

フェイスブック・インスタグラム 広告セミナー 基礎・設置・実践編



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？

FACEBOOK ADVERTISING

前半 知識提供型のセミナー編

- 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広告オーディエンスデータについて
- 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

後半 実践&ワーク編

- ビジネスマネージャーのアカウント作成
- ピクセル生成および設置方法
- カスタムコンバージョン設定
- オーディエンス設定
- 目的に合わせたキャンペーン作成
- ターゲティングやセグメント設定
- 反応率の高い広告文作成ワーク
- その他運用メンテナンスやPDCAサイクル等

弊社は【勝てるフィールド】を探しながら
【オールインワンセット】Webマーケティングをご提供致します



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ズパートナー
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！！



対象クライアントは様々な業種、業態。

中小企業、店舗、物販・通販事業、士業、先生業、個人事業主等





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

セミナー開催実績 : 2015年8月～現在まで
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



【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？ といった状態の誰をターゲティングしていくのか？

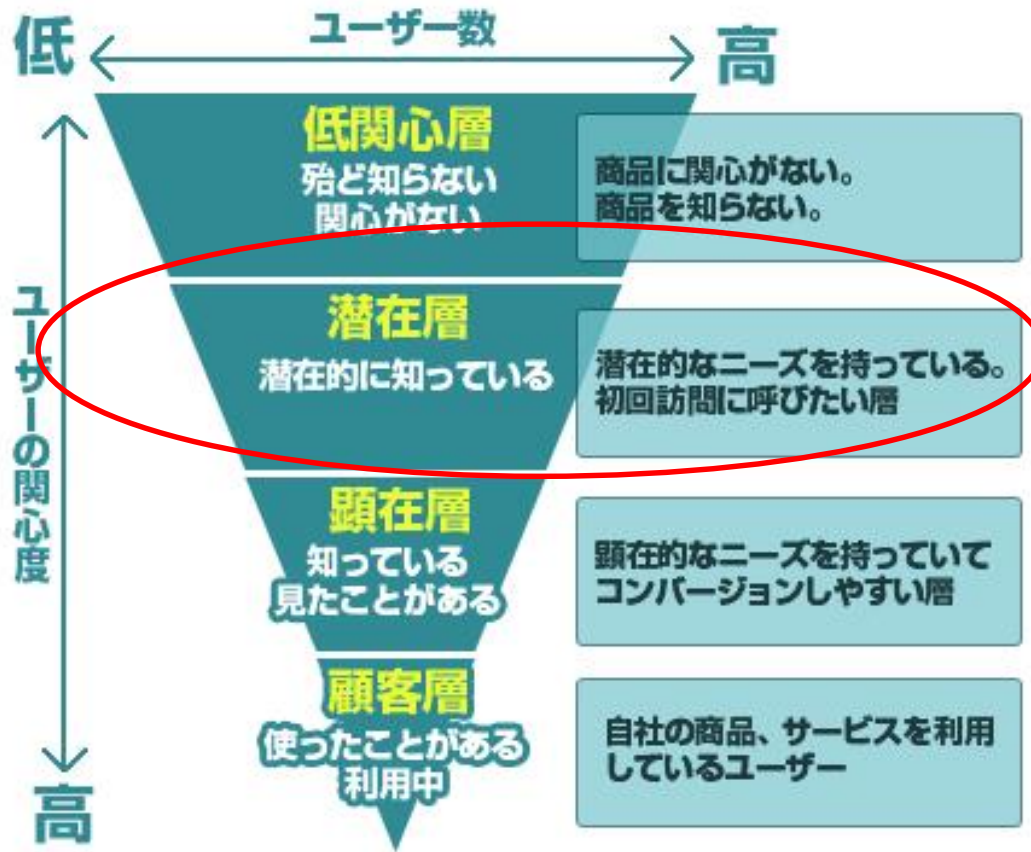


純広告（バナー広告）や
インプレッション課金型広告、
動画広告など

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、
他アドネットワーク等

検索連動型広告
→リスティング広告（YSS、G-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



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

FB広告（インスタグラム広告） 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、、、

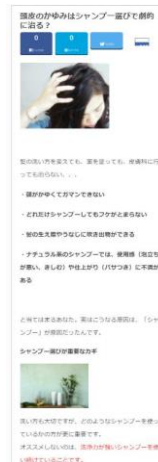
自社の既存の顧客リストから類似した顧客リストを生成することもできる！！

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



FB広告でリード（見込顧客）やリストを 獲得していきたい

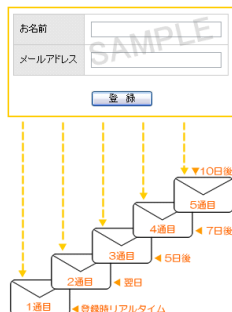
FB広告出稿



リード獲得系LP
(ホワイトペーパーDLなど)



