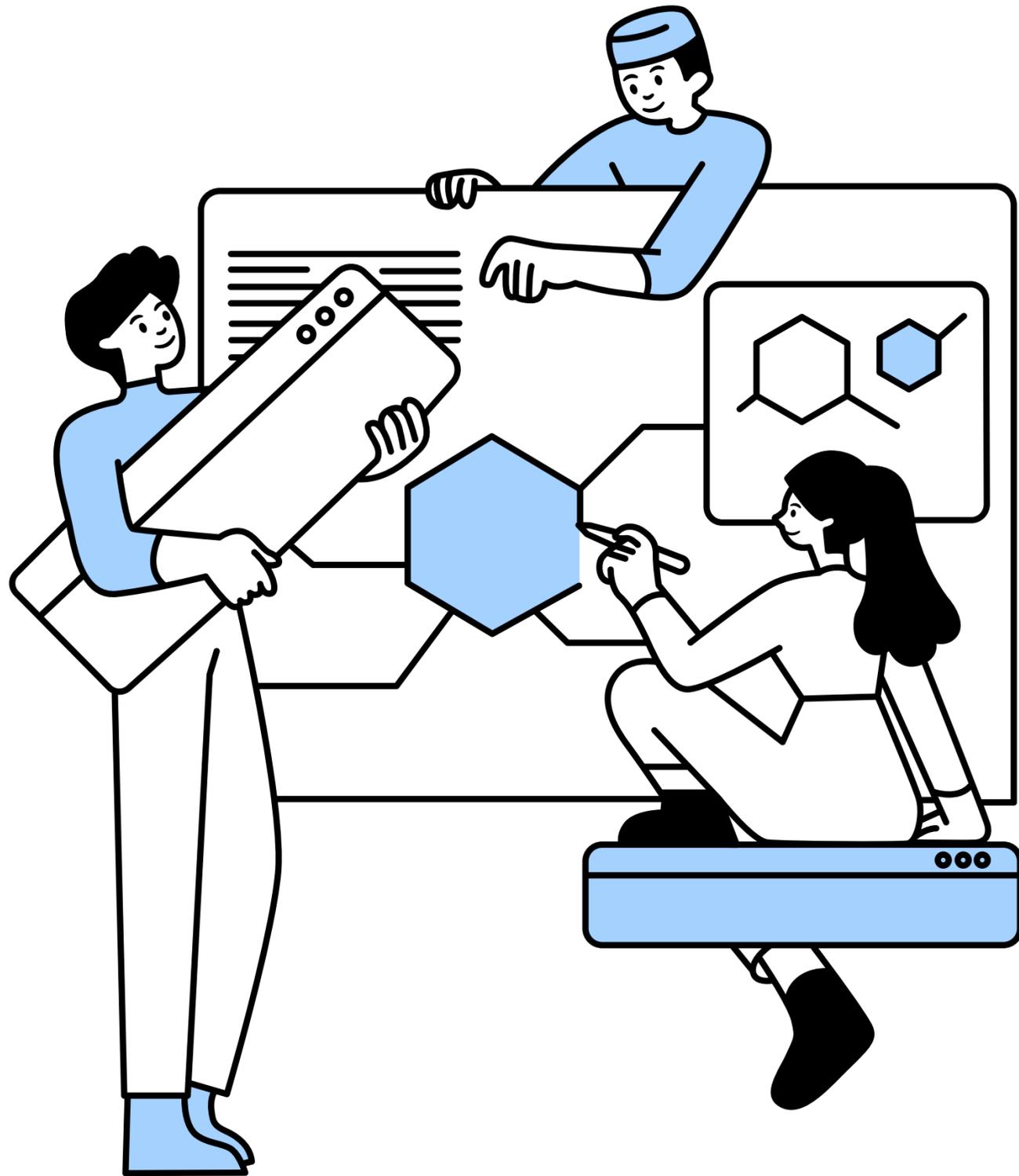


広告代理店があえて推奨する

広告運用の インハウス化とは

株式会社ウィニングフィールド





1

Web広告代理店への
不信感が強まっているワケ

2

広告代理店から卒業し
インハウス化するタイミング

3

インハウス化の
メリット&デメリット

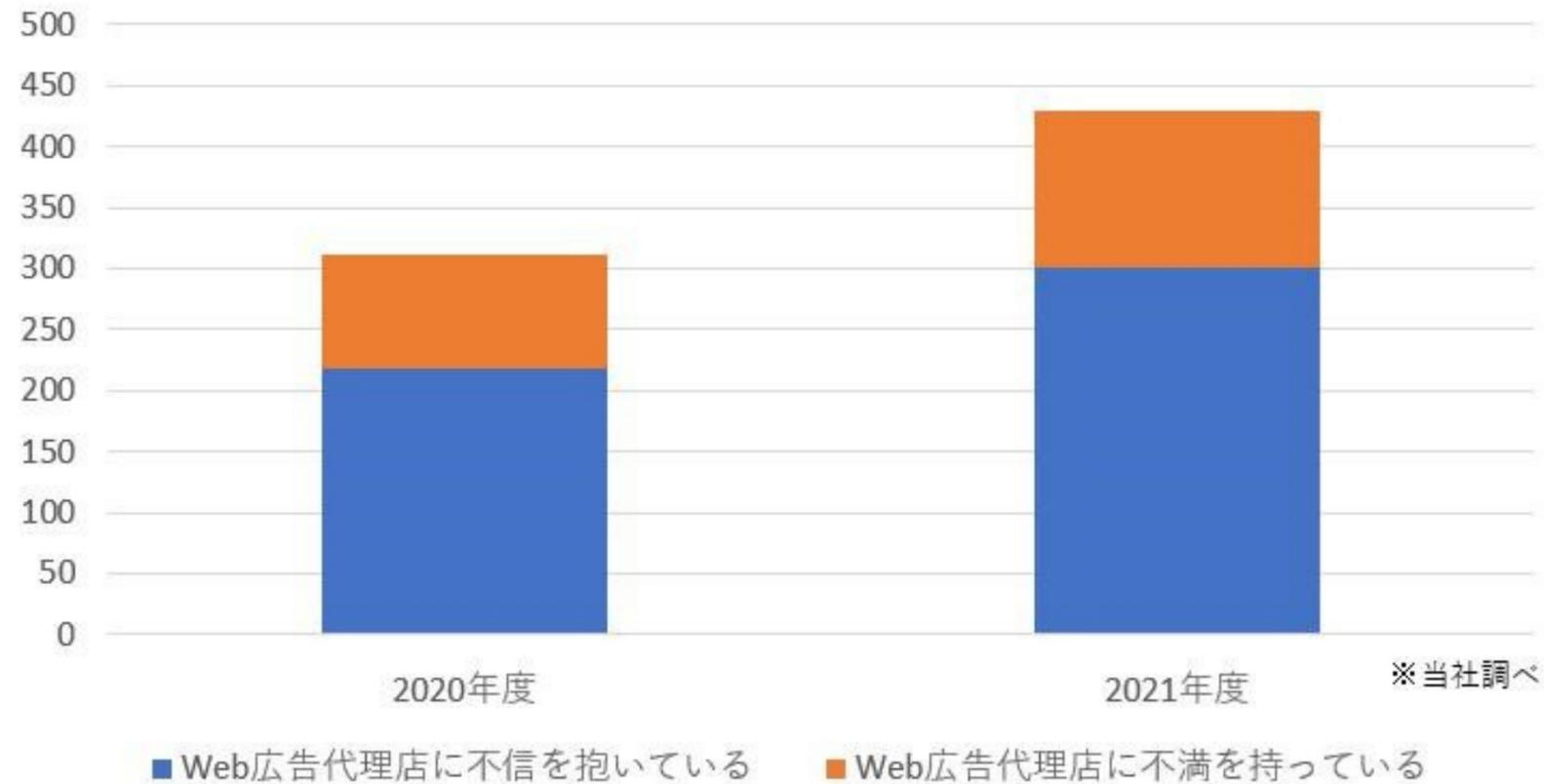
4

インハウス化支援
サービスの紹介

【代理店への不信間が強まっているワケ】

当社の運営する広告運用マーケティング講座には、Web広告の自社運用を考えている事業主からの問い合わせが日々ありますが、昨今Web広告代理店に対する悩みを持つ事業主からの相談が増えています。

Web広告代理店に対する悩みを持つ
事業主からのアンケート



※当社または当社の運営する講座へ寄せられた相談数、
当社主催のセミナー・勉強会、他社主催のセミナー参加者へのアンケートの回答の集計

■Web広告代理店に対する悩みを持つ事業主からのアンケート総数
2020年5月～2021年4月：312件、2021年5月～2022年4月：430件 合計：742件

■Web広告代理店に対する悩みを持つ事業主からの相談数

2020年5月～2021年4月:312件
2021年5月～2022年4月:430件
合計:742件

