

マーケットナー養成講座  
第8回  
「広告を使ってアクセスを集める」

## 今回の講座の目的

- インターネットビジネスで大きく成果を上げるには  
広告を効果的に活用し、**【自分自身の力で（人に頼る事無く）** 新規顧客を獲得し続けなければならない。
- 今回の講座では、**継続的に新規顧客を獲得し続けるための広告の種類や活用方法**などを学んで行く。

# 広告を使って結果を出すための概念

- ・ 広告費がかかる事を怖がらない
- ・ 広告費とは使った分だけ帰ってくるものなので怖がらずに積極的に投資する姿勢を持つ事
- ・ 広告とは実際に試してみないと結果がわからないものなので  
「札束を燃やす」 勢いで進む人だけが大きく成果を出す

# インターネット広告のメリット・デメリット

## メリット

- ・ 日本中（世界中）への情報配信が可能
- ・ 他のメディアと比べて低価格での出稿が可能
- ・ 属性のあった人にだけ広告を出す事ができる
- ・ 広告効果の測定が簡単

## デメリット

- ・ 効果的な広告を出すのが難しい
- ・ クリックがそのまま購買に繋がるとは限らないので  
ビジネスモデルがしっかりしている必要あり

# インターネット広告の種類

## PPC広告

- GoogleAdwords
- Yahoo!!リスティング広告
- Micro AD アドネットワーク etc

## 純広告

- Micro AD BLADE
- 各種バナー広告
- 芸能人メディアプロモーション etc

# Google Adwordsとは？

Google AdwordsとはGoogleが提供しているPPC広告サービスでユーザーがGoogleで何かのキーワードで検索した際に関連した広告が検索結果ページの右側や上部に掲載できる。

## 特徴

- ・ 広告審査が比較的厳しい
- ・ アフィリエイト不可



## 出稿に必要な物

- ・ 商品等の申し込みが可能なホームページ（ランディングページ）
- ・ 広告費（5万円～10万円）

# Google Adwordsは ディスプレイネットワークに注目！

ディスプレイネットワークとは、YoutubeやGoogle関連サイト、提携しているポータルサイトやブログなどに配信が可能な広告媒体。

## 特徴

- ・ 複数の配信方法がある  
(テキスト広告・イメージ広告・動画広告)

## 出稿に必要な物

- ・ 広告配信用の画像または動画
- ・ 商品等の申し込みが可能なホームページ (ランディングページ)
- ・ 広告費 (5万円~10万円)



# Yahoo!リスティング広告とは？

Yahoo!リスティング広告とは、Yahoo!Japanが提供しているクリック課金型広告で、ユーザーが検索したキーワードに関連した広告をYahoo!などの検索結果の上部に掲載できる。