顧客教育型MAツールまたは
ステップメール構築または追客架電



セミナー開催または
営業、オファー&クロージング



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

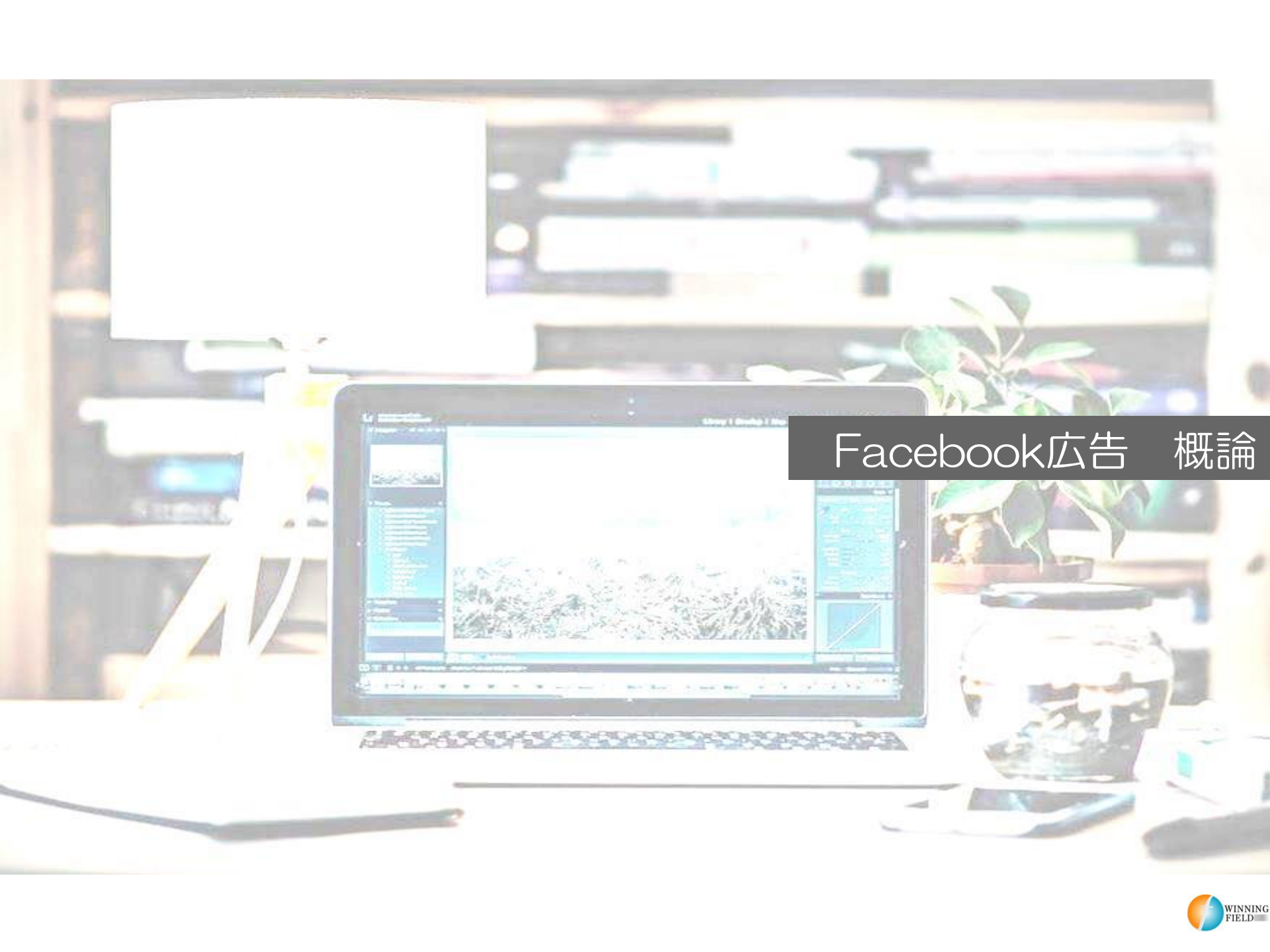


母数の少ない【今すぐ客】にアプローチして
いるのではなく、圧倒的母数の多い
【潜在客】に対してアプローチしているため、
ニーズ&ウォンツを高める必要がある



潜在層

顕在層



Facebook廣告 概論

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）

23億7500万人

月間モバイルアクティブユーザー

15億6200万人

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）

2,600万人

毎日利用しているユーザー

56.1%

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 2018年度

Facebookの年齢別ユーザー数 男女別（国内）



Instagram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）

10億人

日間モバイルアクティブユーザー

4億人以上

日本

月間アクティブユーザー（全体）

3,300万人

毎日利用しているユーザー

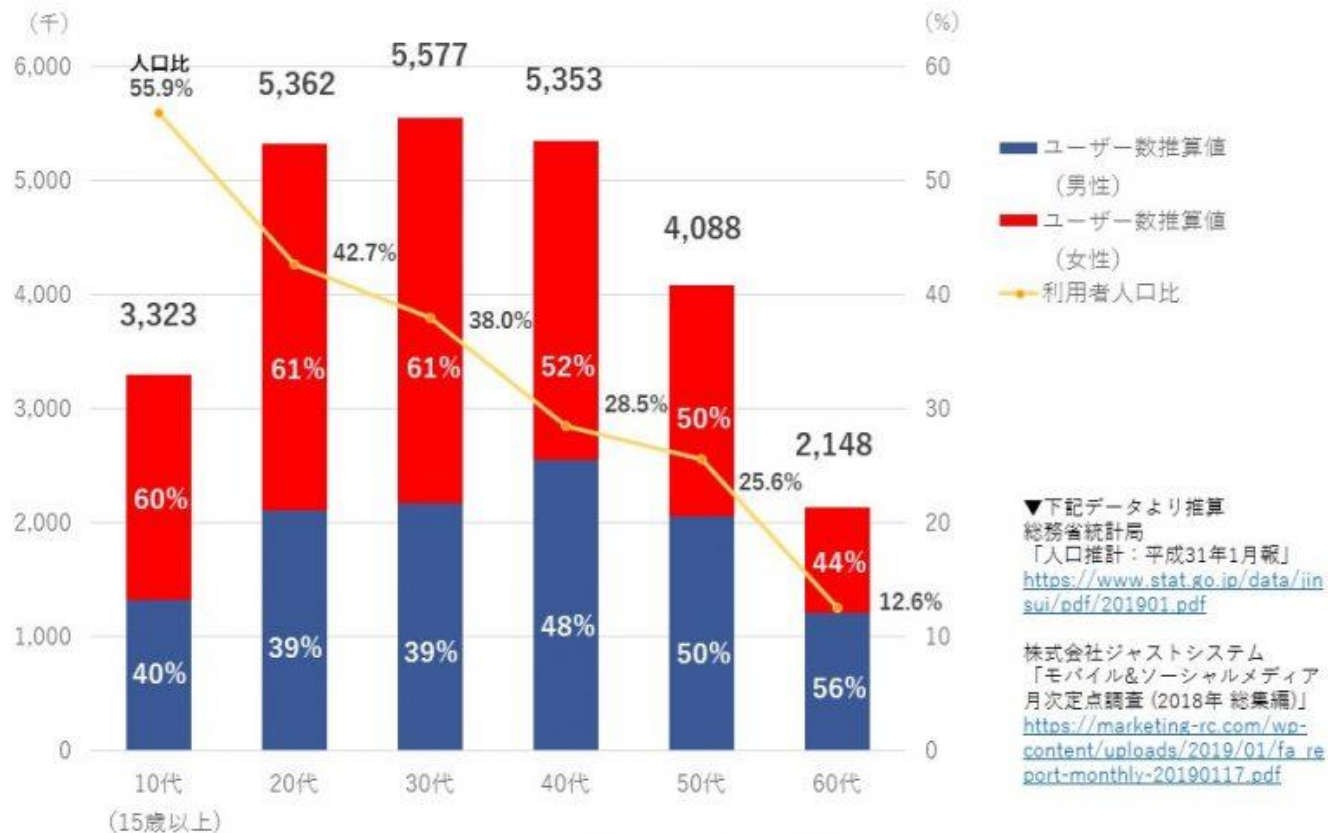
84.7%

月間アクティブユーザー
Facebook Inc. 2019 Q1 データ参照



Instagramのアクティブユーザー数 2018年度

Instagramの年齢別ユーザー数 男女別（国内）



利用シーンと接触頻度



◆フェイスブック広告

PC（デスクトップ）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

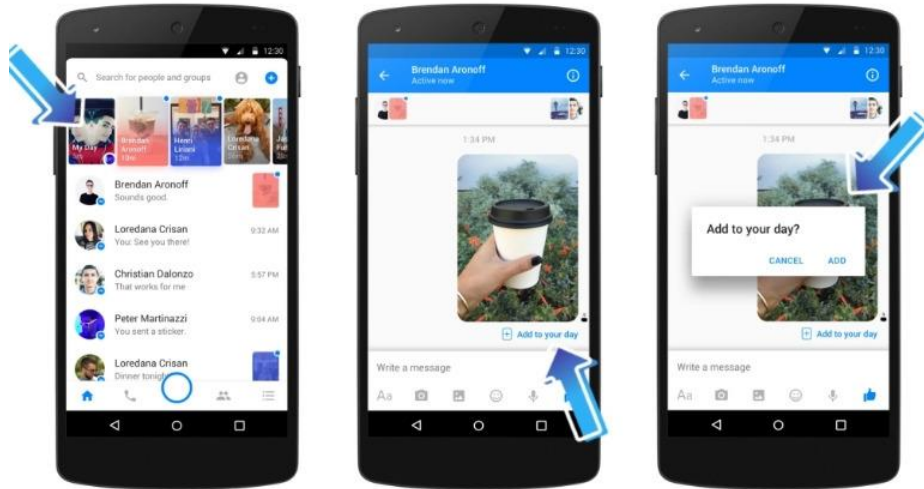


フェイスブックのスマホサイトでは
タイムライン上（ニュースフィード）
のみに表示されます。

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。

Storie（ストーリー）での広告の表示のされ方



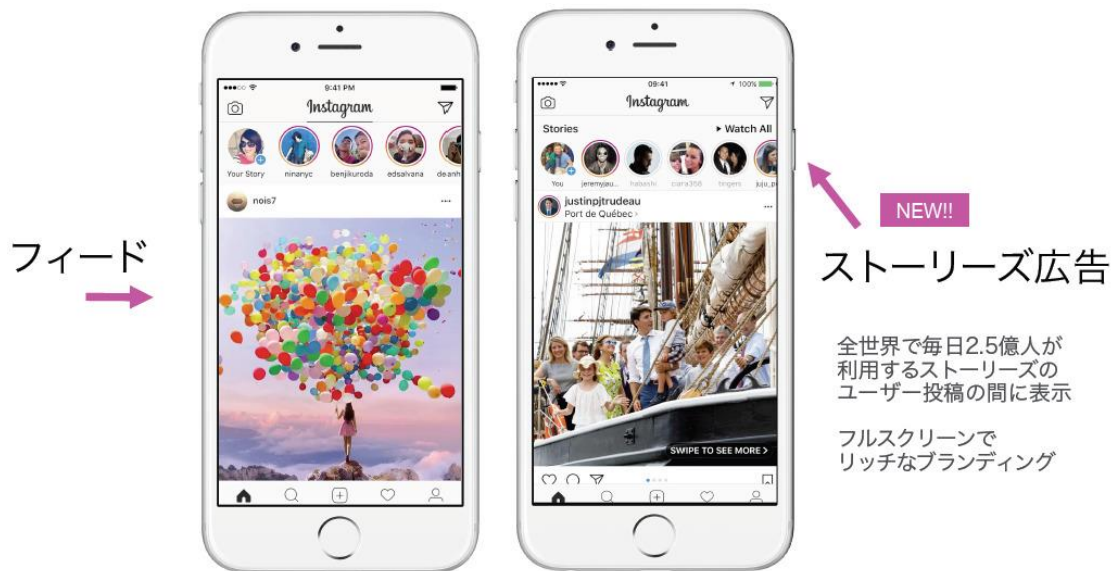
• ストーリー

広告はFacebookのストーリーに表示されます。Facebookストーリーは短い動画や写真を気軽にシェアでき、24時間で自動消滅するのが特徴です。

通常は、**写真は6秒間、動画は最大15秒間**が**Facebook Stories**に表示されます。

しかし、Instagramのストーリーズと比較しますと利用者は少ない傾向があります。

▼Instagramでの広告の表示のされ方



・フィード（タイムライン）

広告はInstagram上のタイムラインに表示されます。

通常のフォロワーの投稿の中でいかにユーザーの手を止めるようなクリエイティブを使用するかによって反応は大きく異なります。

・ストーリーズ

広告はInstagramのストーリーズという、タイムラインの上部に表示されます。

ストーリーズとは短い動画や写真を気軽にシェアでき、**24時間で自動消滅**するのが特徴の投稿です。

最近ではInstagramのタイムラインの投稿は見ずに、[ストーリーズのみの投稿、観覧を行うユーザーが増えてきている傾向があります。](#)

そのため、より多くのユーザーに表示したい場合はストーリーズに掲載するのがおすすめです。

▼Messenger（メッセージャー） での広告の表示のされ方



• 受信箱

広告はMessengerのホームタブに表示されます。

広告は、Messengerでこれまでにやり取りしたことがある人へのメッセージとして表示されます。

▼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。

広告の掲載力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

The screenshot shows the Facebook homepage interface. In the top right corner, a red circle highlights the account menu icon (a downward-pointing triangle). A red dashed box in the center contains the following instructions:

1. Facebookアカウントにログイン
2. 右上の▽をクリック
3. 「ページを作成」を選択

