

グローバルマーケティングの SNS広告運用代行



INDEX

01. グローバルマーケティングのご紹介

p2

- 会社概要
- 経営理念
- グローバルマーケティングの事業領域
- グローバルマーケティングの強み
- グローバルマーケティングの広告運用
- 他社との違い

02. グローバルマーケティングのSNS広告運用代行

p10

- アカウント構成の考え方
- クリエイティブの考え方
- 自動入札の考え方
- 安定運用までのイメージ

03. 各SNS広告の特徴

p15

- Facebook広告について
- Twitter広告について
- Instagram広告について
- LINE広告について

04. 弊社実績・事例

p29

- 主な取引先例
- レポートサンプル
- 運用体制ご紹介
- 配信までの流れ

01

グローバルマーケティングのご紹介

Our SNS Marketing Service

会社名	株式会社グローバルマーケティング
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> • WEBマーケティングコンサルティング • SEO コンサルティング • DSP「info'z DSP」の運営・販売
代表	左子 義則
設立日	2020年3月19日
所在地	東京都渋谷区代々木1-21-12 ヤマノ26ビル3階B号室
主要取引銀行	きらぼし銀行東新宿支店 武蔵野銀行渋谷支店 第一勧業信用組合千駄ヶ谷支店
資本金	3,000,000円
関連会社	合同会社フリーランスブリッジ(http://freelance-bridge.co.jp)

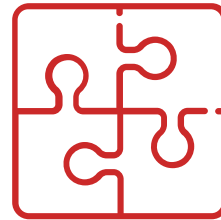
“自由の中に責任あり”の経営理念のもと迅速で的確な提案を強みとする

Global Digital Marketing



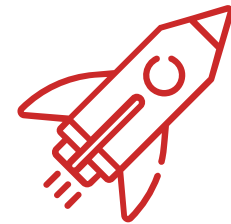
グローバルマーケティングは日本国内向け広告に限らずアジア圏向けの広告配信を含めたWEBマーケティングをご提案します。

PDCA Operation



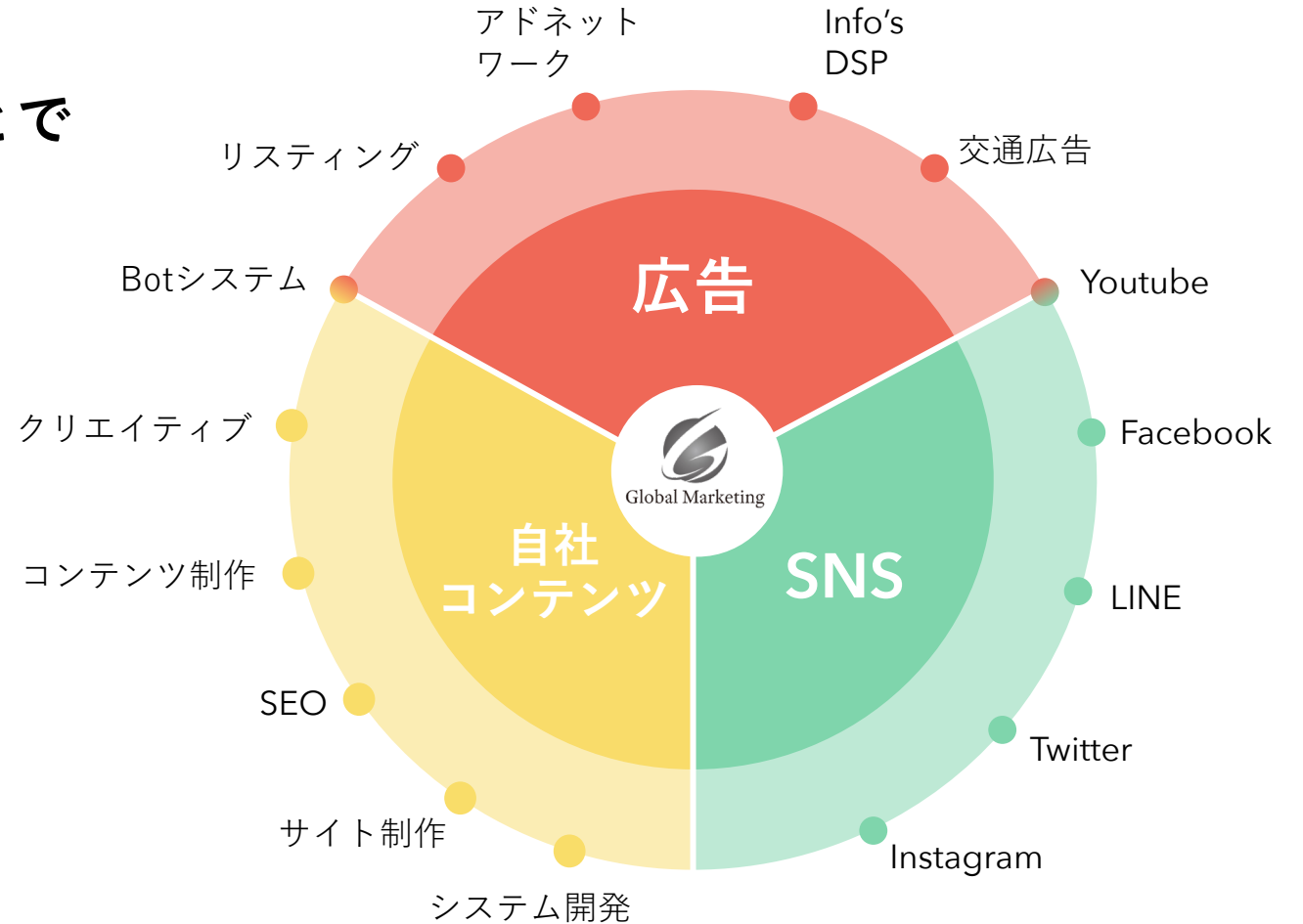
広告運用は運用担当者のスキルに大きく左右されています。運用資格取得の専任担当者による緻密な運用をご提供します。

