



これを見れば大丈夫！
広告代理店が教える

WEB広告作成のための 完全攻略ガイド



広告の作成手順

広告媒体の決定	4p
広告媒体のアカウント作成	5p
広告キャンペーンの作成	6p
広告セットの作成	7p
広告のフォーマット(種類)の設定	8p
広告のクリエイティブ(全容)を作成	9p
支払いの設定	10p

広告の分析	11p
-------------	-----

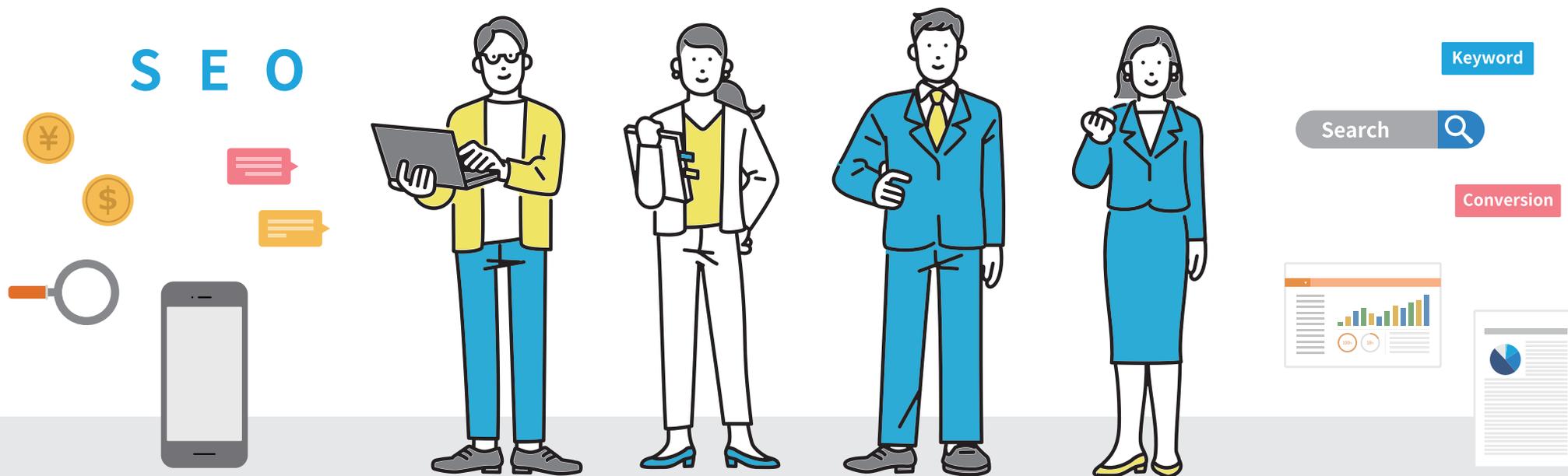
広告の改善・配信	13p
----------------	-----

WEB 広告を配信するためには広告作成をしないと始まりません。

本資料では **2,000 社以上** のマーケティング支援実績のある

「株式会社これから」が、弊社で**実績の多く出ている** Facebook 広告の作成の動きや、配信後の改善点等を中心に紹介していきます。

自分で広告を始める際には是非参考にしてください。



広告媒体の決定

商品やサービスの**ターゲットがどの媒体に**あっているかを**重要視する**必要があります。

各媒体のターゲット例は以下のようになります。



YAHOO!
JAPAN

40代～60代で
PCを使う人が多い



Google

比較的若い世代の
利用率が高く、
スマホユーザーが多い



facebook

20代～50代で
スマホユーザーが多い

参考資料

<https://manamina.valuesccg.com/articles/1053> (Google を使う人、Yahoo! を使う人の特徴を分析してみた)

<https://www.glad-cube.com/blog/?p=22331> (4 大 SNS 広告の特徴)

<https://marketing.yahoo.co.jp/blog/post/2020031630132750.html> (「Yahoo! JAPAN 媒体資料」最新版)

広告媒体のアカウント作成

※facebook の場合

1

Facebook

ビジネスマネージャを作成

個人用 Facebook アカウントで本人確認を行い、「ビジネス名」「名前」「仕事用メールアドレス」「ビジネスの詳細」を入力し作成します。

2

Facebookページの作成

ビジネスマネージャ上から Facebookページを作成します。Facebookの個人アカウントをもっていないと作成できません。個人アカウントとは違い、個人をフォローはできませんが、複数人でアカウント管理が可能です。