The dropdown menu that appears after clicking the icon is visible on the right side of the screen. It lists various options, with 'ページを作成' (Create Page) highlighted by a red rectangle. Other options include 'ページを管理' (Manage Page), 'グループの作成' (Create Group), 'グループの管理' (Manage Group), '広告を掲載' (Post Ads), '広告を管理' (Manage Ads), 'アクティビティログ' (Activity Log), 'ニュースフィードの設定' (News Feed Settings), '設定' (Settings), and 'ログアウト' (Log Out).

2. カテゴリ選択 & Facebookページ名入力

Facebookページを作成

Facebookページを作成して、ブランドやビジネスを宣伝しましょう。
作成は無料です。まずページタイプを選択してください。

会社または団体

Facebookで支援者と交流しましょう。

小売企業

テスト

[スタート]をクリックすることにより、Facebookページ規約に同意します。

スタート

ローカルビジネスまたはスポーツ



ブランドまたは製品

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

アーティスト、バンドまたは著名人

エンターテインメント

慈善活動またはコミュニティ

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

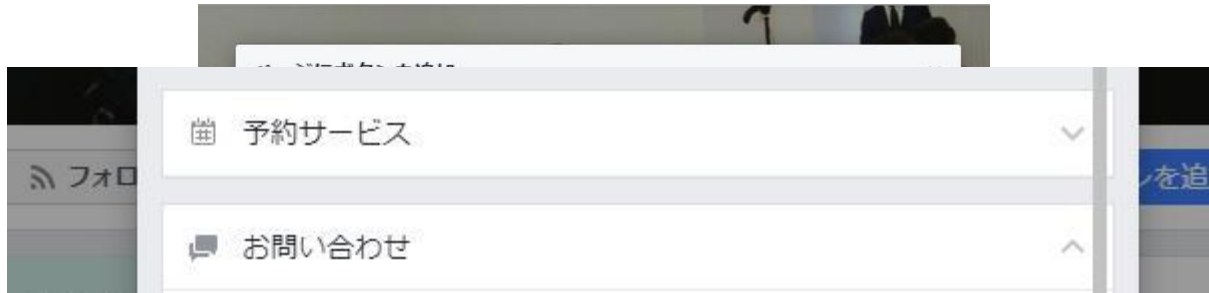
The screenshot shows the Facebook page creation interface. A red dashed box highlights the following steps:

1. ボタン追加をクリック
2. ボタンの種類を選択
3. リンク先URLの設定

* ボタンは一つしか設定出来ません

The interface includes a top navigation bar with the Facebook logo, a search bar, and the user's name 'Katsuhara Jun'. Below this is a secondary navigation bar with links like 'Facebookページ', '受信箱', 'お知らせ', 'インサイト', '投稿ツール', '設定', and 'ヘルプ'. The main content area shows a progress bar with steps: 'ホーム', '投稿', '動画', 'さらに表示', '広告を出す', and '広告を管理'. The '広告を出す' step is currently active. The main content area also displays a '新しいページ' (New Page) section with tips on adding descriptions and user names, and a 'ページを友達にすすめよう' (Recommend this page to friends) section with a search bar and buttons to invite friends.

3.Facebookページ情報設定



FB広告はFBページのページリ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

アカウント

アカウント単位で全てのキャンペーン、広告の請求が発生します。
予算なども確認でき、使用した広告費はアカウント単位になります。

キャンペーン

キャンペーン

キャンペーン

キャンペーンは広告配信の目的を設定します。これで最適化の
掛かり方がわかります。キャンペーン名には【広告主】もしくは【広告キャンペーン名】で
管理した方がわかりやすいかと思います。

広告セット

広告セットでは配信期間、配信予算、ターゲティング入札額を設定します。広告セット名には
配信のターゲティング名を入力して管理した方がわかりやすいかと思います。

広告

広告

広告

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

Facebook 広告マネージャ

ビジネスを検索

株式会社ウィニングフー...

ヘルプ ?

ウィニングフィールド_02 (5679... ▼)

📌 キャンペーン

📌 広告の目的

📌 広告セット

ターゲット

配置

予算と掲載期間

📌 広告

形式

フルスクリーンエクスペリエンス

メディア

追加広告素材

キャンペーン: : 目的を選択してください。

ヘルプ: 広告の目的 | 既存のキャンペーンを使用

マーケティングの目的は？

認知	検討	コンバージョン
📣 ブランドの認知度アップ	👤 トラフィック	🌐 コンバージョン
✳ リーチ	👥 エンゲージメント	🛒 製品カタログでの販売
	📦 アプリのインストール	🏪 来店数の増加
	🎥 動画の再生数アップ	
	🔍 リード獲得	
	💬 メッセージ	

※2019年10月時の管理画面

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い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

