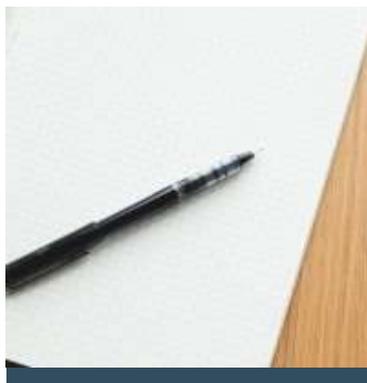


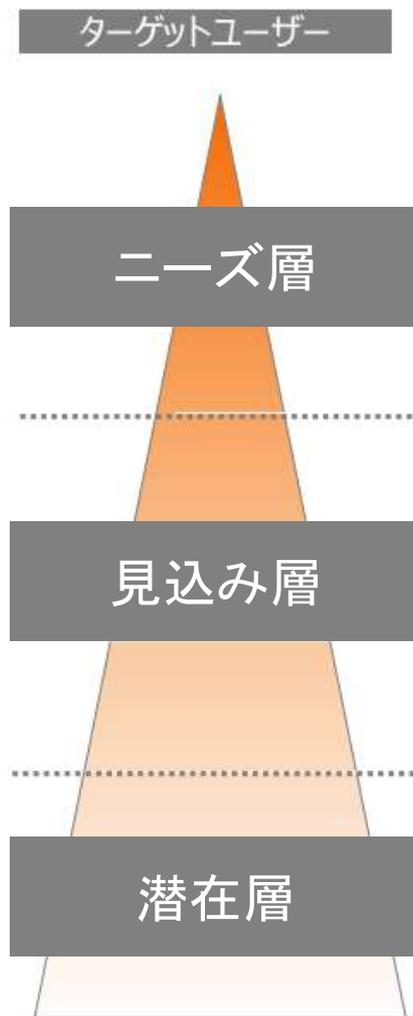


WriteUp!

Web広告ご提案資料



ターゲットに合わせたWeb広告戦略



(1) リスティング広告

検索したキーワードに合わせたプロモーション施策
すぐにアクションしようとして検討しているユーザーが対象

(2) リマーケティング

※ディスプレイ広告の1種

過去にWebサイトに訪れたユーザーを追いかけて、再度Webサイトに誘導する施策

次回アクションする可能性が考えられるユーザーが対象

(3) ディ스플레이広告

(4) インフィード広告

属性、興味に関連して

Webサイトに誘導する施策

これから認知拡大、育成していくユーザーが対象

リスティング広告

リスティング広告はインターネットにおける広告手法の事を指しますが、現在大きく分類して4種類の手法があります。

● 検索連動型広告

リスティング広告というサービスが始まった頃からずっと主流となっている手法となります。パソコンやスマートフォン、タブレットなどで検索行動をとった際に表示される広告となります。

Yahoo!の検索結果



Googleの検索結果



ディスプレイ広告

●ディスプレイ広告

先程の検索行動とは異なり様々なサイトを閲覧している状態のユーザーに対して広告を表示する手法です。Yahoo!・Google・DSP(DSPの中に色々な媒体が存在しており総称してDSPと呼ばれています)と呼ばれる媒体が主流となっており様々なサイトの広告枠に広告を表示します。
 現在では、ただ媒体を選んで出稿するというだけではなく、ユーザーのインターネットの利用状況、性別、年齢などの属性情報を分析してターゲットを限定して配信する事が可能になってきています。

The screenshot shows the Asahi Shimbun website interface. At the top, there are navigation tabs for '東洋経済ONLINE' and search options. Below the main header, there are several news snippets. A prominent article is titled 'がんの究極薬が開く、新しい治療法の可能性' (The possibility of a new cancer treatment method). A red box highlights an advertisement for '中小企業診断士' (Small Business Diagnostician) featuring a woman's profile and the text '合格者続出' (Success continues to appear).