3

Facebook

ビジネスマネージャ内から
広告アカウントを作成する

ビジネスマネージャ内の広告アカウントから「アカウント名」を入力すれば完了です。

広告キャンペーンの作成

広告を配信する際の**目的**を決める必要があります。

目的は「**認知**」「**検討**」「**コンバージョン**」が大枠としてあり、より詳細な **11 種類**の中から選択します。

マーケティングの目的は? ヘルプ: 広告の目的

オークション リーチ&フリークエンシー

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	🛒 カタログ販売
	📱 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	



広告セットの作成

広告セットでは、「誰に配信するか」「どこに配信するか」を決めます。

誰に配信するか

地域・年齢・性別・言語・詳細ターゲット設定（プロフィールの登録情報や興味関心など）・つながり（特定の Facebook ページ・アプリ・イベントに対してアクションを起こした人などにターゲティングできます）
リマーケティングに設定も可能

どこに配信するか

基本的には Facebook 社が推奨する自動配置を選択します。
Facebook・Instagram・AudienceNetwork（Facebook 社が構築しているモバイルネットワークのことで、Gunosy、食べログ etc）、Messenger（Facebook ユーザー同士がリアルタイムでメッセージのやり取りを行えるアプリのこと）を選ぶ事ができます。



広告を配信する際の予算・掲載期間・最適化ポイントを選択します。

1日の流入や購入の目標をどれくらいにするかなどによってそれぞれの内容は変わります。

広告のフォーマット設定



画像広告

1枚の画像で形成された広告



動画広告

動画を使用した広告



カルーセル広告

複数の画像や動画を表示でき、ユーザーがスワイプすることで画像や動画をみることができる広告



コレクション広告

画像や動画などのメインの広告を設定し、その下に関連する商品のカタログを表示する広告

参考資料

<https://growthseed.jp/experts/sns/facebookad-format/> (Facebook 広告の種類を目的別に徹底解説!)

広告のクリエイティブ（全容）の作成

広告は写真や動画などの**メディア**、**文字**、**リンク先**などから成り立っています。

広告のフォーマットやメディアの配置によってユーザーに**クリックしてもらえるか**が大きく変わるため、どのような広告になるかをプレビューで確認しつつ調整する必要があります。



同じ商材でも画像や
訴求文があるだけで
雰囲気が違う

支払いの設定

広告全体の設定が完了したら、最後に支払い方法の設定です。
支払い方法は下記の**3つ**です。



クレジットカード



デビットカード



PayPal



銀行引き落としは
対応していないので
注意!!



これで広告配信までの準備が完了です

広告は配信して終わりではありません。

広告が配信されてから、**1～2ヶ月程度**は広告媒体や広告を**見極める期間**になります。その間の結果によってしばらくその広告で続けるか、改善するかを**見極めることが大事**です。しかし、測定結果の分析に明確な正解がないことも多く、広告によって良し悪しは変わります。あくまで、分析の結果は有力な**判断材料**として捉えるのが大事です。予算がある程度あるのであれば、いくつかの画像や文言が違う広告を配信して、それぞれを比べてみるのも良いです。



広告の分析をする中で重要になるのが「**成果**」です。

その成果を確認するためのいくつかの指標があるため紹介します。

- ✓ **広告費用**
- ✓ **インプレッション数**... 広告の表示回数
- ✓ **クリック数**... 表示された広告がどれだけクリックされたか
- ✓ **コンバージョン(CV)数**... 広告をみて訪れたユーザーが購入や資料請求等のアクションを起こした回数
- ✓ **CPA**... 1件のCVを獲得するための費用
- ✓ **CVR**... 広告のクリック数に対するCV数の割合