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

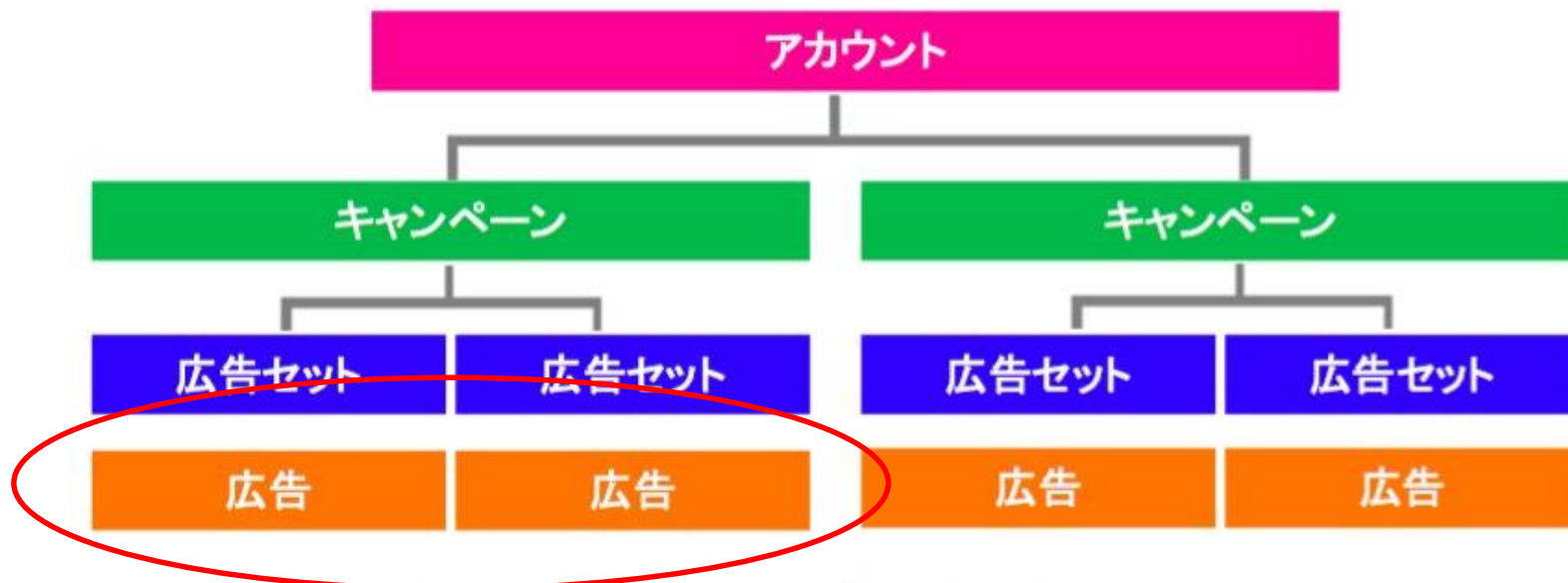
年齢×性別×業種

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

おすすめの投稿

店舗&企業の為のWeb集客実践会
広告(デモ)

いいね! ...

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。



高成約率LP構築方法×超集客Web広告運用術

PERAICHI.COM

詳しくはこちら

いいね! コメントする シェアする

カルーセル広告

Popcorn
広告・お

今日行けるサロン・マッサージを予約しよう!



今日行けるマッサージ・整体
東京都 マッサージのサロンを当...

今日行けるネイルサロン
東京都 ネイルのサロンを当日予...

今日行ける
東京都 まつ

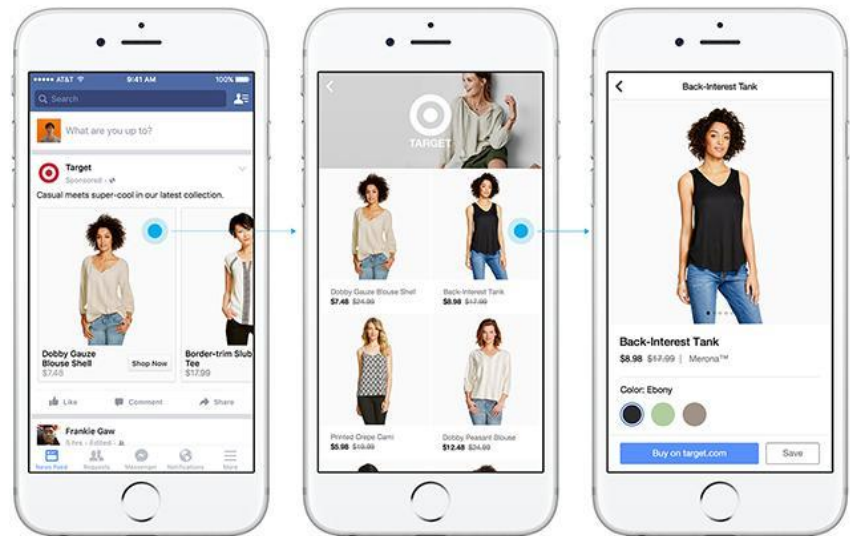
いいね! - コメントする・シェア・👍

広告イメージ

動画広告/スライド広告



キャンバス広告



広告イメージ



テンプレートを使用した動画クリエイティブ

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。

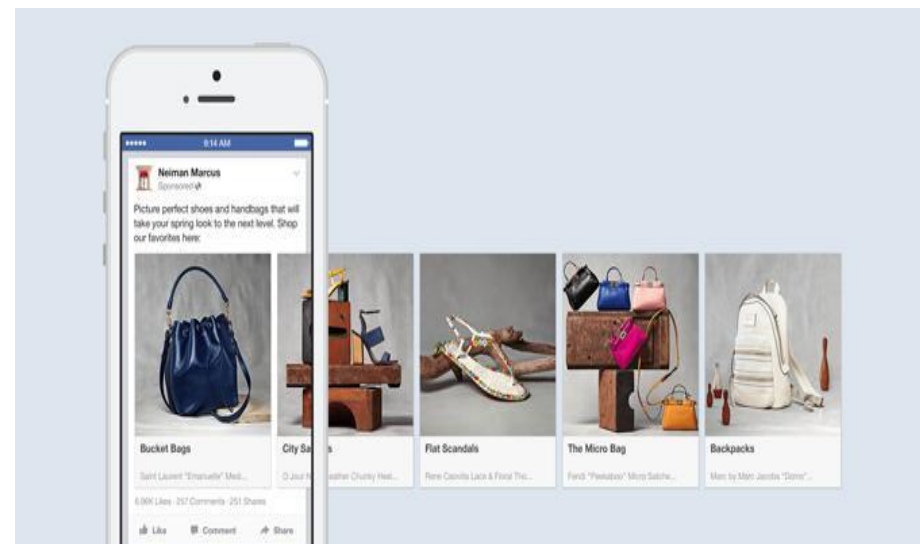
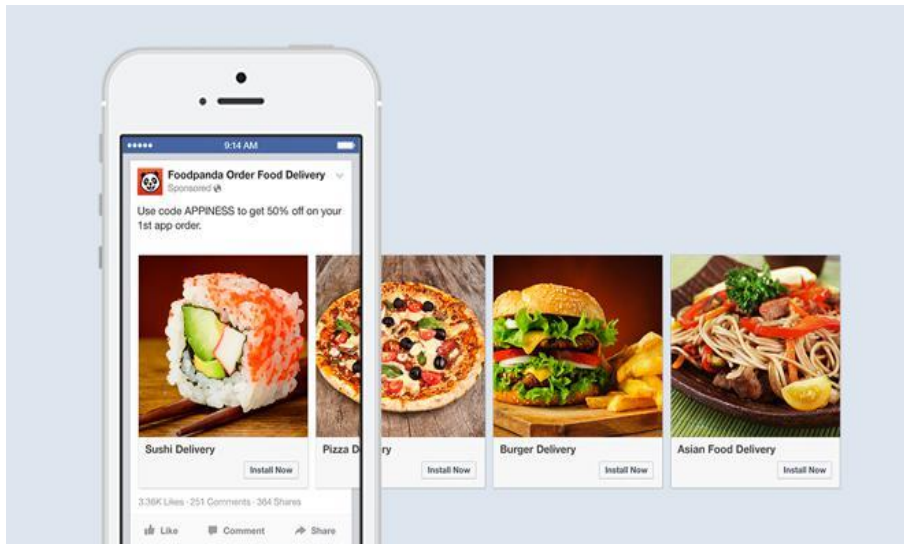
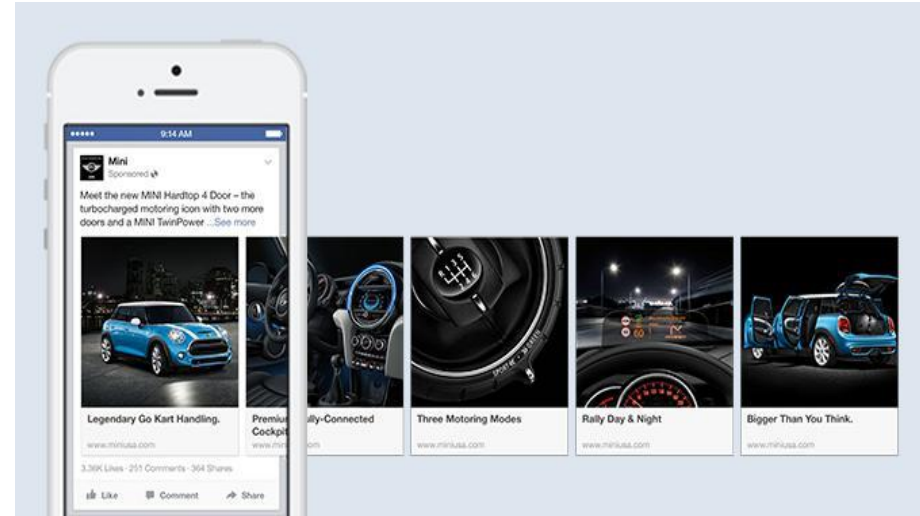
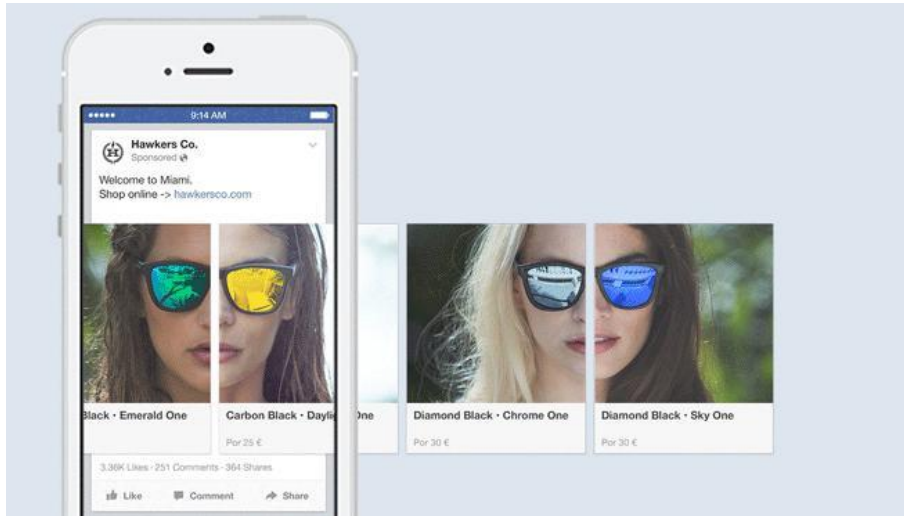
ストーリーを伝える。

