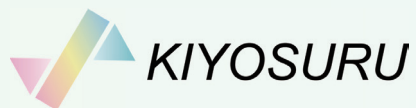


Web広告のプロが教える

Web マーケティング の考え方

株式会社キヨスル



目次

1. | 自己紹介
2. | ウェブ広告で知っておきたい「3つの狙い」
3. | SNS広告・YouTube広告の効果が出にくい理由
4. | なぜ中小企業にはリスティング広告が最適なのか
5. | 広告代理店に依頼する際、気をつける部分とは
6. | まとめ
7. | 質疑応答

自己紹介



松本 孝行



株式会社キヨスル代表取締役

フリーランスとしてウェブマーケティング支援を10年以上に渡って行う。2022年7月に株式会社キヨスルを設立し、ウェブマーケティング支援・教育・研修などを行う。

事例

- 新築建売の販売促進のため、Google・yahoo検索広告、リマーケティング広告、You Tube広告の運用
- スポーツジムの会員獲得のため、Google検索広告、リマーケティング広告、You Tube広告、Instagram広告の運用
- 健康食品のECサイト売上増加のため、Google検索広告、You Tube広告、ディスプレイ広告、Instagram広告の運用
- 自動車教習所のウェブマーケティング内製化支援コンサルティング

ウェブ広告で知っておきたい

3つの狙い



認知・比較検討・購入

ユーザーが購入するまでには3段階がある

① 認知

商品、企業を「知ってもらう」段階

② 比較検討

商品、企業を他社の類似商品と比較検討する段階

③ 購入

商品・サービスを購入する段階

それぞれ
広告内容も違う

認知・比較検討・購入

知ってもらうための
インパクトが重要
(タレントを使うのもそのため)

① 認知

買ってもらいやすくする
(キャンペーン価格、
フォーム入力を楽しにする等)

③ 購入

② 比較検討

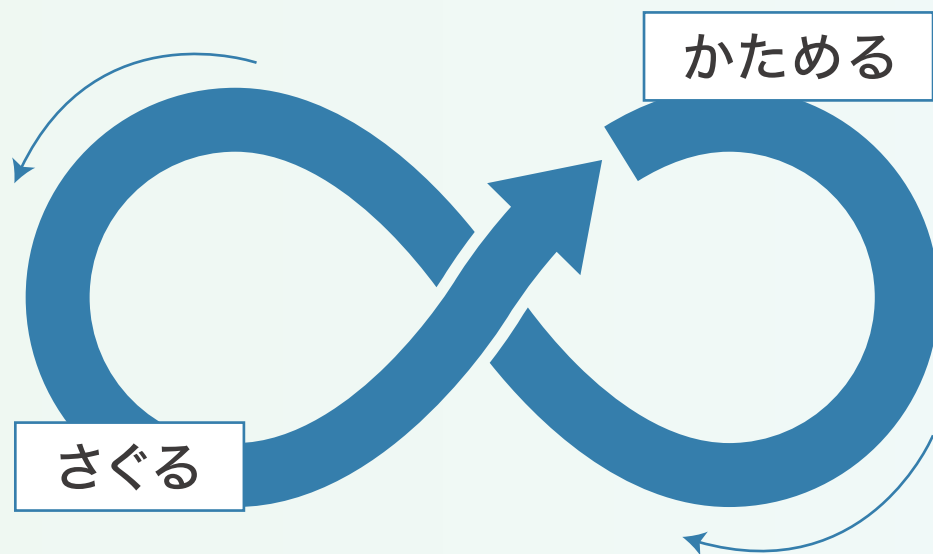
商品・サービスのセールスポイントを
アピールし、他社と比較して優れている
ことを強調する

【参考】パルス消費とバタフライサーキット

Googleが提唱する、新しい消費行動。

認知・比較検討・購入の流れから外れて、急に購入につながる事…「パルス消費」

パルス消費するユーザーが行っている情報探索行動…「バタフライサーキット」



- 認知・比較検討・購入の段階に合わせたクリエイティブが必要
- パルス消費に合わせて、各段階でユーザーが接触できる機会を持つ必要

まとめ

1. | 基本のユーザーモデルは三段階「認知」・「比較検討」・「購入」
2. | 各段階に合わせた訴求の方法が必要
3. | パルス消費が増えていることから、
いつでもどこでもユーザーが情報に接触できる機会を持つ必要がある



