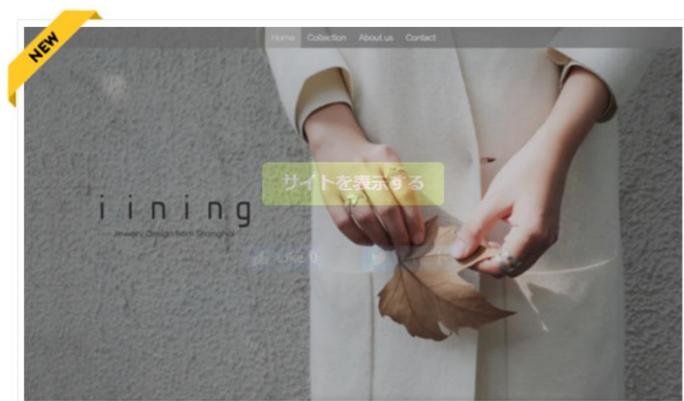


<https://www.strikingly.com/>

多くの人々が、新たな可能性を手にしています。

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

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



JEWELRY DESIGN FROM SHANGHAI-IINING

📱 www.iining.cn 📍 Shanghai, China



WERENOVATENEWYORK

📱 werenovateny.com 📍 New York, USA



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

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. クローリング
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、確実にクローリングする場所。
「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

実際ペライチまたは
他の無料LP制作ツールを使って
リサーチした内容を元に
作成してみましよう

(約30分)