↳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





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。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、モバイルで、動画を作成、宣伝、編集、アップロードすることも、ページの写

スライド広告

11/15~11/21

平均CTR 8.42%

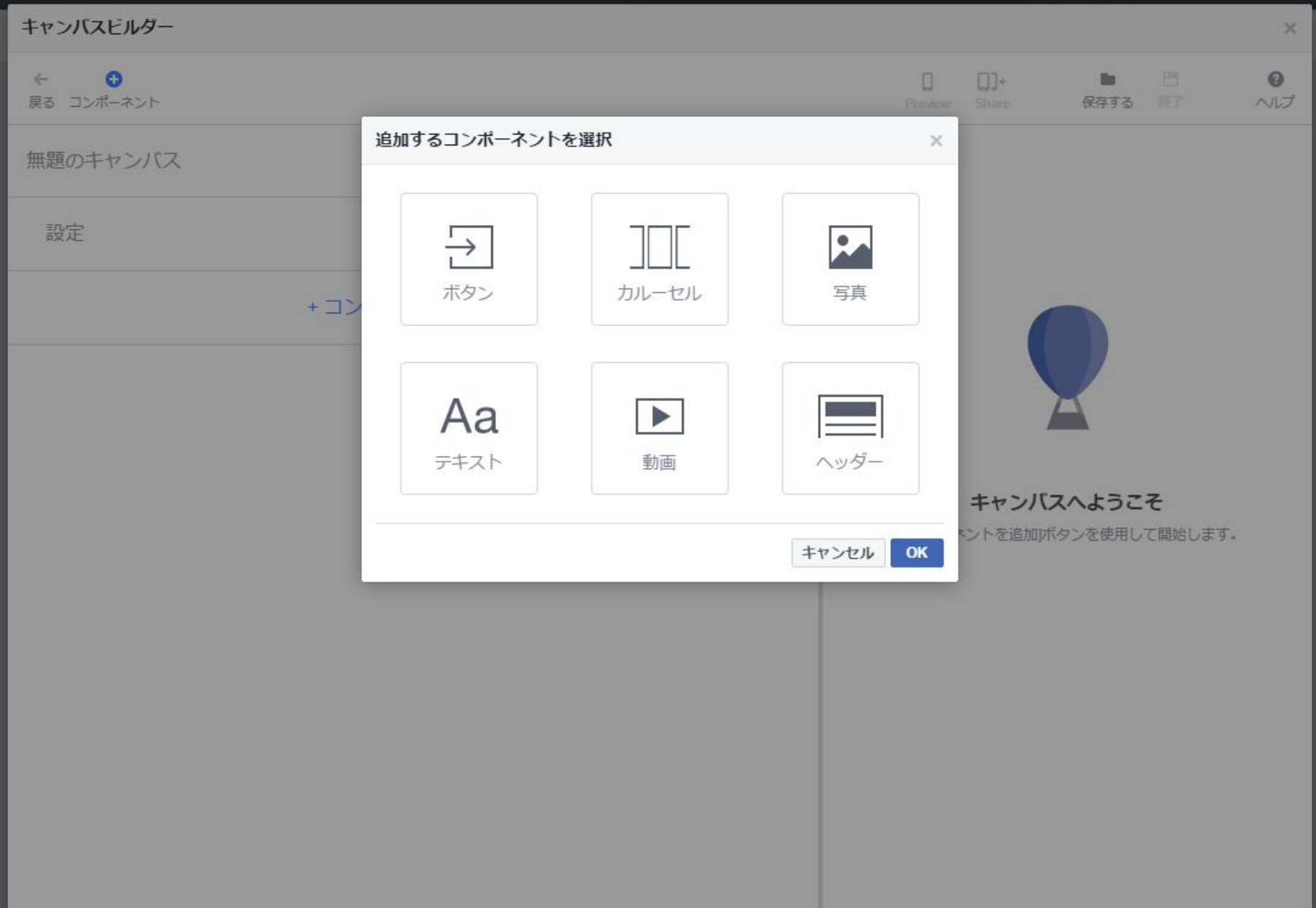
をすばやく簡単に作成し、スライドショーにすること、自分の写真をアップロードできる。

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、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

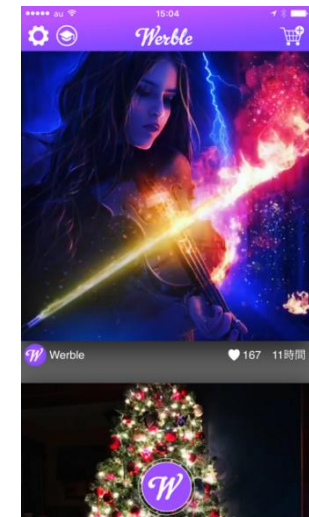


静止画で反応のよかったクリエイティブをシネマグラフ加工
などにして正方形（1：1）で配信が可能！⇒ 目立つ！



おすすめスマホアプリ
：Werble（ワーベル）

Werble



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, a dark navigation bar contains categories: 'Web Themes & Templates', 'Code', 'Video' (which is highlighted), 'Audio', 'Graphics', 'Photos', and '3D Files'. A 'videohive' badge is visible on the right side of this bar. Under the 'Video' category, a list of sub-categories is shown: 'All Items', 'After Effects', 'Premiere Pro' (marked as '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 the banner is a search bar with the placeholder text 'e.g. photo slideshow' and a magnifying glass icon. The section below the banner is titled 'Discover the Featured video effects of the week' and includes a paragraph: '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.' A row of nine featured item thumbnails is displayed, including 'URBAN BEAT', a burger, a mechanical part, a 'BUNDLE' badge, 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)

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する
- 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）

全体に含むテキスト量（イメージ）

配信量が増える可能性がある
配信量が減る可能性がある



バナーのテキスト制限

画像テキストチェック

画像をアップロードすると、広告の画像に含まれるテキストの量が測定されます。画像に対するテキストの割合があまりにも多いと、広告がすべてのターゲット層にリーチできない可能性があります。