Quick Response

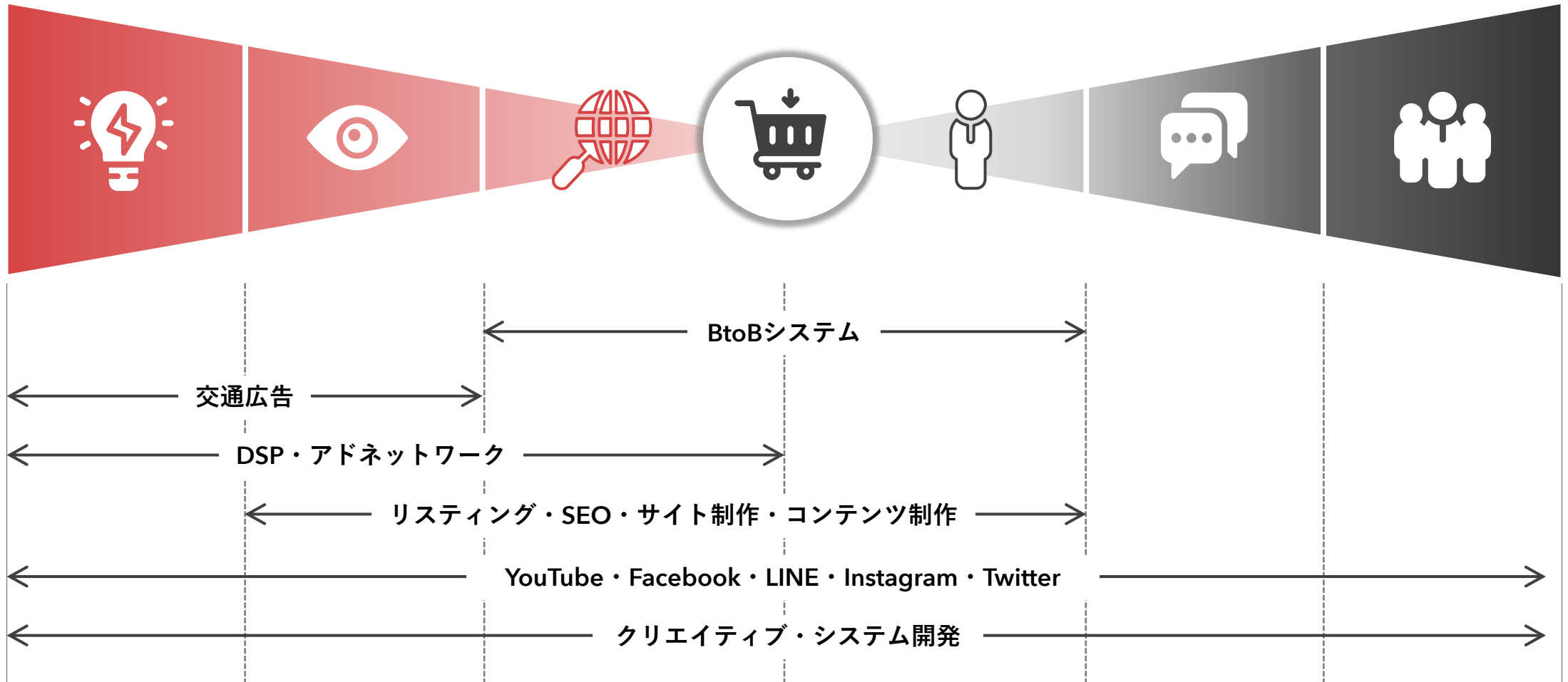


私たちは誰にも負けない速さで対応・行動致します。後回しにしない社内文化でお客さまに安心と信頼感をご提供し、期待値を超えたサービスを実現します。

インターネット広告だけに限らず、
マーケティング領域全般を活用することで
フルファネルなマーケティング戦略を
ご提案します！



マーケティングコミュニケーションの様々な場面の課題解決に貢献します



3つの強みを活かして、ご提案いたします

少額からの運用改善



50万～100万程度の
少額運用からの
改善が得意

1

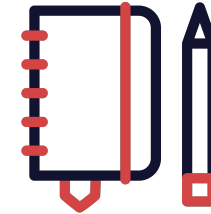
経験者のみの運用体制



広告代理店・事業会社で
広告運用経験がある
メンバーのみで構成

2

クリエイティブ



運用者自身がクリエイティブを制作
分業化によるクオリティ
の低下を防止

3

目標に対して効果が大きい施策から優先的に行います

広告運用は成果に直結しやすい施策がある程度決まっています。
 成果が出やすい施策を優先して行うことで、成果改善のスピードが速くなります。

効果の高い施策の例	効果の低い施策の例
入札調整（自動入札の使用の判断含む）	広告表示オプションの変更
無駄なキーワードの除外	CV期待の薄いキーワードの拡張
無駄なターゲティングの停止	無理のある広告媒体推奨構成へ変更