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

2. . . . Web集客概要・基礎編

正しいWeb集客概念を理解する

集客には大きくわけて2種類



Web等の
オンライン集客施策



リアル店舗の
オフライン集客施策

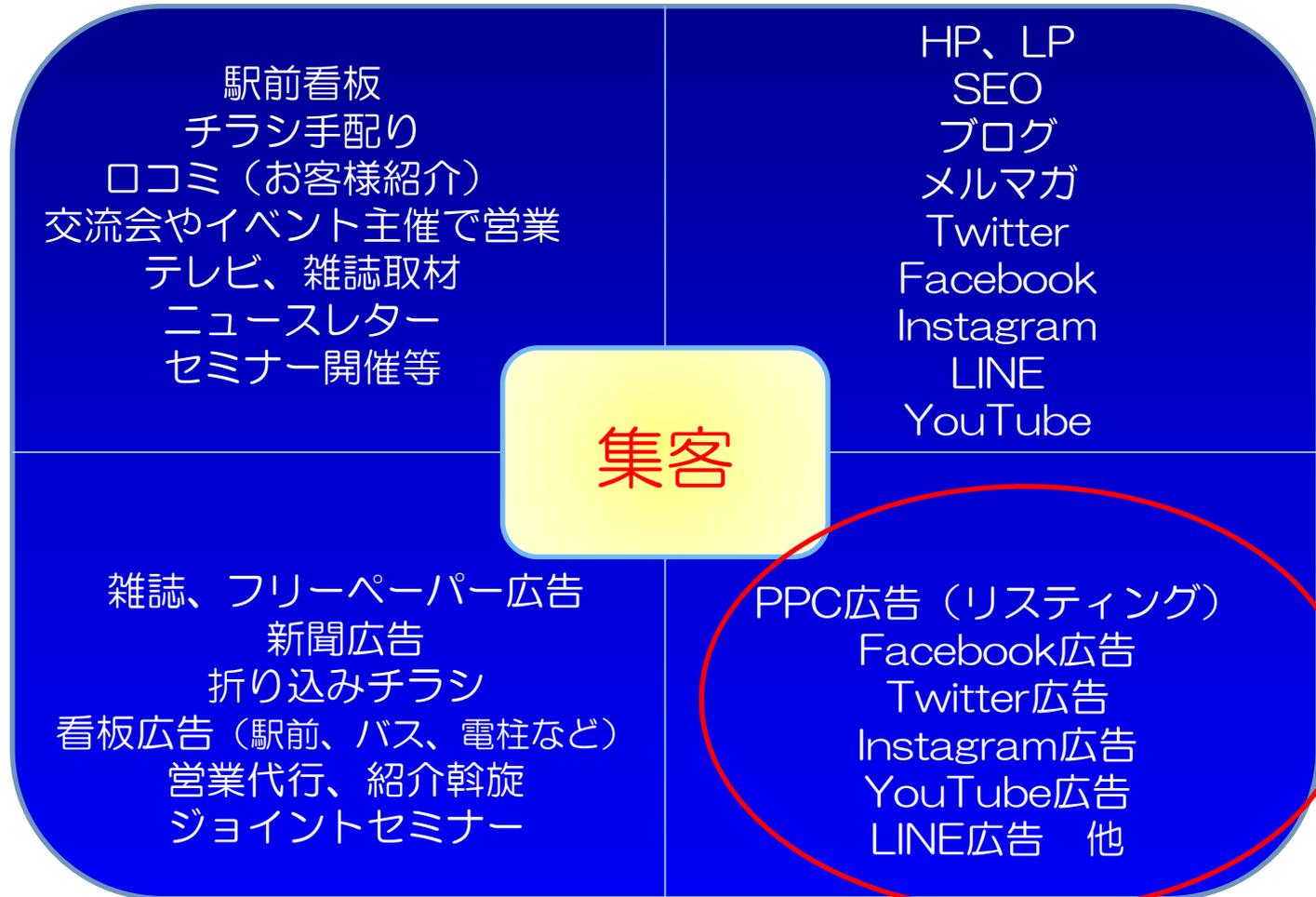
どちらか単体で行わず、連動し合って
戦略をもって集客できるようにしていく

時間・労力

無料

オフライン

オンライン



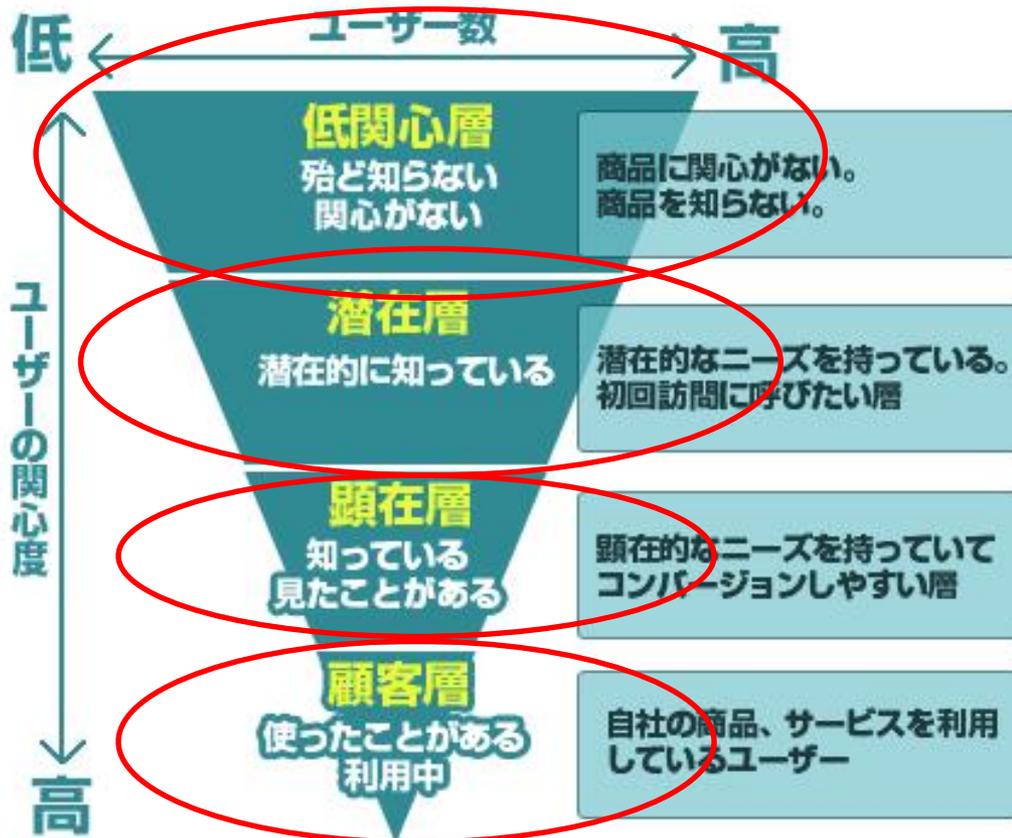
集客

有料

即効性

消費者分類と、広告出稿目的

なんのためにWEB広告を行うのか？ といった状態の誰を
ターゲティングしていくのか？



純広告（バナー広告）や
インプレッション課金型広告、
動画広告など

コンテンツ連動型広告
→ディスプレイアドネットワーク（YDN、GDN）
アフィリエイト広告、フェイスブック広告、
ツイッター広告などのSNS広告

検索連動型広告
→リスティング広告
（ヤフースポンサードサーチ、google serch）、
リマーケティング広告

リマーケティング広告
メール広告（メールマガジン）、
LINE@など

広告に対する重要なマインドセット

答えは市場に聞く

The Action is The Answer.



マーケティング最大の敵は自意識である

最もクリックされる写真はどれでしょう？



反応の良い【タイトル】はどちらでしょう？

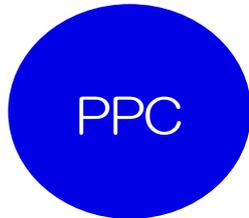
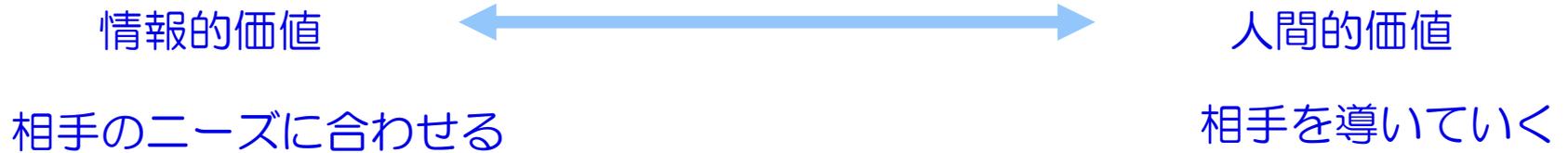
1. 好きなだけ食べても痩せるダイエット方法が解明された
2. 注意！！73%の人が知らずにやっている太る食べ方