宣伝される製品によっては、例外に該当するものもあります。例外について詳しくは、ヘルプセンターをご覧ください。テキストを含む画像の例と詳細なガイダンスをご確認いただけます。

アップロード

画像内テキスト: 低
 広告のリーチがやや少なくなる可能性があります。

広告の画像に含まれるテキストが多すぎるため、リーチの範囲が狭くなる可能性があります。広告の画像にはテキストを含めないようにするか、含めるにしても少なくすることをおすすめします。注文を確定する前に、画像の差し替えを検討してください。

画像内テキスト評価

✓ **画像内のテキスト: OK**
 広告は通常どおり掲載されます。

⚠ **画像内のテキスト: 低**
 広告のリーチがやや少なくなる可能性があります。

⚠ **画像内のテキスト: 中**
 広告のリーチが大幅に少なくなる可能性があります。

⚠ **画像内のテキスト: 高**
 広告は掲載されません。

よくある質問

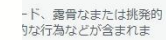
画像に含まれるテキストが多すぎるとはどういう意味ですか。
 広告の画像に含まれるテキストには、写真やイラストに重ねられるテキスト、テキストベースのロゴ、広告の画像に使われるウォーターマークが含まれます。また動画のサムネイル画像や、宣伝するページのカバー写真やプロフィール写真に使われる画像のサムネイル、画像内のテキストも含まれます。

広告の画像にはどれくらいの量のテキストを使えますか。
 広告の画像にはテキストを含めないようにするか、含めるにしても少なくすることをおすすめします。テキスト量の多い画像は、Facebookの利用者にわずらわしいと思われる可能性があります。

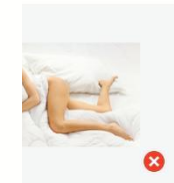
テキスト量を減らすにはどうすればよいですか。
 広告の画像ではなく、テキストボックスにテキストを入れるよう検討してください。どうしてもそのテキストが必要な場合は、小さめのフォントを使って短めの言葉にし、画像に対するテキストの割合を減らすようにしましょう。画像内のテキストを減らしたら、このツールでもう一度確認してください。

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

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



合も含む)
 い場合も含む)
 象(本来は性的な意味合いが



露骨なポーズをとった女性が写っ
違反しています。

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 高成約率LP構築方法×超集客Web広告運用術

④ 時間がない、いつも忙しい、自分が現場にいないと仕事が回らない、問い合わせ・資料請求・来店が一向に増えないネットを使ったプロモーションがよくわからないなどの問題を解決します。

PERAICHI.COM

⑤ 詳しくはこちら

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

最高の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

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

オーデイエンスデータの概念

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

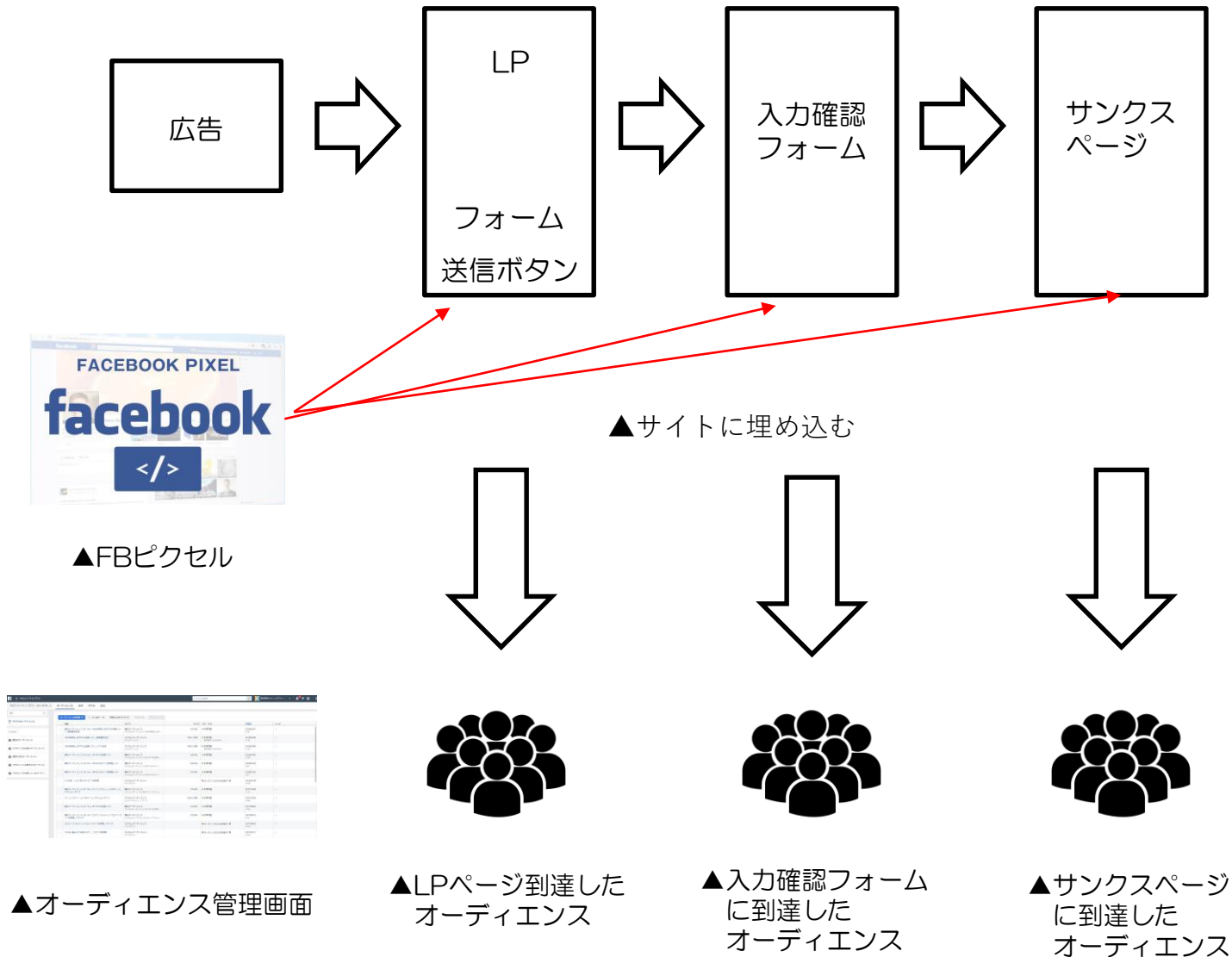
自社の商品、サービスを購入・受けているなど既存顧客のリストをFBにアップロードすることでその顧客に広告を配信することができる。

→ 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

広告出稿のために
事前にやること

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（ゴールポイントの設定）
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ビジネスマネージャを取得することで、複数の広告アカウントを管理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アカウント開設～広告アカウント設定まで

<https://www.youtube.com/watch?v=wtfX32-HZiO&t=2s>


カバ写真を追加



株式会社ウィニングフィールド

ビジネス設定

フィルタ

過去7日間

パフォーマンス概要

広告アカウント1件

JPY

合計消化金額

¥0 消化金額

消化金額

¥0

2016年10月15日

合計インプレッション数

0 合計インプレッション数

10月

12

13

14

15

16

17

GMOアカウント（エージェンシーアカウント）

広告費後払い決済代行サービス

Facebook広告、Twitter広告、リスティング広告の
利用代金を1枚の請求書に一括＆後払いに！

GMO PAYMENT GATEWAY



GMOアカウント（エージェンシーアカウント）

広告費後払い決済代行サービス とは

このような課題を解決いたします！

01

毎月媒体ごとへのお振込み、入金作業が発生するので請求作業が煩雑…

→各媒体、まとめてお支払いが可能に！

媒体ごとにアカウントの発行、請求作業、お支払い手続きが発生するところを弊社で代行、貴社の工数削減となります。

02

広告費が発生する前から媒体社に入金する必要があって困る…

→お支払いは60～最大90日サイクルの後払いモデル！

本サービスでは広告を出稿した翌月に請求書を発行し、翌々月末までに入金いただく「60～最大90日サイクル」となっています。キャッシュフローに余裕をもって広告を出稿することが可能です。

03

クレジットカード、アカウントの上限にあたってしまい広告が途中で止まってしまう…

→上限額を気にする必要がなくなる！

クレジットカードの限度額、アカウントの上限額にあたって広告が出稿できないという悩みを解決できます！※ご利用にあたり、審査が必要となります。

04

はじめて広告を出稿するので不安…

→代理店だからこそそのサポートも充実！

数多くのお客さんの広告を運用してきたGMO-PGだからこそそのサポートプランをご用意しています！※オプションサービスプラン をご参照ください。

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アカウント開設～広告アカウント設定まで

<https://www.youtube.com/watch?v=wtfX32-HZiO&t=2s>


カバ写真を追加



株式会社ウィニングフィールド

ビジネス設定

フィルタ

過去7日間

パフォーマンス概要

広告アカウント1件

JPY

合計消化金額

¥0 消化金額

消化金額

¥0

2016年10月15日

合計インプレッション数

0 合計インプレッション数

10月

12

13

14

15

16

17

ビジネスマネージャー設定 ワーク

- クレジットカード設定
- フェイスブックページ設定

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. コンバージョンタグの設定
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

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、こ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

19,800円コ...