ユーザーを意識した広告クリエイティブ改善	ABテストだけを目的としたクリエイティブ変更

広告媒体や社内都合による無駄な運用を排除

大手広告代理店は、利益率の都合で少～中規模案件の対応が薄いケースが多いです。
 また、広告運用を得意としていないコンサル会社は運用部分は外注を利用しているケースもあります。
 そういったデメリットを解消することができます。

	 Global Marketing	大手広告代理店	マーケティング コンサル会社
 運用体制	少額案件からも対応可能	少額案件は対応が薄い	自社での運用は難しい
 クリエイティブ	運用者がアカウントに 合わせて制作	分業化されており 運用と離れている	クリエイティブの提案は 強いが制作は外注
 アカウント構成	経験者しかいないため、 適切な構成を作成	基本的に広告媒体社の 推奨構成	運用面は外注が多い

02

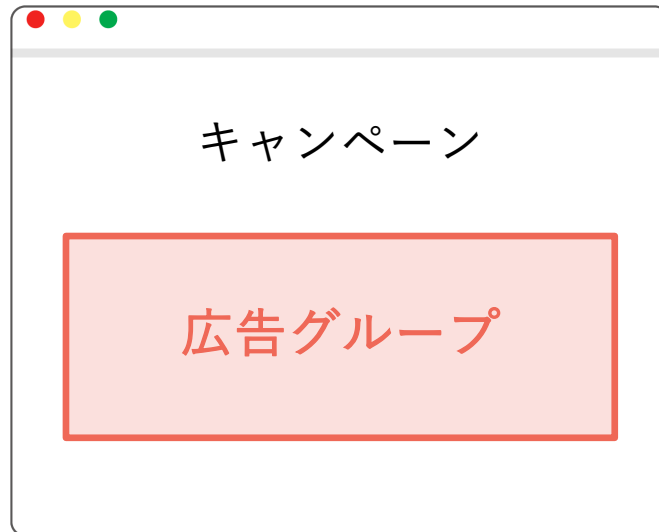
グローバルマーケティングの SNS広告運用代行

Our SNS Marketing Service

媒体推奨構成と経験に基づいた構成を使い分けます

媒体推奨構成は媒体の自動化機能を機能しやすくすることを目的とした構成です。なるべくデータをまとめることで、AIがデータを学習しやすくなります。反面、細かい運用調整は苦手としており、少～中規模案件では、AIが学習するのに必要なデータが貯まらずうまくいかないケースも見受けられます。