WEB広告には大きくわけて2つ種類がある

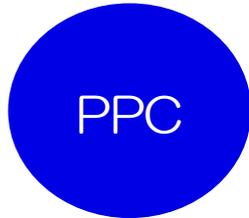
反響型広告

運用型広告

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

コンバージョンした
キーワードと広告文を
LPに反映させる
LPの最適化を繰り返して
より高い成約率を狙う

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

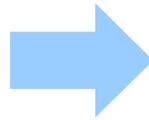
メリット：
資金がかからない、拡散されれば
沢山のリーチとアクセスが生まれる

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！！



▲この精読率と成約率を
高めるため！！

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、、、

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！！

お隣の方（またはグループ）と自社ビジネスにおいて
今、Webで何をやるべきか？

また、ここまでのお話のポイントを
簡単に話し合い、共有してください。
（約10分）



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

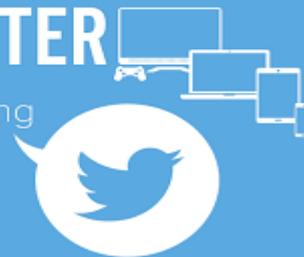
facebook



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！！

オーデイエンスデータとは？



簡単に言うと見込リストのこと

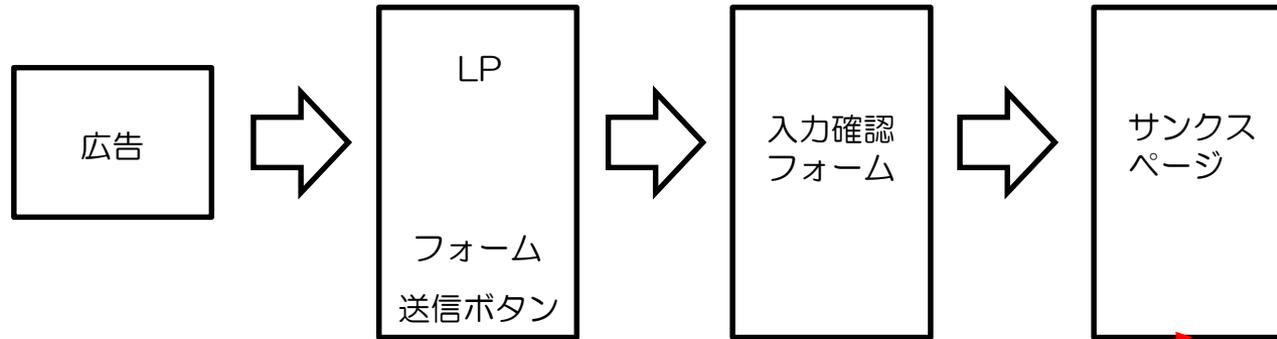
自社の商品、サービスを購入・受けているなど既存顧客のリストをFBにアップロードすることでその顧客に広告を配信することができる。

→ カスタムオーデイエンス

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

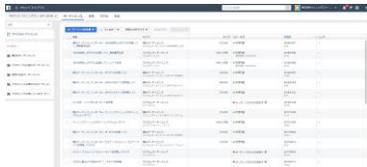
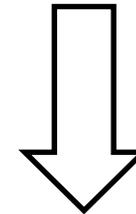
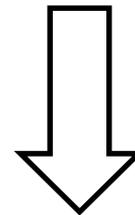
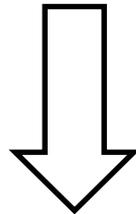
例：自社商品の購入者リストの類似リスト、自社サイトに訪れたことのあるユーザーの類似リストなど