例

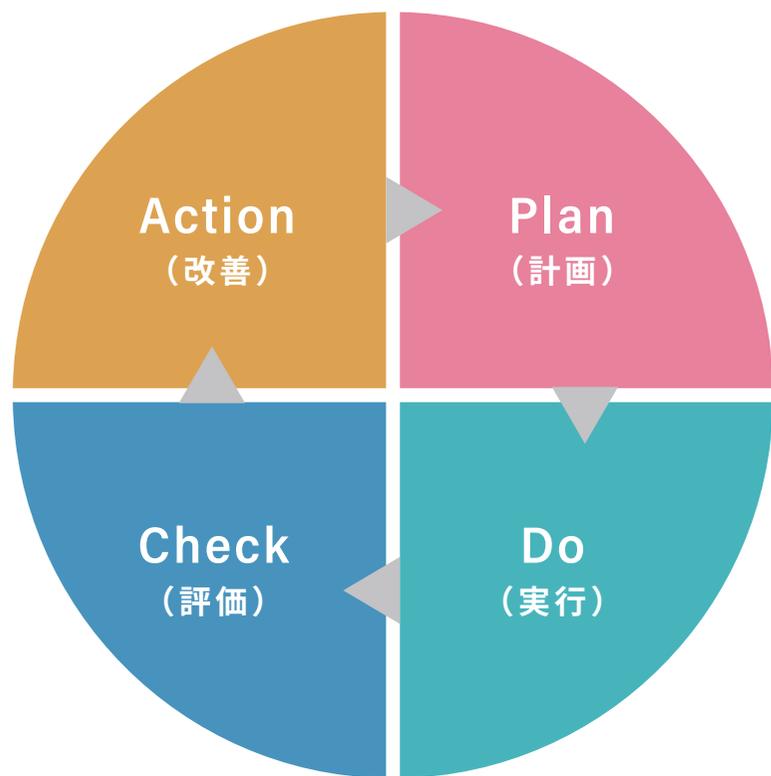
あるアパレルサイトの場合(1週間)