媒体推奨構成



媒体推奨を崩した構成



データ量の少ないアカウントは手動入札を使い分けます

広告媒体の自動入札はAIが学習に必要なデータ量を担保しないと機能しづらいという欠点があります。
そのため、アカウントの規模に応じて、自動入札と手動入札を使い分ける必要があります。



手動入札

データ量 ▶ 少ない

ご予算規模 ▶ 少ない



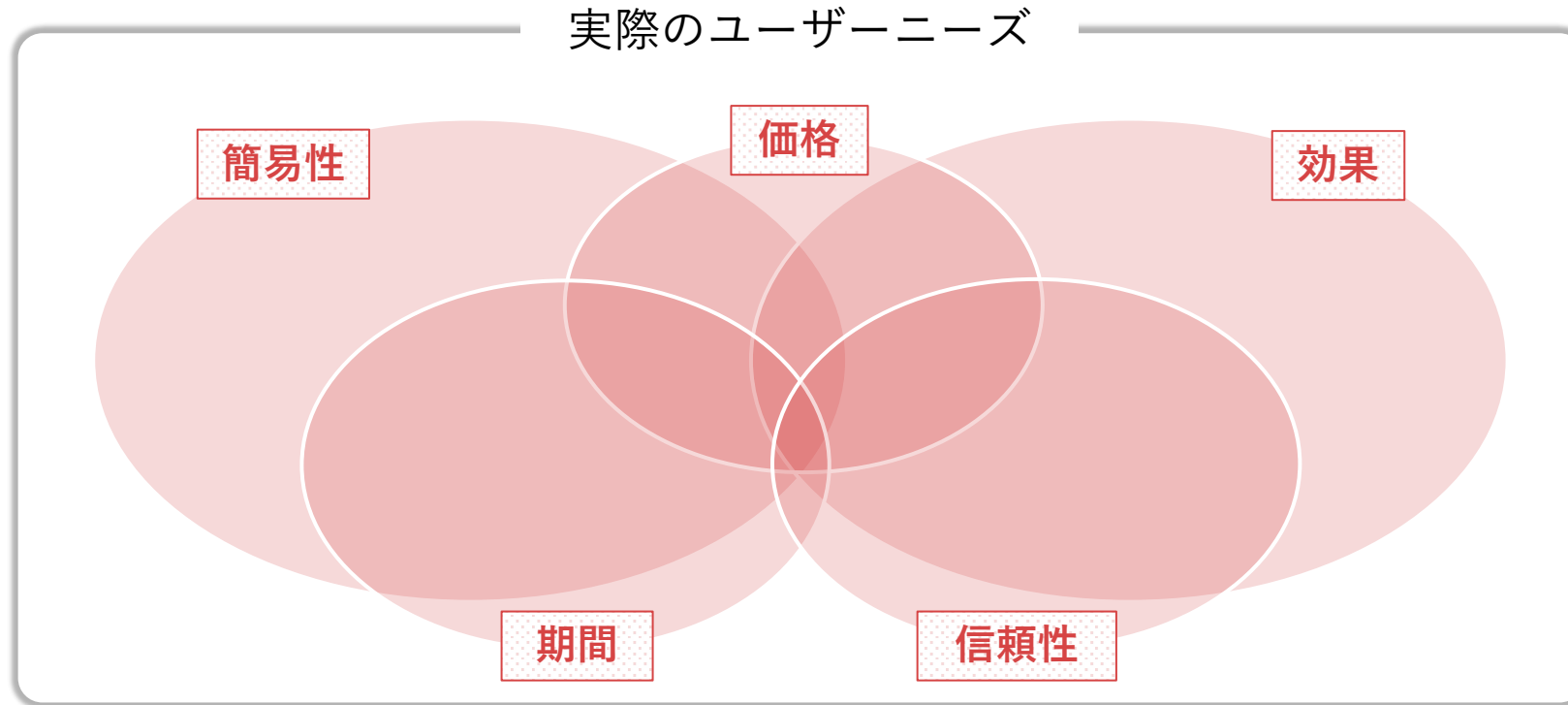
自動入札

データ量 ▶ 多い

ご予算規模 ▶ 多い

ユーザーのニーズを的確に把握しクリエイティブを制作

広告運用のクリエイティブ制作は一般的には一つの訴求にこだわって作られることが多いです。しかし、実際のユーザーのニーズは様々なニーズが複合的に存在しています。そのため、強調する訴求と掛け合わせる訴求を複合的に考える必要があります。