→ 類似オーデイエンス



▲FBピクセル

▲サイトに埋め込む



▲オーディエンス管理画面



▲LPページ到達した
オーディエンス



▲入力確認フォーム
に到達した
オーディエンス



▲サンクスページ
に到達した
オーディエンス

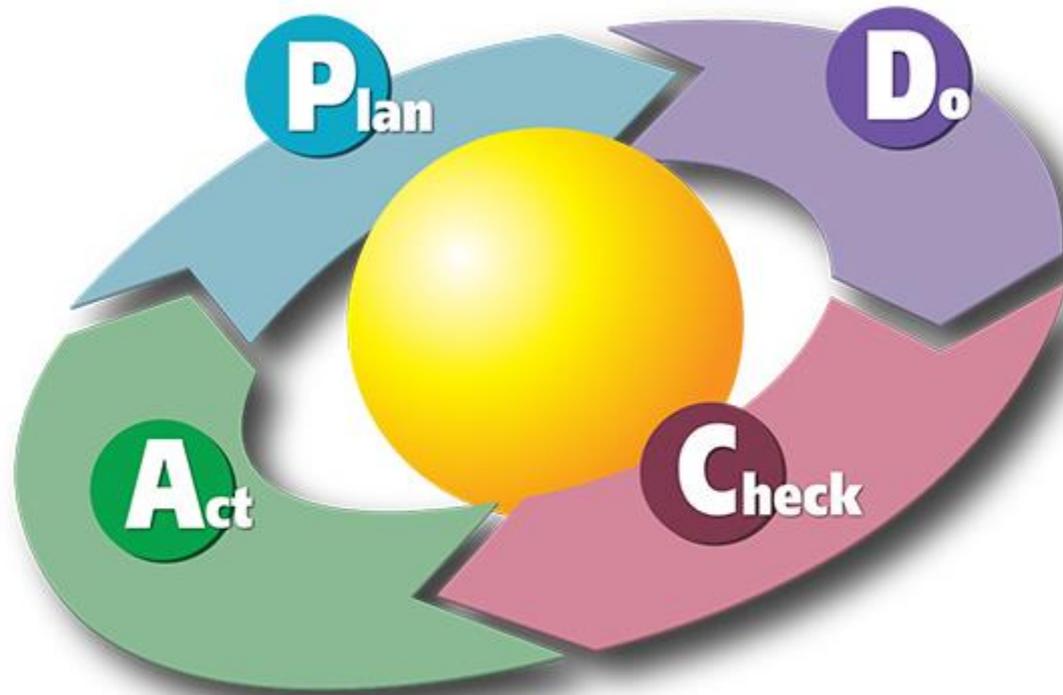
上記それぞれのオーディエンスに広告も配信できるし、これらのオーディエンスの類似オーディエンスも生成できる！

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日かのぞましい
※遅くとも3~4日

SNS広告またはディスプレイ広告 におけるクリエイティブ

Facebook広告文の構成

① 株式会社ウィニングフィールド
広告(デモ)

Webの広告が凄いのではなく、かけた広告費が多いからではなく、重要なのは【自分の見込顧客はどこにいるのか?】それを理解していないと確実に【時間】と【お金】と【労力】を失います。

②

③

④

⑤ 詳しくはこちら

PERAICHI.COM

いいね! コメントする シェアする

①Facebookページ名 リンクしているページの名前

②広告文(90文字以内)

③タイトル(25文字以内)

④リンクの説明(30文字以内)

⑤コールトゥアクション

下記のようなボタンを設定が可能

- 詳しくはこちら
- 購入する
- ダウンロード
- 登録する
- お問い合わせ

Facebook広告文の構成

Facebook広告はネイティブ系の広告文を考える必要があります！

「ネイティブ広告とは」

ネイティブ広告とは広告掲載面に広告を自然に溶け込ませることで、ユーザーにコンテンツの一部として見てもらうことを目的とした広告です。

FacebookやInstagramやTwitter広告などのSNS広告は基本的にネイティブ系の広告になります。

また、身近な媒体だとYahooのTOP（モバイル版）等もネイティブ広告になります。

Facebook広告＝広告にみえない広告の作成

広告文の基本的な6パターン

- 潜在ニーズへの訴求

↳潜在的なニーズを気づかせるフレーズ ⇒その臭いやバイかも、、、

- 限定の訴求

↳「今だけ」「〇〇キャンペーン」などの訴求 ⇒本日限りの限定販売

- ターゲットへの訴求

↳「自分のこと」だと思ってもらえる広告 ⇒30歳から始める肌ケア

- 感情への訴求

↳感情が伝わる広告文 ⇒ちくしょう転職だ

- 未来への訴求（ポジティブフレーム）

↳サービスを使った結果を伝える ⇒たった2ヶ月で-10kg達成！

- ユーザーを煽る訴求（ネガティブフレーム）

↳「ヤバイ」と思わせる広告 ⇒まだ、〇〇やってないの？

基本以外のパターン

証言風の広告文

↳私がTOEICで800点を取った勉強方法とは

読み手を試す広告文

↳あなたは1分いないにこの問題が解けますか？

相手に語り掛ける広告文

↳あなたらしい住まいを一緒に探します！

質問形式の広告文

↳安全な資産運用をご存知ですか？

ベネフィットを数字で伝える

↳1日5分の運動で-5kg達成！

「広告文作成の4つのポイントを意識して作成を行うことが大事です」

自社のサービスや商品の広告文を
実際作成、設定してみよう

(約30分)

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

容量制限なし!

従来機種よりさらに速く!
下り最大
350Mbps

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!

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？

カンタン、おうちのWi-Fi! SoftBank Air!