## 特徴

- ・ 審査がGoogleとは基準が全く違う
- ・ アフィリエイトOK



## 出稿に必要な物

- ・ 商品等の申し込みが可能なホームページ（ランディングページ）
- ・ 広告費（5万円～10万円）



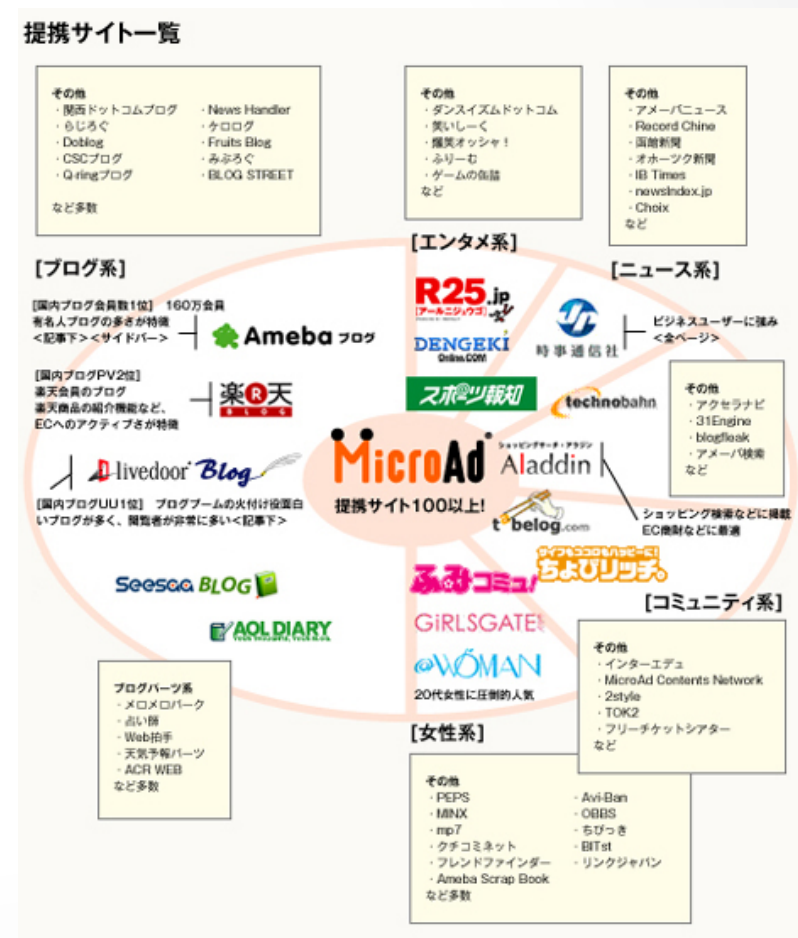


# MicroAD アドネットワークとは？

アドネットワークとはブログを中心とした国内最大規模の広告ネットワークで、行動ターゲティングなどの手法で効果的な配信が可能。

## 行動ターゲティングとは？

ユーザーのサイト閲覧履歴などの行動を分析し、対象ユーザーをセグメント分けした上で一番効果が期待出来るユーザーに向けて配信する事。



## MicroAD BLADEとは？

アドネットワークとは異なり、リスティング広告のように入札形式でディスプレイ広告枠を競り落とす事で高精度なターゲティング配信を行うことが可能。

しかもシステムが自動的にターゲティング設定・入札・最適化を行ってくれる。

### 特徴

- ・ 審査は比較的甘い
- ・ インプレッション課金なのでインプレッション毎に広告費を消費

### 出稿に必要なもの

- ・ 広告用バナー画像
- ・ 広告費（5万～10万）



# 各種バナー広告とは？

Yahoo!のトップページなどの各ページに表示されているバナー広告の事で商品やサービスの認知度、ブランディングを築くのに期待ができる

## 特徴

- ・ 広告出稿費用が高額で掲載期間が短い
- ・ ユーザーへの商品認知やブランディングに期待
- ・ 画像、映像やFlashでの掲載が可能



# 芸能人メディアプロモーションとは？

自社商品を芸能人のブログ等で紹介する事で、潜在的な商品認知度を上げる事が出来る。

大物芸能人のブログの場合、広告費用が高額の為ターゲットを絞って属性が合った商品にしなければ意味がない。

また、読者モデルだと安く、アパレル系商品だと反応がいい。

## 特徴

- ・属性が合った商品であれば、認知度は一気に高まる





# 広告からアクセスを集めるページ

広告から誘導するページはランディングページ（LP）と呼ばれる商品紹介ページにアクセスを集め、そこから新規顧客数を最大化する。



# 広告から新規顧客がとれる様になると？

1

新規獲得リスト  
が安定し、  
売上も安定する

2

様々なチャネルを  
利用できれば  
リスクヘッジになる

3

アフィリエイト展開  
においてデータが  
活用でき、一気に  
有利になる

4

売上も最大化する  
(リストが日々  
貯まって行くため)

# PPC広告の運用方法について

PPC広告の運用は自分自身で行う事も可能ですが、すぐに成果を出すためには、膨大な知識と経験が必要なので時間と費用を考えるとPPCの運用を専門で行っているプロの運用代行会社に依頼するほうが早い。