安定した成果が出しやすい構成をめざします

STEP



1 媒体最適化の掛かり方を確認

最適化に必要なデータが獲れるか確認しながら、配信を行う。



2 適切な最適化戦略を選択

手動入札が良いのかの判断も含めて、適切な入札や最適化に調整していきます。



3 クリエイティブの反応を確認

成果の良いクリエイティブに配信が寄って行くことが多いためクリエイティブの精査を行います。



4 クリエイティブを絞り込み

反応の良いクリエイティブへ絞り込み、成果を最大化します。



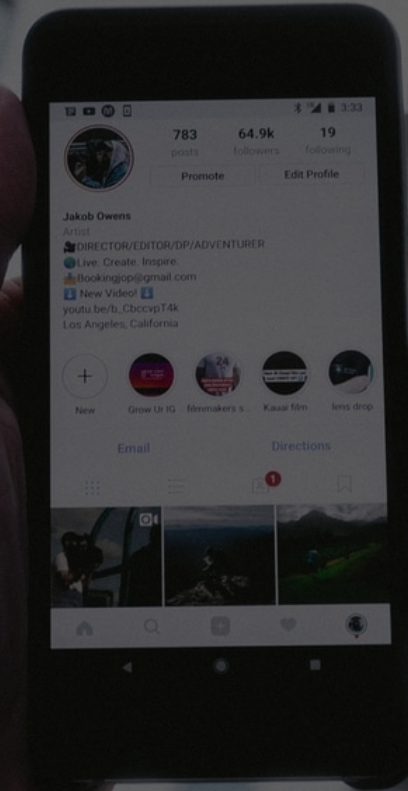
**①～④を踏まえて、
ターゲティング・
クリエイティブを追加**

①～④の成果から、ユーザーニーズを把握。新たなクリエイティブ追加を行います。また、追加で獲得が期待できそうなターゲティングの配信を検討します。

03

各SNS広告の特徴

Our SNS Marketing Service



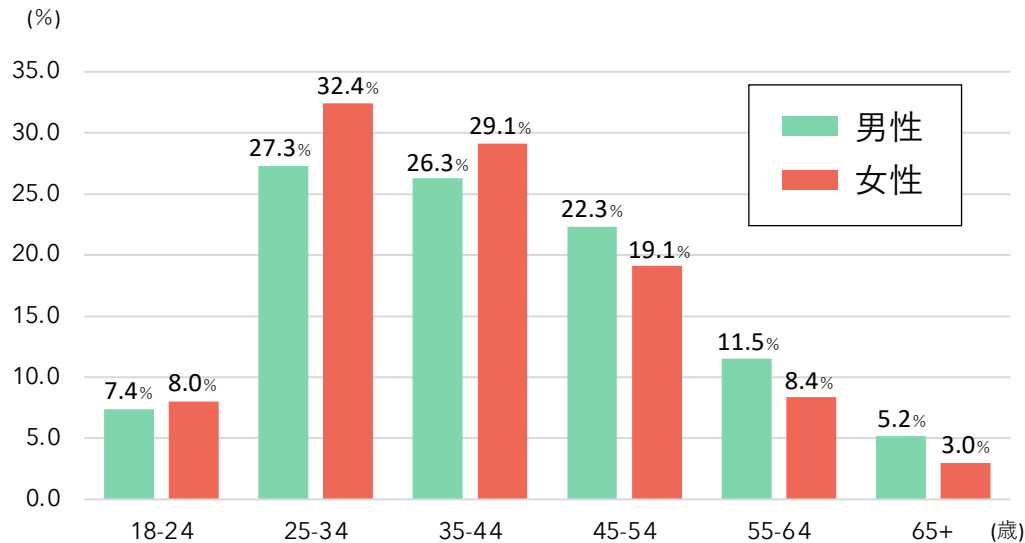
スマートフォンを中心に男女問わず広く利用されている。
25～54歳までの年齢層へのリーチを得意としている。