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



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 広告セット 選択済み1件 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

<input type="checkbox"/>	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...
<input type="checkbox"/>	08 [画像] 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
<input type="checkbox"/>	08 [画像]	● 未配信 キャンペー	1 facebook ...	1,022	1,434	¥1,430 /facebook ...	¥1,430	7	35	¥41	2.44%	1
<input type="checkbox"/>	02 [画像]	● 未配信 キャンペー	— facebook ...	693	888	— /facebook ...	¥859	7	23	¥37	2.59%	—
<input type="checkbox"/>	02 [画像]	● オフ	1 facebook ...	476	553	¥647 /facebook ...	¥647	5	8	¥81	1.45%	1
<input type="checkbox"/>	08 [画像]	● オフ	— facebook ...	349	432	— /facebook ...	¥466	—	5	¥93	1.16%	—
<input type="checkbox"/>	08 [画像]	● 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

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

広告を検閲... 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 the logo, a horizontal menu lists categories: Web Themes & Templates, Code, Video (highlighted), Audio, Graphics, Photos, and 3D Files. A secondary menu below lists sub-categories: All Items, After Effects, Premiere Pro (marked as NEW), Apple Motion, Motion Graphics, Stock Footage, Cinema 4D, Add Ons, and More. A 'videohive' logo is visible in the top right corner.

The main content area features a large orange banner with 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 containing the text "e.g. photo slideshow" and a magnifying glass icon.

Below the search bar, a section titled "Discover the Featured video effects of the week" is displayed. It includes a sub-headline: "This week's best video project files and stock footage clips have arrived! Our Quality team always hand-pick the best items. Discover what's making our heads turn." Below the text is a row of ten featured item thumbnails: "URBAN BEAT", a burger, a kitchen scene, a "BUNDLE v1.0" badge, a "WEBSITE PRESENTATION v1.2" badge, "the v Design Podcast Stream", "DIGITAL BUSINESS", a glowing particle effect, a 3D hand holding a tablet, and "AD CITY MOCKUP OWN A CITY".

At the bottom of this section is a green button labeled "View More Featured Items".

Envato market (エンバトマーケット)

 **株式会社ウィングフィールド**
広告(デモ) · 🌐

ウェブ広告（グーグル、フェイスブック）をうまく使えば、半自動的に毎月大きな集客が見込めます。思った以上に簡単に、明日から使えるノウハウを知りたくないですか？



PERAICHI.COM
事業者の為の最強ウェブ広告運用術、機械学習（AI）の活用と自動化の流れ

 いいね!  コメント  シェアする 

 **株式会社ウィングフィールド**
広告(デモ) · 🌐

ウェブ広告（グーグル、フェイスブック）をうまく使えば、半自動的に毎月大きな集客が見込めます。思った以上に簡単に、明日から使えるノウハウを知りたくないですか？



PERAICHI.COM
事業者の為の最強ウェブ広告運用術、機械学習（AI）の活用と自動化の流れ [詳しくはこちら](#)

再生80回

 いいね!  コメント  シェアする 

テンプレートを使用した動画クリエイティブ

CÂRTE POSTALE

Écrire dans la case - Adresser à l'adresse



Plas de nouvelles
de l'examen oral.
numéro 417
de ne pas
me vaud plus au co
- vos aimables
mes toutes mes
d'adresses

Monsieur
33^e Régiment d'Inf
10^e Compagnie
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.zakka-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

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

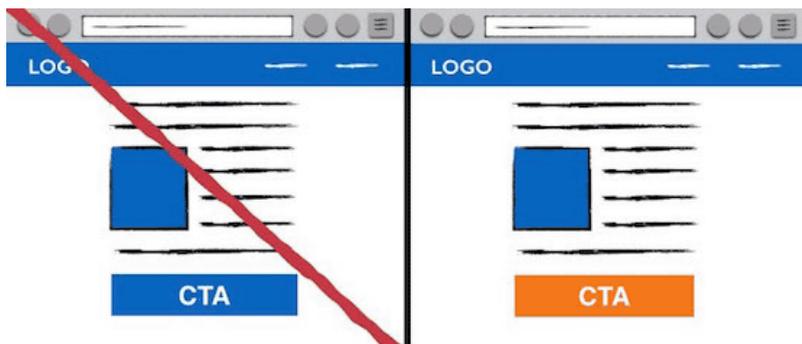
irep Mercedes-Benz Microsoft ADWAYS HUAWEI

作成したペライチに
ヒートマップタグを設定してみよう

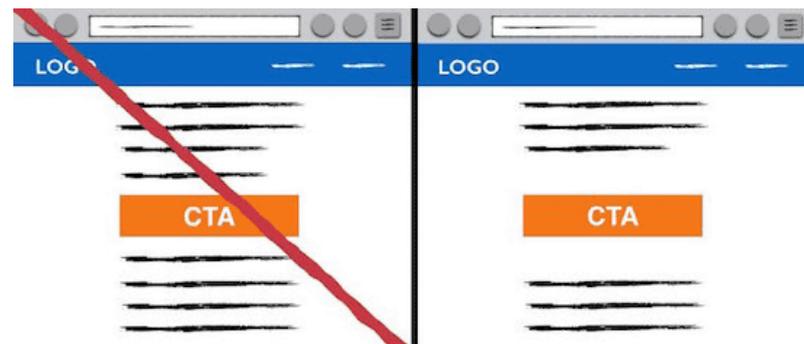
(約30分)