The screenshot shows a medical website titled 'がん治療最新情報' (Latest Cancer Treatment Information). The page has a navigation menu with categories like 'がんの各種治療法' (Various cancer treatments) and '部位別がんの症状と治療' (Symptoms and treatment of cancer by site). A red box highlights an advertisement for '自然免疫を高める' (Boost natural immunity) from Keio University, with the text '成分の発見' (Discovery of ingredients) and 'がん予防' (Cancer prevention).

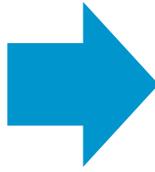
リマーケティング広告

●リターゲティング広告

先述のディスプレイ広告の一部とされる手法になりますが、ディスプレイ広告の中でも強力な配信手法とされており、ディスプレイ広告から独立して考えられる手法となります。広告表示される枠自体は同じですが、一度サイトに来訪したユーザーだけに配信する事が可能です。



検索や閲覧を行います。



広告主様のホームページへ訪問します。



サーバーで訪問者のcookieを収集してリスト化します。



広告をクリックする事により見込客を再度来訪させる事ができます。



様々なサイトの広告枠において広告主様の広告を表示できます。



その後にユーザーがインターネットを閲覧中

インフィード広告

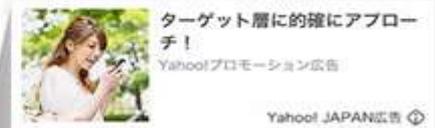
●インフィード型広告

こちら先述のディスプレイ広告の一部とされる手法になりますが、スマートフォン限定にて配信される手法でYahoo!ニュースやグノシーなどのキュレーションアプリと呼ばれる媒体に対する配信方法となります。現在、スマートフォンの圧倒的な普及により閲覧デバイスとしては、PCを大きく超える閲覧数が見込める配信方法でブランディングに適していると注目を浴びています。