SNS広告・YouTube広告の 効果が出にくい理由



SNS広告の役割は？

SNS広告で購入してもらおうことを考えている？

そもそもSNSは**利用者同士が交流するためのサービス**



交流を目的としているSNSでは
購入の広告を出しても効果が薄い

SNS広告の役割は？

検索連動型広告はなぜ購入してもらいやすい？

- ▶ **すでにニーズが「顕在客」にアピールしやすいから**

(例：スニーカー送料無料)

- ▶ **明らかに購入を意識している検索キーワード**

(もっと言えば行動モデルの購入に近い位置にいるユーザーのため)

SNS広告の役割は？

Google

スニーカー 送料無料

すべて ショッピング 画像 動画 ニュース もっと見る ツール

約 35,100,000 件 (0.38 秒)

スポンサー・スニーカー 送料無料を販売 :

 ランニング シューズ ニッ ¥1,934 SHEIN	 アルファベツ ト飾り レース ¥1,943 SHEIN	 レースアップ スネークスキ ¥2,112 SHEIN 送料無料	 【格安】メン ズコートタイ ¥858 ヒラキ	 ミニマリスト レースアップ ¥1,821 SHEIN	 アルファベツ ト飾り レース ¥1,910 SHEIN	 文字グラ フィック レー ¥2,761 SHEIN 送料無料	 カラーブロッ ク 文字詳細 ¥2,305 SHEIN 送料無料
---	---	--	---	---	--	---	--

楽天市場
https://search.rakuten.co.jp/...> 靴> レディース靴 :

【楽天市場】送料無料 (スニーカー | レディース靴) : 靴の通販

楽天市場-「送料無料」 (スニーカー<レディース靴<靴) 275828件 人気の商品を価格比較・ラン
キング・レビュー・口コミで検討できます。ご購入でポイント取得がお得。

https://search.rakuten.co.jp/...> 靴> メンズ靴 :

【楽天市場】送料無料 (スニーカー | メンズ靴) : 靴の通販

楽天市場-「送料無料」 (スニーカー<メンズ靴<靴) 981976件 人気の商品を価格比較・ランキ
ング・レビュー・口コミで検討できます。ご購入でポイント取得がお得。

SNS広告は役に立たない？

SNS広告は「認知」や「比較検討」には役立つ

- 知ってもらうためにタレントを使う
- インパクトの強い動画を広告に使う
- 自社商品・サービスの強みを前面にアピールする
- 他社と比較して優れている面をアピールする