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



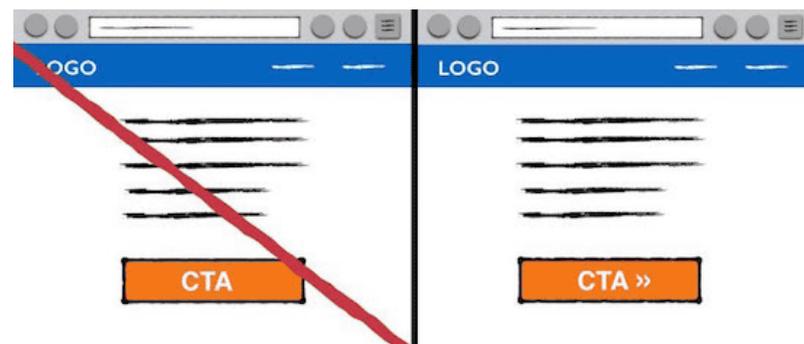
◆ 余白を増やす



◆ 太枠・斜角・影を使う

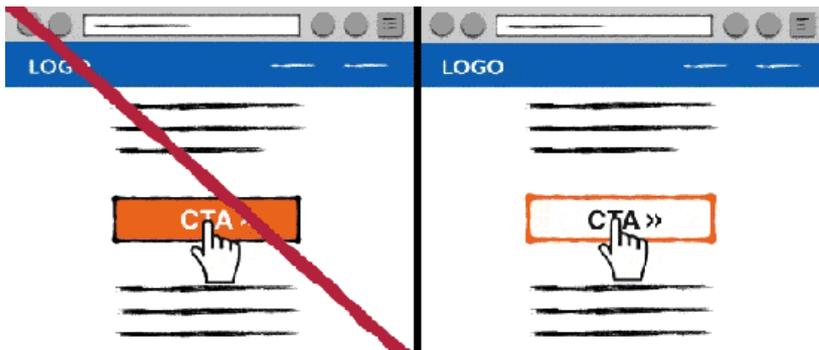


◆ 矢印を入れる

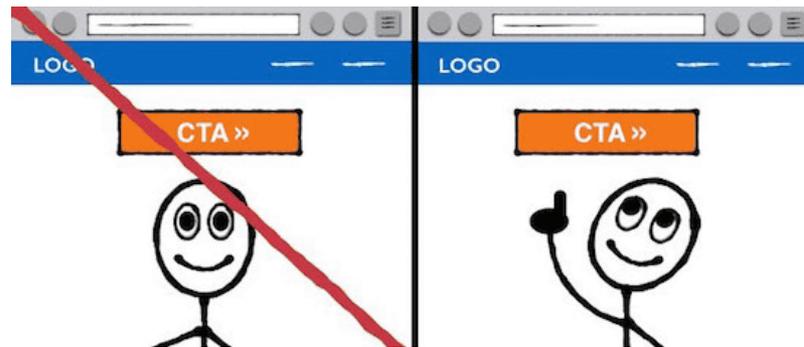


その他のLPOポイント

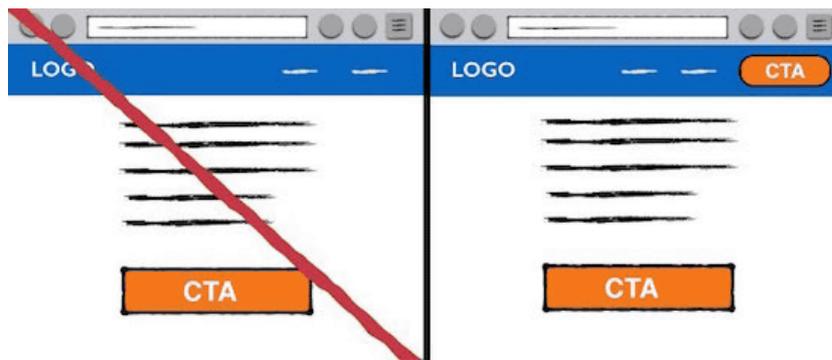
◆マウスオーバー時に変化をみせる



◆ボタンを見つめる

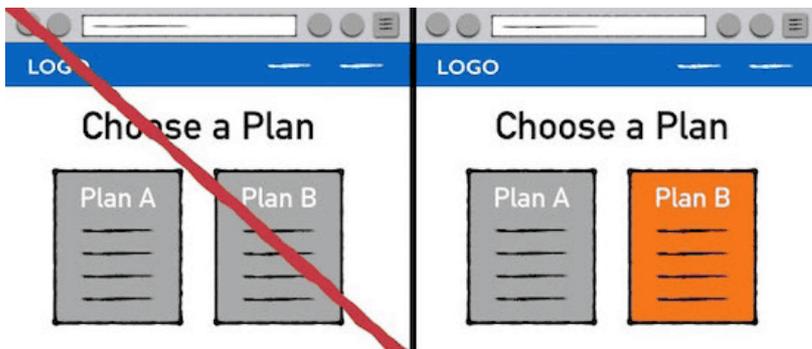


◆ボタンを複数設置

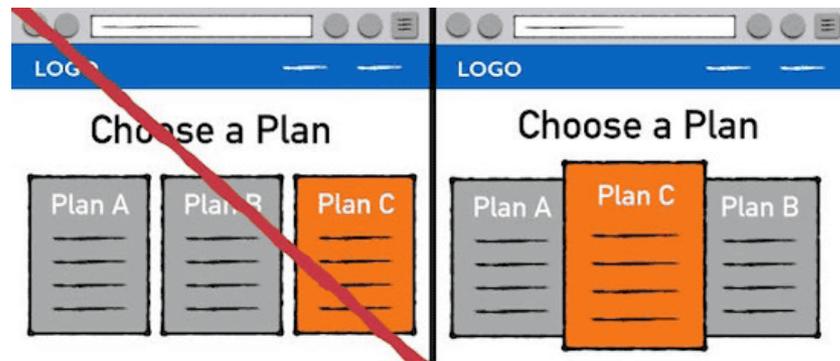


その他のLPOポイント

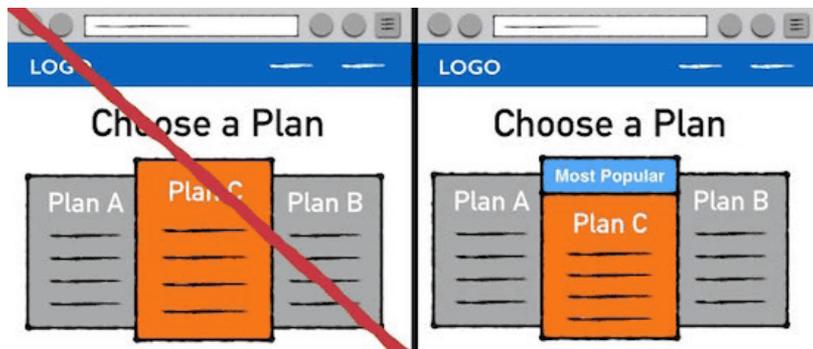
◆コントラストを強調



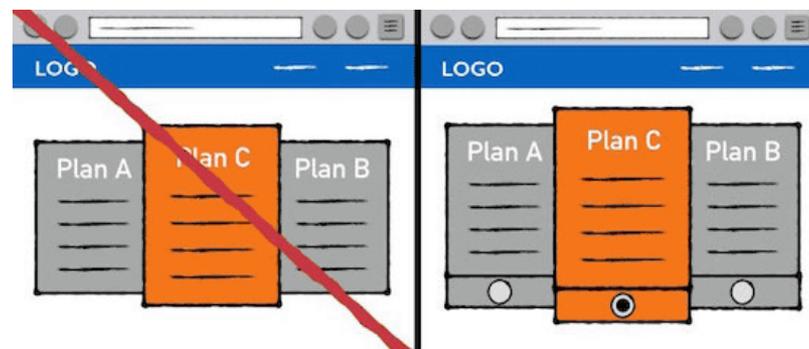
◆選んでもらいたいプランは真ん中に