入稿した内容で、掲載面に応じて最適化された広告が掲載されます。

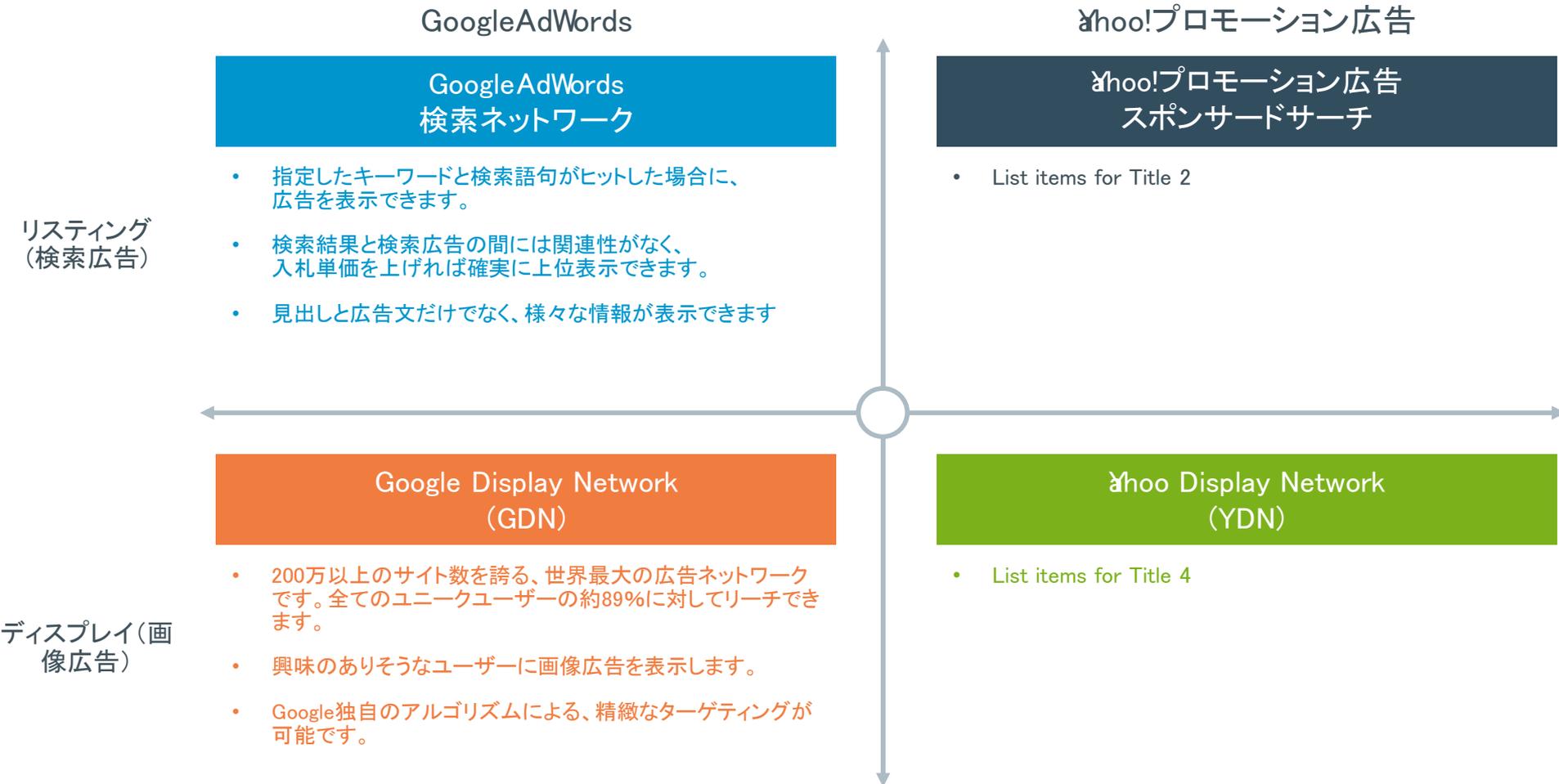
Pattern 1



Pattern 2



リスティング広告とディスプレイ広告の種類



各種広告の特徴

リスティング広告は、検索結果に表示される広告だけが以前は主流でしたが現在は技術的な発展とともに大きく分けて先述させて頂いた手法を広告主様は積極的に実施されているのが現状です。先ほどの手法ですが、更に下記の様な機能を持っております。

手法 \ 機能	地域限定 or 強弱	時間限定 or 強弱	曜日限定 or 強弱	広告表示 回数を制限	来訪者 のみ限定	性別、年齢や 趣味嗜好でセグメント
①検索連動型広告	●	●	●		●	
②ディスプレイ広告	●	●	●	●	●	●
③リターゲティング広告	●	●	●	●	●	●
④インフィード広告	●	●	●	●	●	●

Web広告の利点

以上が広告を表示する上でのリスティング広告の種類と特性になります。
続いて、リスティング広告の利点を以下に挙げさせていただきます。

● 広告を表示されただけではコストがかからず、クリックされた時点で課金されます。

通常、テレビCMや電車のつり革などの広告では、表示させる為に料金を支払いますが、ことリスティング広告に関しては広告が表示されただけでは料金は発生しません。表示された後にクリックして自社サイトへ訪問した際にのみ料金が発生します。

● 広告の効果を計測する事ができます。

こちらも通常の広告と異なり、サイトへ来訪したユーザーの行動を可視化する事が可能です。フォームからの問い合わせ件数や電話件数(可能な場合と不可能な場合があります)がわかります。GoogleAnalyticsという無料の解析ツールを使用すれば、来訪したユーザーの数、サイト内の滞在時間、アクセスした地域、デバイス、ブラウザなど様々な情報を取得して検証する事が可能です。