SNS広告から
直接の購入・問い合わせを狙うと失敗する

まとめ

1. SNSは交流が目的。購入させる広告は効果がない。
2. 検索連動型広告は顕在客、購入に近い位置にいるから、購入に繋がりやすい
3. SNS広告は「認知」や「比較検討」に使うと役立つ

なぜ中小企業には
**リスティング広告が
最適なのか**



リスティング広告がおすすめの理由

1. | 顕在客（購入に近い顧客）にアプローチでき、購入確率が高くなる

- リスティング広告では顕在客を選べる

例：「TシャツXL 送料無料」「名刺管理ツール1万円以内」やブランド名での直接検索など、明らかにニーズがある顧客だけを狙う事が可能。

- ただし、リスティング広告でも購入から遠いものもある

例：「名刺管理ツールとは」「Tシャツ捨て方」など購入から遠いものは省く（除外キーワード設定）する必要がある

2. | 月額1万円程度から運用が可能で低コストではじめられる

- デジタル広告は費用が少なく始められる

- ただし、運用にはスキル・経験が必要なのでまずは

Google広告のスマートアシストキャンペーンから始めるのもおすすめ

顕在客を捕まえる方法

1. | サンプルの請求

- ECサイトにおすすめ

無料サンプルやお試し商品から購入してもらい、メールマガジン・LINE公式アカウント等の費用をかけずに追客する

2. | 資料ダウンロード

- BtoBにおすすめ

ホワイトペーパーと呼ばれる資料を用意し、ダウンロードの際に会社名・メールアドレスなどを取得して、追客の営業を行う

3. | セミナー・イベント参加

- BtoBならセミナー、ECサイト等ならファンに向けたイベントで、顕在客を捕まえる。

オンライン・オフラインともに行う事が可能な時代に。

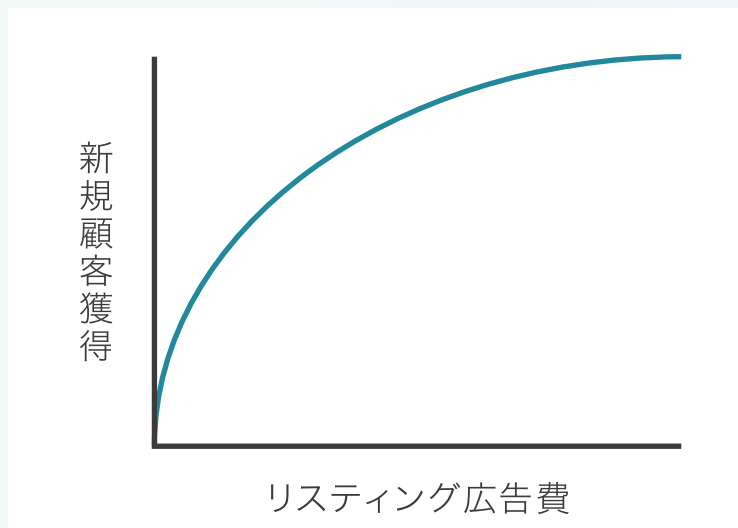
ハードルを下げつつ、関連した顕在客をいかに捕まえるか

新規顧客が低減してきたら別の施策を

リスティング広告は広告費が増えると、新規顧客獲得の効率が鈍化する

▶ **逡減してきたところで、別の施策が必要になる**

(SNS広告・You Tube広告等)



まとめ

1. | リスティング広告は少ない費用から顕在客にアプローチ可能
2. | 顕在客を捕まえる方法は広告以外にもいくつかある
3. | 広告の費用対効果が悪くなってきたら、別の施策を



広告代理店に依頼する際、
気をつける部分とは



こんなことってありませんか？

1. | 広告費と手数料の金額がわからない
2. | 管理画面のアカウントを教えられていない
3. | レポートが送られてくるが、解説などはない
4. | 毎月同じ内容で、新しい施策の提案などが無い

広告代理店の見直しをおすすめします

こんなことってありませんか？

1. | 広告費と手数料の金額がわからない

2. | 管理画面のアカウントを教えられていない

- 2016年、電通の不適切取引
- デジタル広告が未配信にもかかわらず、広告主に広告費を請求した



デジタル広告は**ガラス張り、管理画面を見れば一目瞭然**

広告費の金額、そのうちの運用手数料の金額がはっきりしない場合、
広告配信に使われていない可能性も

こんなことってありませんか？

3. | レポートが送られてくるが、解説などはない

4. | 毎月同じ内容で、新しい施策の提案などがない
(もしくは広告費増の提案しかない)

一般的に広告費が増えると手数料も増える。

効果的な提案をしてくれるのは良い業者

まとめ

デジタル広告の代理店見直しのポイントは下記の通り

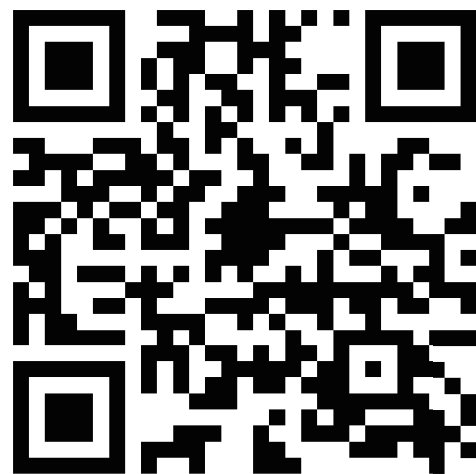
1. | 広告費と手数料の金額がわからない
2. | 管理画面のアカウントを教えられていない
3. | レポートが送られてくるが、解説などはない
4. | 毎月同じ内容で、新しい施策の提案などが無い

ダウンロード特典

こちらのスライドを用いたオンラインセミナー

限定公開動画にご招待

https://kiyosuru.co.jp/seminar_movie/



お問い合わせ

株式会社キヨスル

〒541-0041

大阪府大阪市中央区北浜3-2-25京阪淀屋橋ビル8階

TEL: 06-7222-3051

MAIL: contact@kiyosuru.co.jp

HP: <https://kiyosuru.co.jp>

THANK YOU

ご清聴ありがとうございました