◆選んでもらいたいプランを「一番人気」にする



◆デフォルトオプションを作る

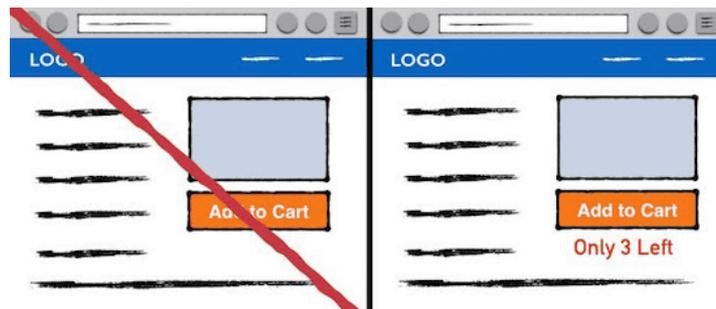


その他のLPOポイント

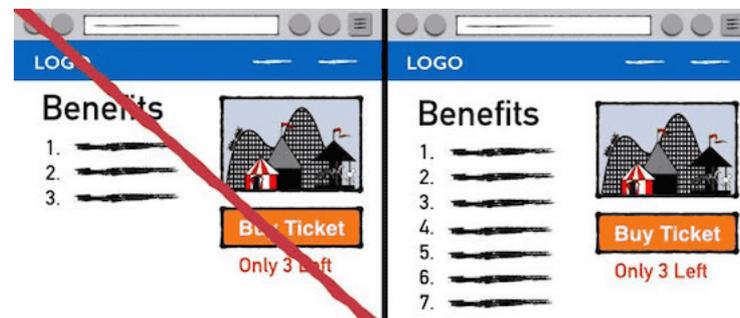
◆精神的相互作用を持たせる



◆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！！

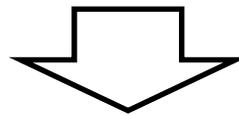


いつの時代も、ユーザー（見込顧客）の立場に立った視点でサイトに対して頂く気持ちや不安点を書き出してみる必要がある

。

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

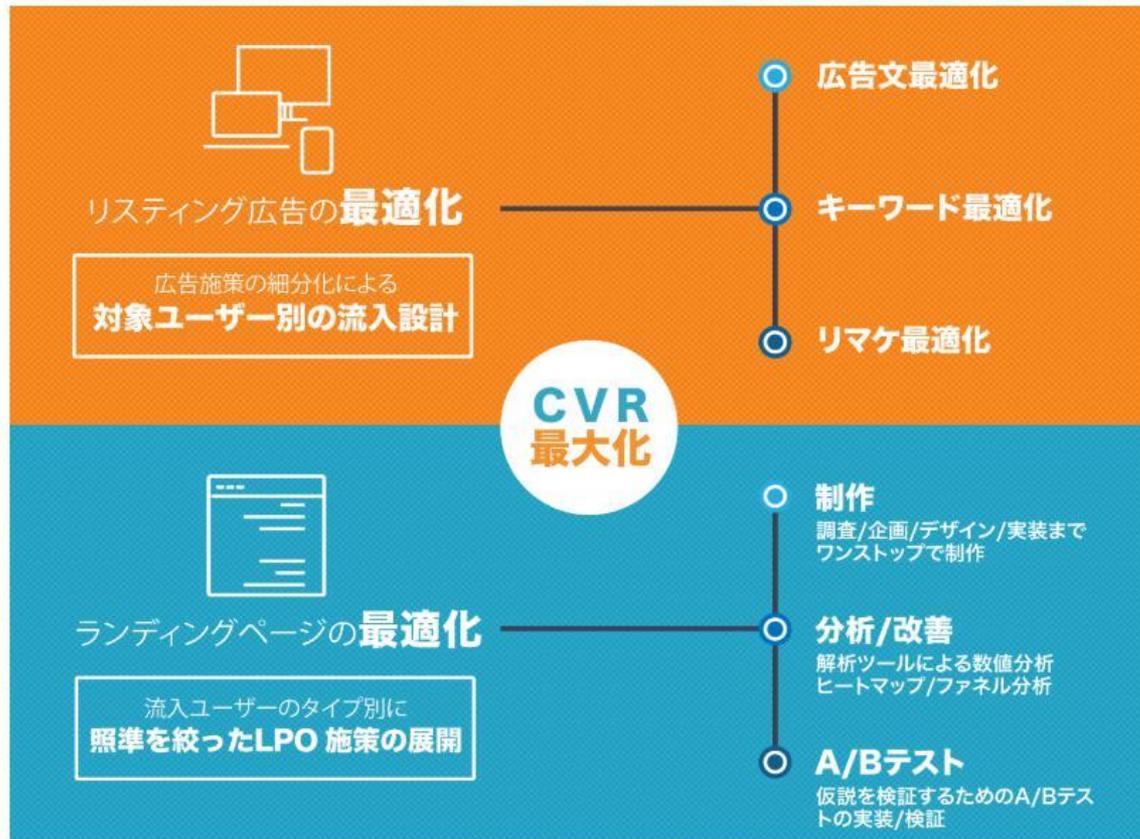


“『価格・スピード・質・サポート』”の4項目において他社のどこにも負けないと自負しております。特に徹底的なマーケティングリサーチにおいてはお客様のビジネスにおいて複数の切り口の選定とニーズ&ウォンツの深掘りを行い、LPへのコンテンツ反映とWeb広告の運用効果で高い満足度を維持しています。

◆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x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、週ごとのレポートを見ながら、**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頂いております。

※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頂いております。

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。

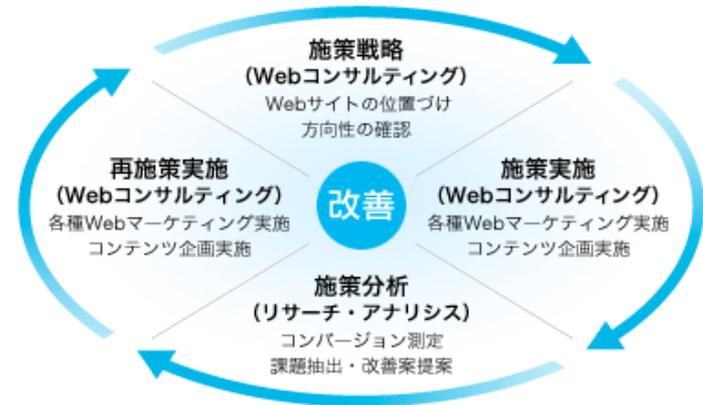
※50万円以上のお客様は20%の料金内で全ての広告配信が管理可能。

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広告に関する事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！