※当社または当社の運営する講座へ寄せられた相談数、当社主催のセミナー・勉強会、他社主催のセミナー参加者へのアンケートの回答の集計

【Web広告代理店へ不信感を持つ事業主が7割以上】

■Web広告代理店に対する悩みに関する相談の内訳(2020年5月～2022年4月の集計)

- ・ 連絡をしないと返信がない、積極的な提案がない . . . 27% (200件) ※1
- ・ 代理店側が正しく広告を運用しているかわからない . . . 18% (133件) ※1
- ・ 自社商材が理解されずに運用されていると感じる . . . 15% (111件) ※1
- ・ 担当者とのコミュニケーションがうまくいかない . . . 9% (66件)
- ・ 自社にデータやノウハウが蓄積されない . . . 8% (59件)
- ・ 実際の顧客と広告のターゲットに大きなズレがある . . . 4% (29件) ※1
- ・ 成果が出ていないのに運用代行費用が高い . . . 4% (29件)
- ・ レポートの内容、用語がわかりにくい . . . 4% (29件)
- ・ 広告以外のマーケティング施策が相談できない . . . 3% (22件)
- ・ 運用担当者がしょっちゅう変更する . . . 3% (22件)
- ・ 施策や運用の中身がよくわからない . . . 3% (22件)
- ・ その他 . . . 2% (20件)