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	19,800円コ...	/19,800円コ...	¥2,708 ¥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

WEB広告の最大のメリット

広告を制作

検索 ▼ フィルター ▼ 今日: 2017年6月20日 ▼

今日: 2017年6月20日 ▼

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 

 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: カスタム ▼ 内訳 ▼ エクスポート ▼

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...	開...	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



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://www.youtube.com/watch?v=7pgNDEKsNwc>

カスタムコンバージョンの設定方法

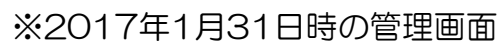
<https://youtu.be/WnZINB20b9I>

フェイスブック広告 キャンペーン作成と出稿手順

<https://youtu.be/PNKWgRkRYXg>

タグ（ピクセル）埋め込みワーク

Facebook広告の配信セグメント



コンバージョン

支払い方法の追加や購入など、ウェブサイトやアプリでのアクションを促すことができます。また、Facebookピクセルまたはアプリイベントを使用してコンバージョンをトラッキング・測定できます。

新しい目的: コンバージョン
ウェブサイトコンバージョンの目的を使用した場合やアプリでのコンバージョンを増やすためにアプリエンゲージメントの目的を使用した場合は、この目的を選択してください。詳しくはこちら。

広告キャンペーン名 ● コンバージョン

次へ

開じる

広告セット期間: 30日間

アカウント: winningfield (1159...)

広告セット: ターゲット設定、予算、掲載期間を設定

既存の広告セットから開始

言語 言語を入力...

キャンペーン

広告の目的

広告セット

コンバージョン
ターゲット
配置
予算と掲載期間

広告

フォーマット
メディア
ページとリンク

詳細ターゲット設定 以下のいずれかの条件に一致する人がターゲットになります

利用者層、趣味・関心、行動を追加

おすすめ 最近使用 ブラウズ

利用者層

趣味・関心

行動

その他のカテゴリ

つながり

配置

適切な場所で適切なターゲット層に広告を配信できます。

自動配置(推奨)

広告は自動的にパフォーマンスが高くなる可能性が高い場所で配信されます。詳しくはこちら。

配置を編集

予算と掲載期間

広告で使用する予算と配信する期間を設定してください。詳しくはこちら。

予算 1日の予算 ¥2000

¥2000 JPY

実際の消化金額は日によって異なります。

オーディエンス



オーディエンスが
少々広すぎます。

オーディエンス詳細:

- 地域:
 - 日本
- 年齢:
 - 18歳~65+歳
- 配置:
 - モバイル機器のニュースフィード、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、モバイル機器でのサードパーティアプリとウェブサイトまたはInstagramフィードを見ている
- Placements:
 - Facebook フィード、Facebook 右側広告枠、Instagram、オーディエンスネットワーク

潜在リーチ: 25,000,000人

1日の推定リーチ

Facebook: 1300 ~ 3500人

0 /13,000,000

Instagram: 1700 ~ 4500人

0 /3,400,000

数値は選択されたオーディエンスをターゲットにした広告の平均パフォーマンスに基づいた推定値です。

広告セット期間: 30日間

閉じる

性別 ①

すべて
男性
女性

言語 ①

言語を入力...

詳細ターゲット設定
以下のいずれかの条件に一致する人がターゲットになります

利用者層、趣味・関心、行動を追加
おすすめ 参照

代表取締役社長：経営者
役職

中小ビジネス
趣味・関心

グルメ・食通
趣味・関心

ストリートダンス
趣味・関心

お酒
趣味・関心

クッキング
趣味・関心

剃毛
趣味・関心

ヒップホップ (ダンス)
趣味・関心

祭り・フェスティバル
趣味・関心

配置
適切な場所で適切なターゲット層

自動配置(推奨)

配置を編集

広告は自動的にパフォーマンスが高くなる可能性が高い場所で配信されます。この目的では、次の配置を使用できます：Facebook、Instagram、オーディエンスネットワーク。詳しくはこちら。

配置を削除すると、リーチ人数が少なくなり、目的を達成しにくくなる可能性があります。詳しくはこちら。

詳細ターゲット設定 ① 以下のいずれかの条件に一致する人がターゲットになります ①

利用者層、趣味・関心、行動を追加

おすすめ 参照

除外

つながり ①

つながりの種類を追加 ▼

Facebookページ

アプリ >

イベント >

詳細設定

あなたのページに「いいね！」した人

あなたのページに「いいね！」した人の友達

あなたのページに「いいね！」した人を除外

配置

適切な場所で適切なターゲット層に広告を配信できます。

● 自動配置(推奨)

広告は自動的にパフォーマンスが高くなる可能性が高い場所で配信されます。この目的では、次の配置を使用できます：Facebook、Instagram、オーディエンスネットワーク。詳しくはこちら。

○ 配置を編集

配置を削除すると、リーチ人数が少なくなり、目的を達成しにくくなる可能性があります。詳しくはこちら。

配置

適切な場所で適切なターゲット層に広告を配信できます。

自動配置(推奨)

広告は自動的にパフォーマンスが高くなる可能性が高い場所で配信されます。この目的では、次の配置を使用できます:
Facebook、Instagram、オーディエンスネットワーク。詳しくはこちら。

配置を編集

配置を削除するとリーチ人数が少なくなり、目的を達成しにくくなる可能性があります。詳しくはこちら。

機器タイプ

すべての機器(推奨) ▼

プラットフォーム

Facebook



Instagram



オーディエンスネットワーク



詳細オプション

特定のモバイル機器とOS

オーディエンスネットワークで除外するカテゴリ

オーディエンスネットワークにブロックリストを適用

オーディエンス



オーディエンスが少々広すぎます。

オーディエンス詳細:

- 地域:
 - 米国
- 年齢:
 - 18歳~65+歳
- 配置:
 - モバイル機器のニュースフィード、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、モバイル機器でのサードパーティアプリとウェブサイトまたはInstagramフィードを見ている
- Placements:
 - Facebook フィード、Facebook 右側広告枠、Instagram、オーディエンスネットワーク

潜在リーチ: 193,000,000人

1日の推定リーチ

Facebook: 1,600 ~ 4,200人

0 / 140,000,000 ⓘ

Instagram: 1,600 ~ 4,300人

FB広告におけるクリエイティブ

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

フェイスブック広告を使った 成功事例

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

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？



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

データ容量制限なし**
毎月定額!

工事不要!
すぐに使える!