● 配信時間、地域、停止、再開など柔軟な対応が可能です。

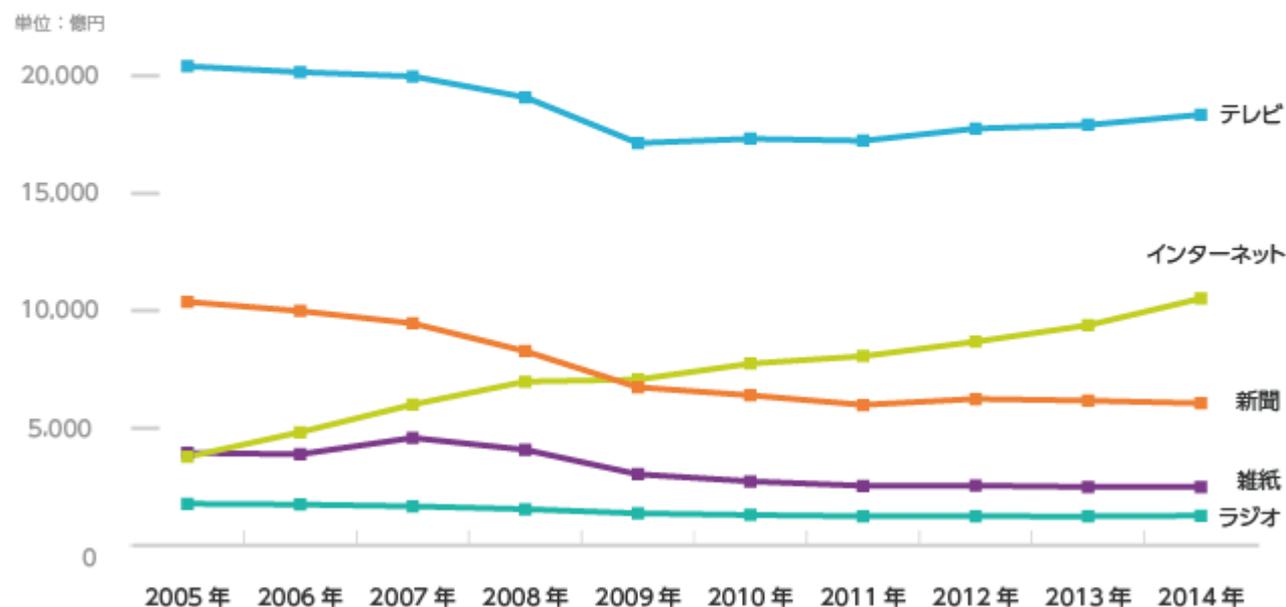
通常リスティング広告は、継続して広告配信する広告主様がほとんどです。ただし、「この地域に限定したい」、「この時間は配信したくない」、「一度停止したい」、「また再開したい」などの広告主様の意向に柔軟に対応する事が可能です。

Web広告市場

以上の利点からインターネット広告市場は、今や新聞、雑誌、ラジオというマス媒体を抜いて、テレビCMの次に広告費を投下されている媒体へと成長してきています。

インターネット広告費は前年比12.1%増の1兆519億円。内訳は、媒体費が8,245億円（前年比14.5%増）、制作費が2,274億円（同4.4%増）

出典：株式会社電通



弊社の特徴 ①スプリットランテスト

広告文(スプリットランテスト)

広告のスプリットランテスト(A/Bテスト)を定期的を実施致します。各指標の検証を行いながら、目的達成に向けた改善を行います。

“検証内容”

A

投資型クラウドファンディング

今までにない投資商品を小口金額から。プロも納得の高い収益性が魅力です。

<https://mansionvalue.jp/>

B

まずは無料会員登録から。

今までにない投資商品を小口金額から。プロも納得の高い収益性が魅力です。

<https://mansionvalue.jp/>

「訴求ポイント」「CTR向上フレーズ」「CVR向上フレーズ」等になり、それぞれユーザーに好まれる傾向を分析し、同データを基に新たな広告文を考案します

リンク先URL(スプリットランテスト)

リンク先URLのスプリットランテスト(A/Bテスト)をCVRの状況を見ながら展開。各指標の検証を行いながら、目的達成に向けた改善を行います。

“検証内容”