Web広告代理店への不信感を持つ事業主は全体の70%以上となっており、増加傾向となっています。このような結果となった理由として、近年の広告媒体の人工知能(AI)の精度が向上し、経験が少ない事業主でもWeb広告の運用がしやすくなってきている背景があることが考えられます。

そのため、代理店が運用方法について、事業主に十分な情報共有をしていなかったり、改善案などについて、積極的な提案を行っていない場合、AI・機械学習任せの簡易な運用しか行われていないのではないかと代理店に不信感が持つケースが増えていると推測できます。

【広告代理店から卒業してインハウス化すべきタイミングとは？】

※インハウス化=マーケティング業務を自社で行うこと

月の広告予算が
100万円未満

月額100万円未満の広告予算の場合、代理店では少額案件として扱われ、優秀な人材が担当する可能性は低くなります。

WEB経由の
売上比率が大きい

Web経由での売上比率が高い場合、Web広告との相性も良い可能性が高いため、インハウス運用でも成果が出やすくなります。

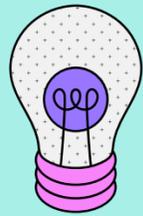
PDCAが回らない

担当者によってはレスポンスが遅く、PDCAが回らない場合があります。インハウスすることで、細かな検証ができPDCAを高速で回すことが可能です。

代理店アカウントの
運用状況が見えない

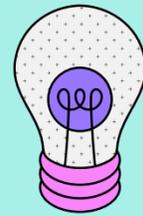
代理店アカウントでの運用が主流のため、情報共有は月次レポートのみとなり、社内に運用ノウハウが蓄積することはありません。

【インハウス化のメリット】



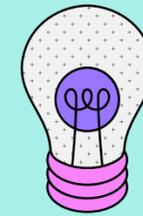
代理店手数料の削減

高額な代理店Feeを削減し、
広告予算に全て回すことが
可能になります。



社内ノウハウの蓄積

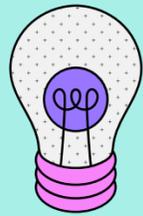
社内でデータの収集、分析を
行い、運用ノウハウを蓄積す
ることが可能になります。



高速でPDCAを回せる

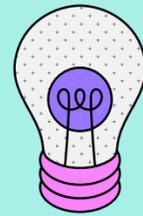
クリエイティブの差し替えや
新しい施策の実行など、PDCA
が回せるようになります。

【インハウス化のデメリット】



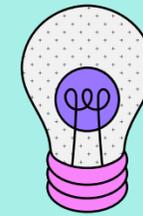
相談が出来なくなる

インハウス化を進めることで代理店に相談できなくなる為、自社で広告運用の様々なトラブルを解決する必要があります。



正しい運用で出来ない

正しい運用方法が分からず、見よう見まねの運用になり成果が安定しないケースがあります。



媒体の変化に対応できない

頻繁に媒体のアップデートが行われるため、都度社内で運用方法やポリシーの理解をアップデートする必要があります。

【インハウス化成功への近道】

広告運用のインハウス化を支援する
サービスがあります。

メリット 1

**最新情報や事例を
共有してくれる**

自社運用を行っている為、常に最新情報をキャッチアップし共有してくれます。

メリット 2

**自社サービスに
適した運用方法を
教えてくれる**

Web広告はサービスによって施策を変更する必要があります。運用のプロの見解から、自社サービスに適した施策を提案してくれます。

メリット 3

**そのまま
代理運用を委託
することも可能**

社内リソースが不足した際には、そのまま代理運用を委託することが可能です。商材理解が進んでいるので、スムーズに代理運用に移行できます。



【CONVERSIONISTA Advanced（コンバジヨニスタアドバンス）とは】



自動的に売上があがる**広告運用術**！

**Web広告運用とマーケティング
同時に身につく！**

実践
特化！

月々
24,800円～

社内
マーケターを
育成・強化

個人事業主の
ビジネス拡大

インハウス
支援

広告運用マーケティング講座

コンバジヨニスタアドバンス

CONVERSIONISTA Advanced

CONVERSIONISTA Advanced（コンバジヨニスタアドバンス）は、座学だけではなく、自社商材、コンテンツ、サービスなどの広告を実際に出稿・運用しながらWebマーケティングを学ぶことができる実践型の講座です。

「生のデータを見ながらの運用改善」や「クリエイティブの作り方」や「成約率の高いランディングページの作り方」など、**自社の売上に直結するWeb広告のノウハウ**を網羅的に学ぶことができます。

URL：https://winningfield.net/cvnista_ad02/