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04： 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

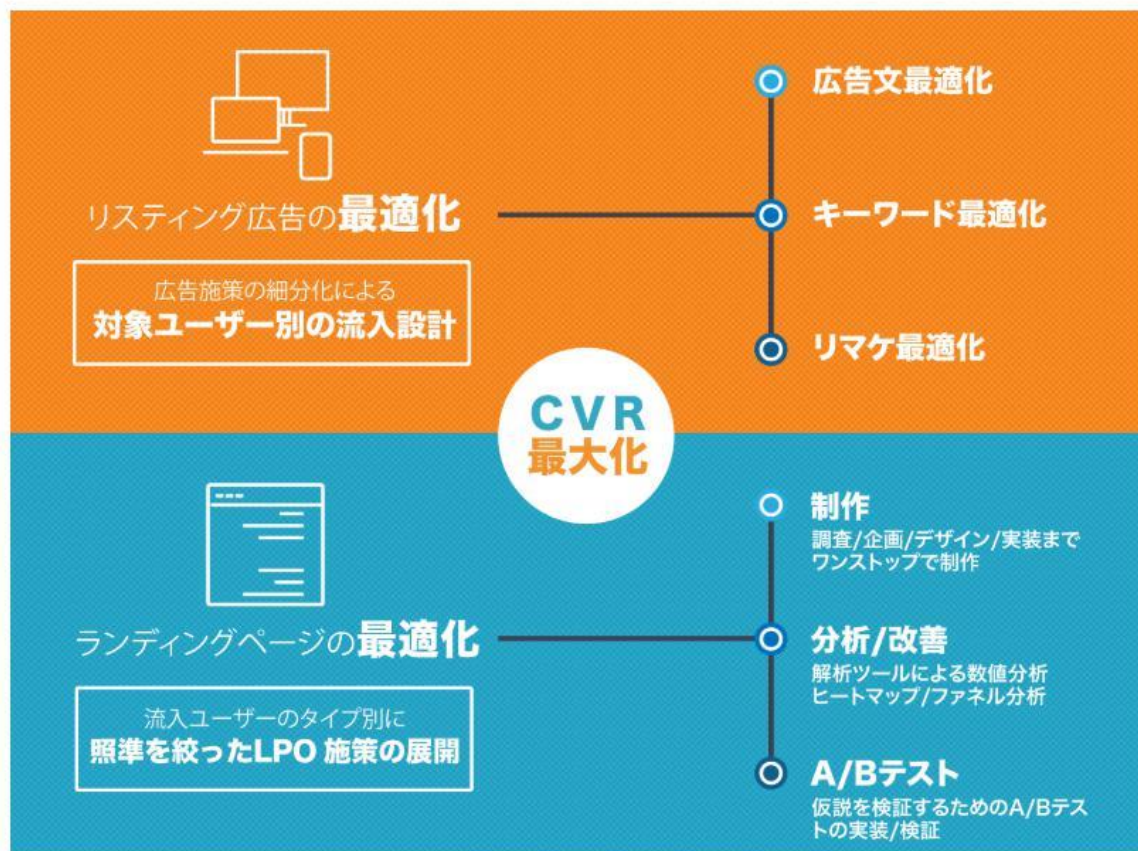
※日売上30～40万円 日広告費 32000円前後
広告比率 8～12%

最後に

◆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。

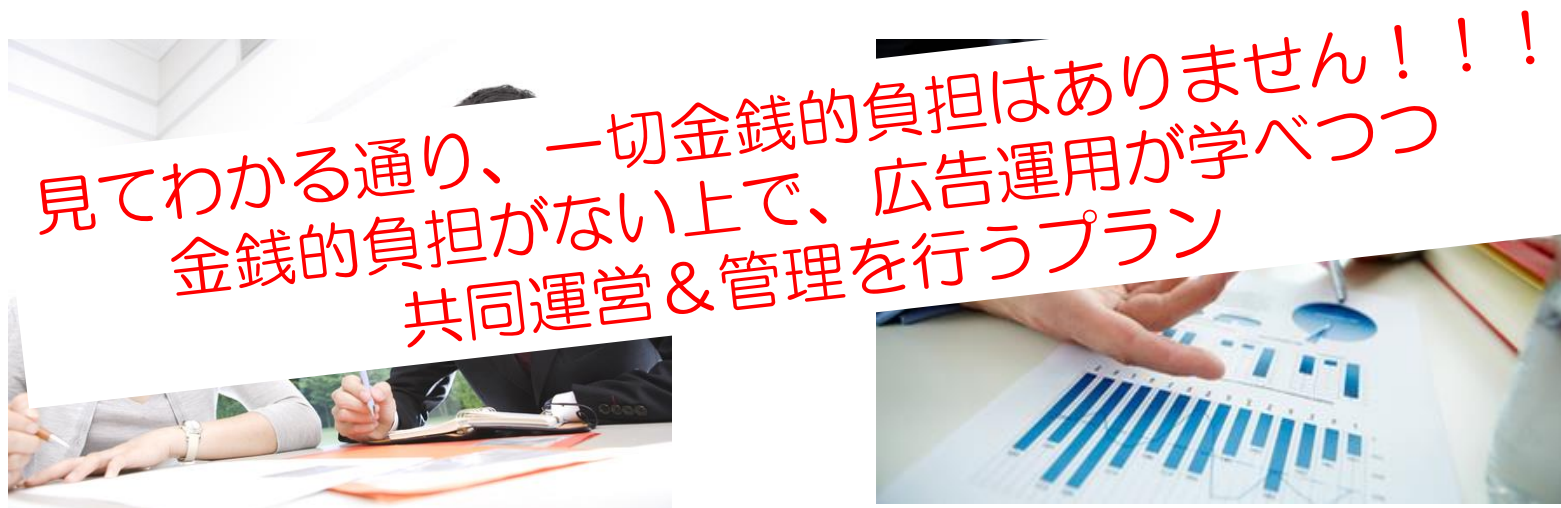
例）月額広告費100万の場合、代行費用として20万円がかかります。

※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。

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

動画コンテンツ



Facebook Ads Professional PerfectComplete フェイスブック広告ガイド 保存版

74本の動画コンテンツ ビデオファイル: 合計5.5 時間

1本の動画の長さ 平均3~5分

定価: 24,000円

常に最新版の動画と入れ替わります!

◆Webマーケティング知識 & 理解編

何故、【今】WEB広告を学ぶべきなのか? 2:39
消費者分類と広告出稿目的 10:16
3つのWEB集客手法の価値基準を理解する 7:01
士業や講師、個人事業主などのサービス提供の場合 3:42
中小企業のサービス、物販、ECサイトなどの場合 3:54
商圏に限られている店舗の場合 1:49
運用型広告と反響型広告の違いを理解する 2:53
広告に対する重要なマインドセット 7:03

◆Facebook広告の基本構造【概念編】

Facebook広告概論 3:25
4つのFacebookアカウントの種類と特性 2:28
Facebookページ作成手順 6:36
Facebookページ作成時の注意点 1:30
Facebook広告アカウントの構造 1:30
広告セット作成時における配信セグメント 4:23
ターゲティング種類と配信配置 5:11
Facebook広告で出稿できる広告の種類 7:42
Facebook広告文の構成 2:04
入札方式の概念 3:41
バナーテキスト広告の禁止事項 1:52
その他NG画像について 2:13
画像×ターゲティングの組み合わせの重要性 3:37
コンバージョンキャンペーンの作成手順 3:0
タグ（ピクセル）の概念と設定 1:35
広告管理画面のコンバージョンの設定 2:26
オーディエンスデータの概念について 7:19

◆Facebook広告の出稿に関する手順【設定編】

Facebook広告ビジネスマネージャーアカウント作成手順 5:37
クレジットカード登録方法と設定 5:04
ビジネスマネージャーのアカウント紐づけ設定 4:50
ピクセルの発行の仕方 4:38
カスタムコンバージョンの設定方法 2:49
自社リストをアップロードするカスタムオーディエンス作成方法 4:00
オーディエンスという概念と設定方法 6:31
リマーケティング広告設定方法 4:12
類似オーディエンスの作成&活用方法 3:28
コンバージョンキャンペーンの作成手順 6:40
広告セット作成方法手順と配信セグメント 5:30
広告出稿とクリエイティブ作成方法 4:28
キャンペーンやクリエイティブの複製方法 1:52
管理画面の見方と列のカスタマイズ 3:50
配信内訳を見た設定方法 2:41

◆Facebook広告の運用・メンテナンスについて【実践編】

カラーセル広告とスライド広告の活用 7:14
ターゲティングに沿った動画クリエイティブ 5:01
シネマグラフ加工を施した動画クリエイティブ 2:57
潜在顧客を刈り取る記事LPについて 5:00
記事LPを挟むフローと目標遷移率 1:49
様々な記事LPの型について 5:58