A



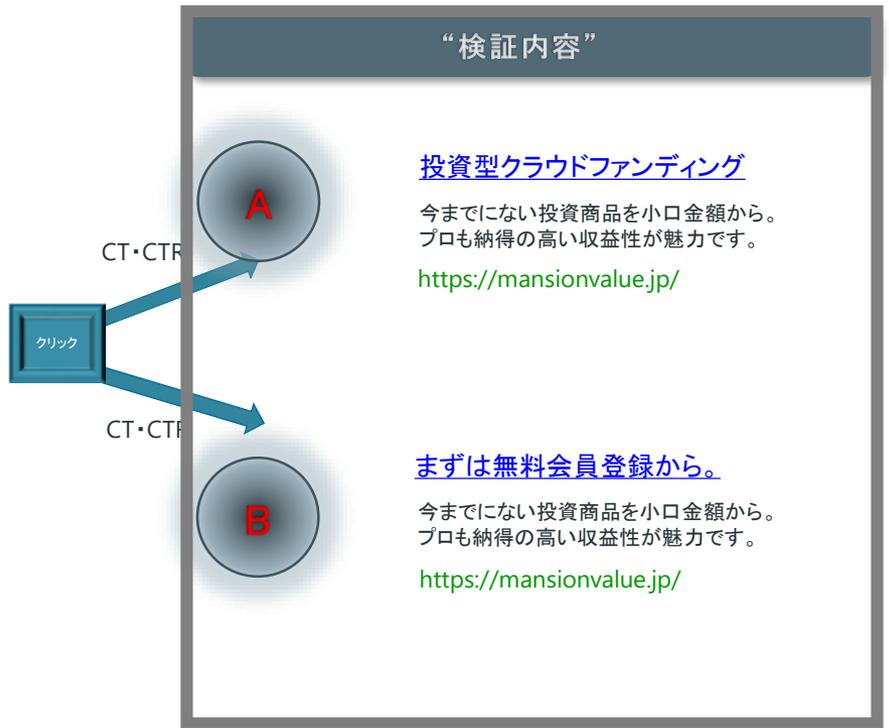
*口画像はイメージです。

B



LPに関しましても、広告文と同様に数多くの効果検証を行うことで、ユーザーに好まれるパターンが明瞭になる為、本データにより御社サイト上でのCVR向上に貢献できると考えております。

弊社の特徴 ② 検証サイクル



検証サイクル: 開始2か月後から毎月
 ⇒ 効果の悪いものを
 差し替え再検証し検証サイクルを継続

効果検証

KPI	広告A	広告B
① CT	多 ↑	少
② CTR	6.5% 以上	6.5% 以下
③ CPC	安 ↓	高
④ CVR	---	---
評価	◎	

最重要要素

※クリック数が500未満の場合は検証を継続

KPIの優先度

1. **CTR**: 広告文の訴求がユーザーの興味関心にマッチしているかどうか。
2. **CPC**: 入札単価の安い広告文は広告としての品質が高い。
3. **CT**: 多くのユーザーを誘導出来ているかどうか。
4. **CVR**: コンバージョンが必ず発生するわけではないので優先度は低い

弊社の特徴 ③KPI指標設定

プロジェクトの目的	目的に紐づく戦略		戦略に基づく戦術		戦術を実現する施策	実施時間	進捗率	評価する指標の数値	戦術のゴール
Objective	Strategy		Tactics		Task	Term	Priority	Measurement	Goal
目的	戦略		戦術		実施内容	期間	優先度	評価	ゴール
KGI	CFS							KPI	
無料会員登録の 会員数増	I	検索運動型にて 40件/月を獲得する	①	CVRを2.93%にする	●LP検証 ●TD検証 ●カテゴリ毎の最適化	5月～1月	A	CVR	CVR=2.93%
			②	クリック数を1,365回にする	●TD検証 ●キーワード追加	5月～1月	B	CTS	CTS=1,365回
			③	CTRを2.10%にする	●TD検証 ●媒体精査	5月～1月	C	CTR	CTR=2.10%
			④	IMPを65,000回にする	●キーワード追加 ●入札単価の最適化	5月～1月	C	IMP	IMP=65,000回
	III	ディスプレイにて 20件/月を獲得する	①	CVRを0.80%にする	●LP検証 ●クリエイティブ検証 ●カテゴリ毎の最適化	5月～1月	B	CVR	CVR=0.80%
			②	CPCを80円にする	●クリエイティブ検証 ●媒体(キャンペーンメニュー)の精査	5月～1月	B	CPC	CPC=80円
			③	CTRを0.68%にする	●クリエイティブ検証	5月～1月	C	CTR	CTR=0.68%
			④	IMPを431,034回にする	●入札単価の最適化 ●媒体の精査	5月～1月	B	IMP	IMP=431,034回
	IV	Facebookにて 7件/月を獲得する	①	CVRを1.72%にする	●LP検証 ●クリエイティブ検証 ●ターゲット毎の最適化	5月～1月	A	CVR	CVR=1.72%
			②	CPCを490円にする	●クリエイティブ検証 ●配置の精査	5月～1月	B	CPC	CPC=490円
			③	CTRを0.68%にする	●クリエイティブ検証	5月～1月	C	CTR	CTR=0.68%
			④	リーチ数を60,123回にする	●入札単価の最適化 ●エリア・年齢層の精査	5月～1月	B	IMP	IMP=60,123回