## 運用代行会社に依頼するメリット

- ・ スタートが早いので時間短縮につながる
- ・ 競合調査などの情報収集の必要がない
- ・ 商品に合った運用が可能



一通りの広告運用が出来ると・・・

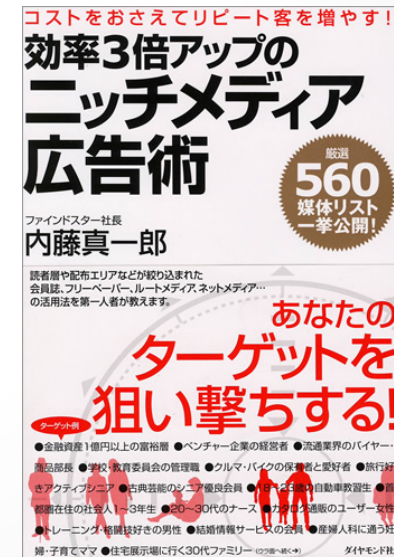
## ニッチメディア広告に チャレンジしましょう！

ニッチメディア広告とは？

→マスメディア（TV・ラジオ・新聞・雑誌）以外の媒体で  
ターゲットがセグメントされているもの。

ニッチメディア広告術  
株式会社ファインドスター

ここから各種媒体にリーチする。



コストをおさえてリピート客を増やす！  
効率3倍アップの  
**ニッチメディア  
広告術**  
560  
媒体リスト  
一挙公開！  
ファインドスター社長  
内藤真一郎  
読者層や配布エリアなどが取り込まれた  
会員誌、フリーペーパー、ルートメディア、ネットメディア…  
の活用方法を第一人者が教えます。  
あなたの  
**ターゲットを  
狙い撃ちする！**  
ターゲット別  
●金融資産1億円以上の富裕層 ●ベンチャー企業の経営者 ●流通業界のバイヤー  
●役員部長 ●学校・教育委員会の管理職 ●クルマ・バイクの保管者と愛好者 ●旅行好  
きアクティブシニア ●古典芸能の女性ファン ●有名私立校の自動車教習生 ●高  
齢層在住の社会人1〜3年生 ●20〜30代のナース ●SNSで長く通販のユーザー女性  
●トレーニング・格闘技好きの男性 ●結婚情報サービスの会員 ●産婦人科に通う妊  
婦・子育てママ ●住宅展示場に行く30代ファミリ（の妻・母・女）  
ダイヤモンド社

更に一步突き抜けるためには・・・

## PR・メディアリレーションを活用しよう！

ネット広告を打つだけでなく  
メディアにもしっかりとリーチする思想が大事

ネット広告だけでは検索需要が上がらないので効果を最大化するためには、様々な媒体とリレーションを築くことが重要

- ・ 各種雑誌、週刊誌、新聞
- ・ 大型WEB媒体にニュース出向（PR）、コラム連載

全体像（理想）としては・・・

テレビ・雑誌（商品・サービスを知る）



ネットで検索



PPCや純広告、ニッチメディア広告で  
そのユーザーを捉える。またはアフィリエイト  
サイトから申し込ませる。

## コンサルタントとして活動する方へ

広告戦略のノウハウを身に付けた上で、クライアントに合った広告媒体の紹介をする際に、各種広告代理店と繋がりを持って**マージンとして紹介料をもらう。**



## まとめ

- ・ まずは運用代行会社に連絡して、  
**商品に合ったPPC広告にまずは出稿してみる**のが重要。
- ・ 資金に余裕があれば  
**純広告、メディアにもリーチ**する事で売上を最大化できる。
- ・ 全てを自分で行おうとせず、**運用代行会社、広告代理店に  
依頼し、連携**して進めていく考え方を持つ事。

## 最後に

- **広告の種類を理解**した上で商品販売に役立てる。
- 一人で管理するのは限界がある。  
運用代行会社などに任せれる部分は任せる。
- 少額の資金からでも構わないので**毎月広告費を捻出**する事。