- 広告費用：3,000 円
- インプレッション数：10,000 回
- クリック数：100 回
- コンバージョン数：10 回

$$CPA = 3,000 \div 10 = 300 \quad CPA = 300 \text{円}$$

$$CVR = 10 \div 100 \times 100 = 10 \quad CVR = 10\%$$

広告の改善をする際の方法として有効なのが、
PDCAサイクルの活用です。



Plan

- 課題を明確にした上でターゲットを設定
- 広告出稿の目標を設定

Do

- Web 広告の中から出稿方法を決定
- 広告自体を作成して配信

Check

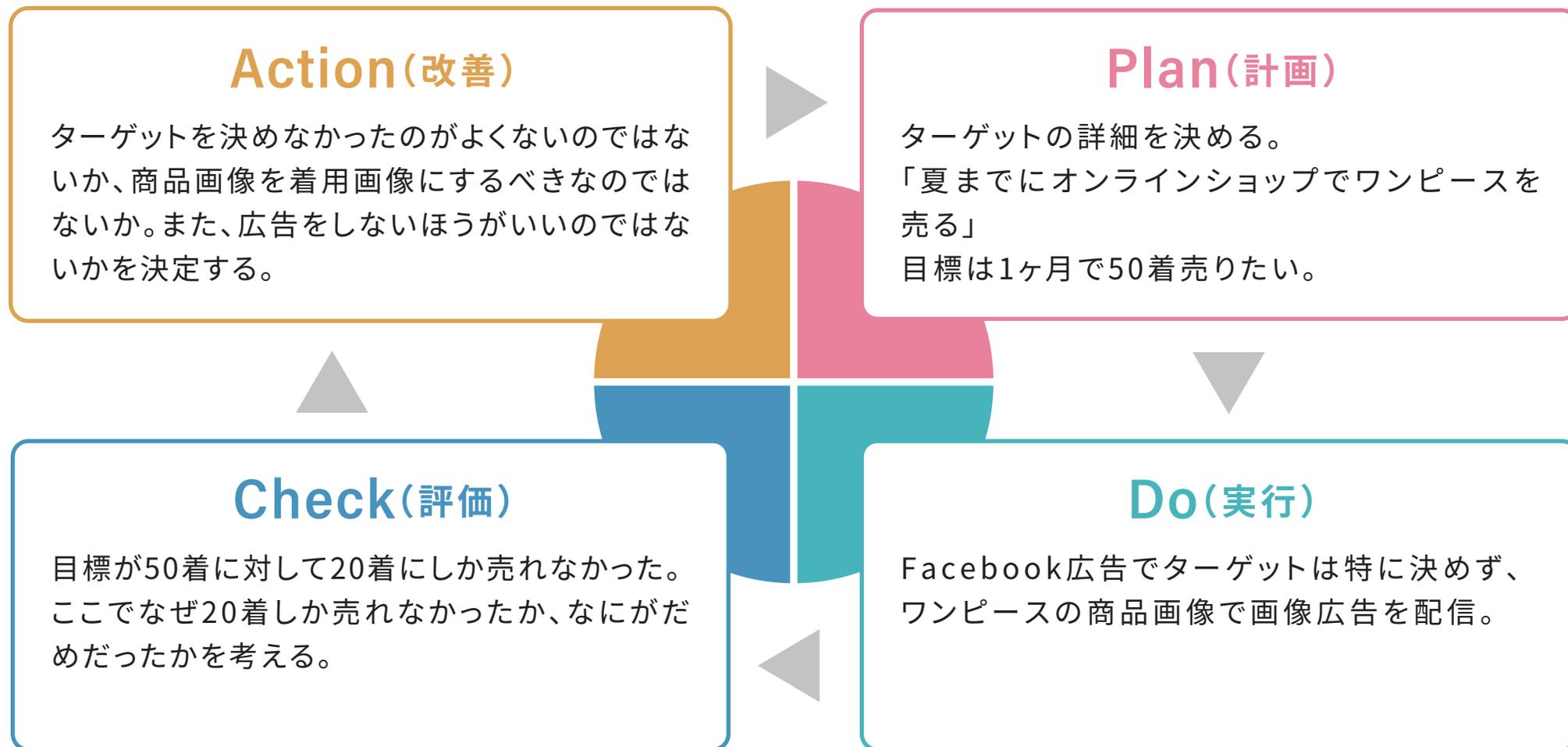
- 広告の効果を確認し、目標との差異を確認

Action

- Plan で設定した目標をなぜ「達成したのか」「達成しなかったのか」を検討
- ターゲット、コンテンツの見直し

PDCA を続け、効果の高い広告を出し続ける必要があります。

PDCAサイクル例(女性アパレルの場合)



本資料を最後までみていただきありがとうございました。

WEB 広告を配信するための作成方法・分析方法を紹介しました。

しっかりと設定や分析方法を理解して配信すれば高い効果が期待できるので、今回紹介した資料が、少しでもお役立ちいただけますと幸いです。



AdSISTとは、一日500円から効果的に広告を運用できる自動集客ツールです。

— AdSISTが選ばれる4つの理由 —

ネットショップと**自動連携!**
手間なく商品をアピールできる

たった**5分**で集客開始!
面倒な設定も不要

「広告を始めたいけど、
自分でやるのはちょっと....」
と思った方、AdSISTで
配信はじめてみませんか?

1日500円から使える!
いつでも**低リスク**で集客を!

ネットショップの
プロの頭脳フル活用



登録はこちらから >

- 沿革**
- 2012. 1 株式会社これから設立
WEB制作事業を開始
 - 2012. 4 大阪支社開設 従業員を15名増員
 - 8 カラーミーショップ認定代理店
 - 2014. 4 EC支援企業ベスト100 制作部門受賞
 - 2015. 1 事業拡大に伴い、東京本社移転
 - 4 EC支援企業ベスト100制作部門2期連続受賞
 - 5 カラーミーショップ大賞2015制作会社賞を受賞
 - 10 MakeShop特別代理店に認定
 - 2016. 1 株式会社ナインピースをグループ化
 - 7 事業拡大に伴い、本社を新宿御苑へ移転
 - 9 Googleパートナーに認定
 - 11 カラーミーショップ公認エキスパート認定
 - 2017. 2 Yahoo!MS正規代理店に認定
 - 3 LINE@正規代理店に認定
 - 11 弊社佐藤がキングオブコントで準優勝
 - 2018. 2 取締役を4名に増員
 - 6 **Googleプレミアパートナー**に認定
 - 7 福岡支社開設
 - 10 Yahoo!シルバーパートナーに認定
 - 2019. 3 これからKIDS開設
 - 6 **AdSISTをリリース**
 - 9 第三者割当増資を実施
 - 10 事業拡大に伴い、本社を四谷三丁目へ移転
 - 2020. 4 名古屋支社開設

- 概要**
- 会社名 株式会社これから
 - 設立 2012年1月5日
 - 資本金 115,000,000円(資本準備金含む)
 - 決算月 12月
 - 従業員数 135名(2021年4月末時点)
 - 取締役 代表取締役 今泉 雄介
取締役 川村 拓也、美甘 典輝、西 正浩
安島 正人、向 徹(2021年5月末時点)
 - 事業内容 WEB制作
WEB広告運用代行
WEBコンサルティング
ネットショップ運営
AdSISTの開発・運営
これからKIDS

受賞実績



TOKYO



NAGOYA



OSAKA



FUKUOKA

■ COREKARA

ネットビジネスを底上げする どへんたい集団