※KPI設定は、月額運用予算が50万円を超えるクライアント様に限りです

お客様事例

さいたま市に特化した不動産会社様



<before>

不動産売買専門のクライアント様で、以前はWEB制作会社にリスティング広告も依頼していらっしゃいましたが、2年間で800万円使っても効果は実感できなかつたと仰っていました。(そもそもコンバージョン設定もされていなかった)

<after>

1つだった広告グループを、約2,000個に分割。アカウントの再構築によって、キーワードにマッチした広告を出せるようになりました。

<結果>

CPA 約30,000円を安定して達成

高齢者向け会話サービスの会社



<before>

独居高齢者の方向けに、週二回、電話で会話の相手をするサービスのクライアント様です。こちらはサイト改善コンサルの段階から関わらせていただきました。自社運用されていましたが、まだ、世の中になくサービスで苦戦されていました。

<after>

リスティング広告によって世間のニーズを探ることからスタートいたしました。有効なキーワードを絞り込み、そのワードでSEO対策を行うことで効率的な集客が可能になりました。

<結果>

リスティング費 30万円に対し、33件のCV

料金プラン

リスティング広告運用代行メニュー

※すべて
税抜価格

初期設定費	5万円
広告運用費	30万円～
広告運用代行費	広告運用費の20%
バナー制作 (4サイズ2パターン)	1万円/点
想定運用期間	最短1ヶ月～

※毎月末で翌月5営業日以内に解析レポートを送付します。

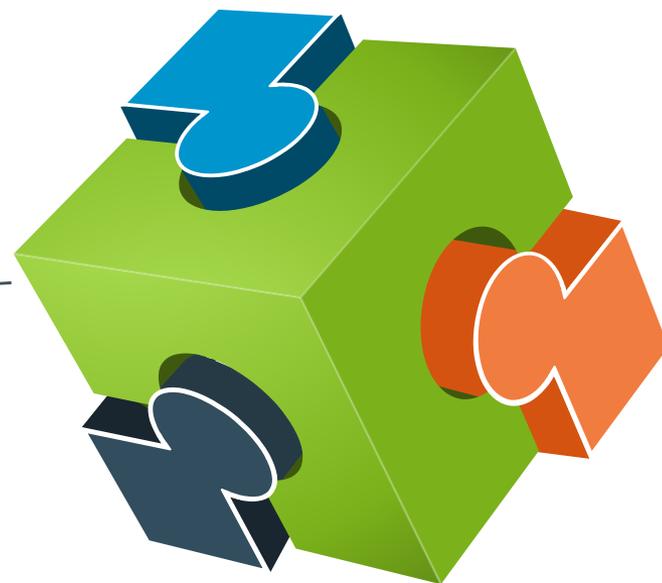
※納期は発注から8営業日となります。

※ヒアリングにて決定した方針に則って当社側で運用代行を致します。

※お支払い: 月末締め翌月末に広告費、運用代行費をお振込み頂きます。

運用にあたり

- キーワード/タイトル説明文などのアカウント構成は弊社実績に基づいて作成いたします。
- レポートについては、毎月メールにて提出致します(レポートサンプルは別紙参照ください)
- 出稿額の範囲内で広告掲載を行います。(ご利用率:90%~100%想定)
- 広告配信はご予算到達により月中で停止する場合がございます。
- コンバージョン測定タグの設置はお客様にてご対応頂きます。
- Googleアナリティクスなど
各種計測ツールを使用した対応は行っておりません。
- 契約にあたり、基本取引事項に合意いただき、発注書を頂戴します



リスティング広告ご発注から配信開始まで



- ・見積書・発注書作成
- ・コンサルシート作成
- ・支払フローの決定
- ・発注書受領
- ・請求書発行

- ・アカウント作成or引継
- ・アナリティクス設定
- ・CV測定テスト
- ・Google、Yahoo!へ入金
- ・設計開始
- ・入稿
- ・審査

- ・統計完了連絡

- ・配信開始日確認

- ・運用開始連絡

daily

残高確認

運用

- ・日々の予算チェック

- ・入札単価調整
- ・キーワード追加・削除
- ・広告文追加・削除
- ・プレースメント追加・削除

monthly

定期レポート

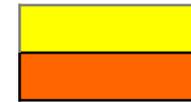
- ・キャンペーン
- ・広告グループ
- ・キーワード
- ・広告
- ・検索クエリ

other

レポート

- ・Y・G キャンペーン数値前後比較
- ・Y・G CVワード前後比較
- ・要因分析
- ・今後の施策

リスティング広告配信開始までの流れ



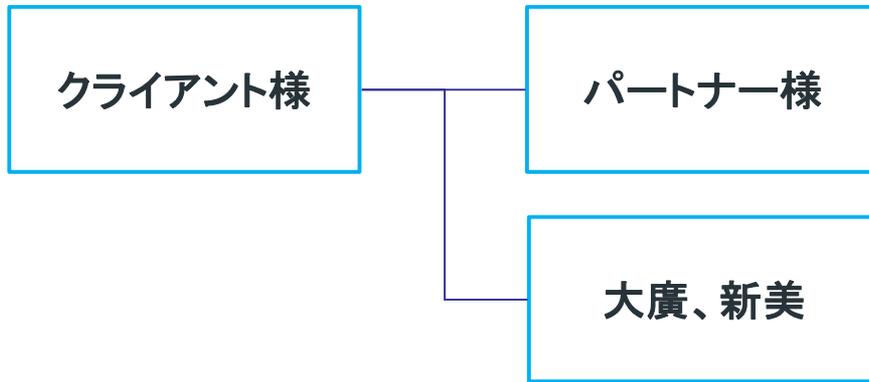
ライトアップの作業領域

クライアント様確認

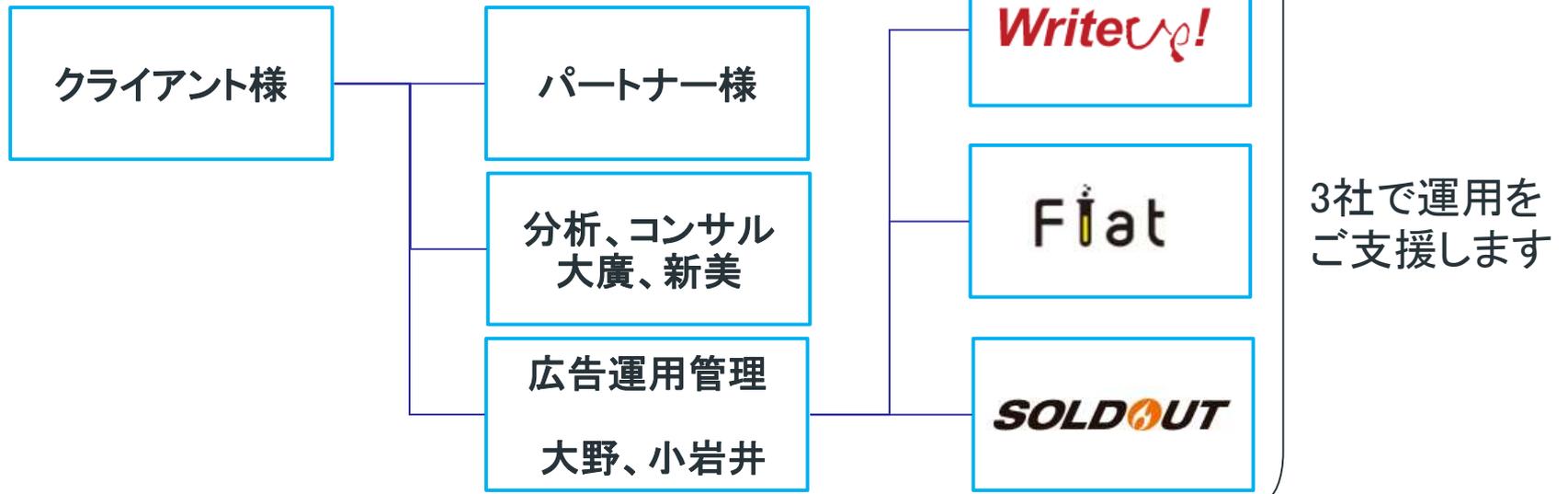
フェーズ	大項目	中項目	小項目	詳細	日																			
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13							
1	設定書			サイト、予算、実施媒体など確認の上、実施書の作成	1	2	3																	
	契約書			運用責任条件など確認の上、契約書の作成	1	2	3																	
アカウント発行	アカウント発行			実施する媒体のアカウント開設	1	2	3	4																
	掲載登録	掲載登録確認		広告主のブランドワードの掲載登録状況の確認	1	2	3	4																
アカウント連携	アカウント連携	連携登録申請		掲載登録されている場合、連携に連携登録申請	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10										
	タグ発行	媒体タグ		アカウント開設後のタグ発行	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10										
アカウント設計	アカウント設計	Google, Yahoo Google, Yahoo	タグ発行 タグ登録	上記使用するアカウントを開設後にタグを発行 実施する媒体のCVタグ、モニタタグの登録	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10										
		カテゴリ設定 2次カテゴリ設定 広告文作成 プロモータ設定 オプション設定	キーワード設定 2次キーワード設定	ビジネスの種、コメントされたキーワードの抽出 目的を挙げる動機、掛け合わせキーワードの抽出 各セグメントと親和性のあるクリエイティブの作成 効果測定ツールなどのプロモータ設定 広告の下部に表示されるTDと異なるリンク先の通知	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10										
アカウント設計	アカウント設計	カテゴリ設定		ビジネスと関連性の高い検索語にひっかかるキーワードの抽出	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10										
	エリアマーケティング	リスト作成 広告文作成 バナー プロモータ設定 オプション設定	リスト分類カテゴリの編定	サイト多読者の嗜好によってリスト分類カテゴリを専定 上記分類カテゴリ毎のリストの作成 各セグメントと親和性のあるクリエイティブの作成 広告主、もしくは制作会社とのバナー素材の申請 効果測定ツールなどのプロモータ設定 特定の時間帯に配信して配信する 特定の地域に配信して配信する	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10										
アカウント入稿	アカウント入稿	入稿ファイル作成 審査確認		制作・印刷ファイルやポイントサイトなどの除外配信先の抽出 実施する媒体の仕様に合わせて入稿ファイルを作成 入稿したキーワード、TDの審査状況の確認	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10										
	報告書	報告書 レポート		pptにて作成する報告書のフォーマット作成 毎週提出する数値値が示すレポートのフォーマット作成 毎月提出する数値値が示すレポートのフォーマット作成	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13							
CVテスト	CVテスト	申込、登録など 電話計測など		広告を一部試験的に掲載してCV計測ができていないかテストする オンクリックタグのCV計測ができていないかテストする	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13							

運用体制

▽セールスフェーズ



▽運用フェーズ



THANK **Y**OU!

WriteUp!