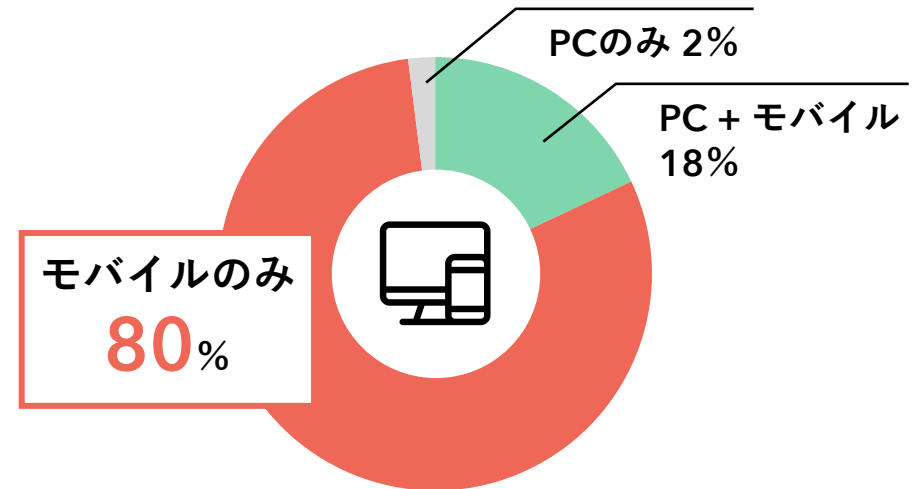
月間アクティブ
ユーザー数

世界：約**25億**人、国内：約**2,600万**人

年齢 × 性別分布 (MAUベース)



利用者の使用デバイスの割合



高いターゲティング精度を生かした運用調整

実名登録のため、ユーザーデータが類推ではなく、ターゲティング精度が高い特徴があります。

そのため、媒体の自動最適が機能しやすく、媒体最適化をうまく利用することで成果が出やすい媒体です。

利用者情報

- 地域、国、都道府県、市区町村
- 生年月日、世代
- 交際ステータス
- 卒業、在籍校、学歴、専攻
- 勤務先、役職、業界
- 言語 • 性別

ライフイベント

- 引っ越し、駐在
- 結婚、婚約
- 近日誕生日・記念日を迎える



興味・関心

- 好きなページやアプリ
- ゲーマー、ゲームのジャンル
- アクティビティ • 興味、好きなもの

つながり

- 特定ページのファン、ファンの友人、ファン以外
- 特定アプリやイベントとのつながり

端末情報 / 接続環境

- OS (iOS、Android など)
- OSバージョン (例.Android4.1)
- 携帯端末 (iPhone6、Samsung、HTCなど)
- 利用ブラウザ (IE、Chrome、Safari、Firefoxなど)
- Wi-fi接続環境利用者 (大容量アプリのインストール向け)

集めたユーザーデータ・CVデータを有効活用

ターゲティング制度の高さから、広告配信で収集したユーザーデータを活用しやすい媒体です。
商品購入に至ったユーザーデータを活用し、拡張配信を行います。



類似オーディエンスで拡張できるデータ

カスタムオーディエンス ウェブカスタムオーディエンス モバイルアプリカスタムオーディエンス
Facebookページのファン 動画を見た人 LTVをベースにしたカスタムオーディエンス など

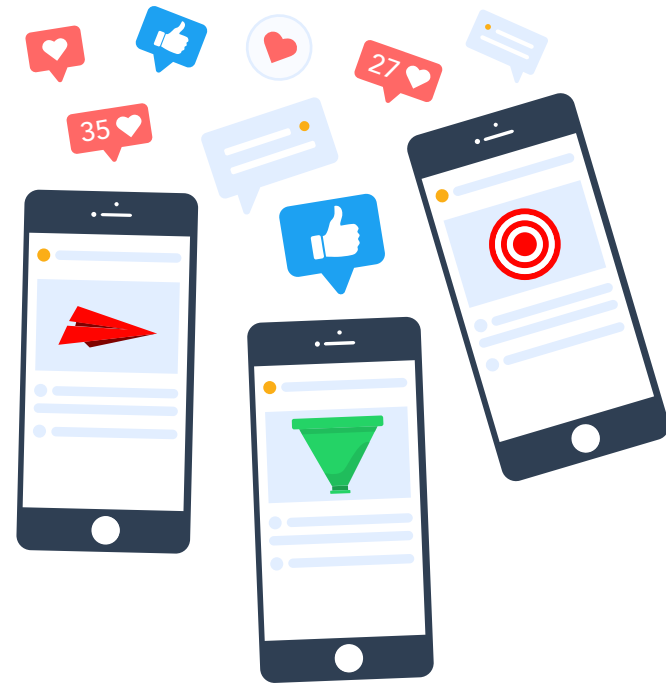
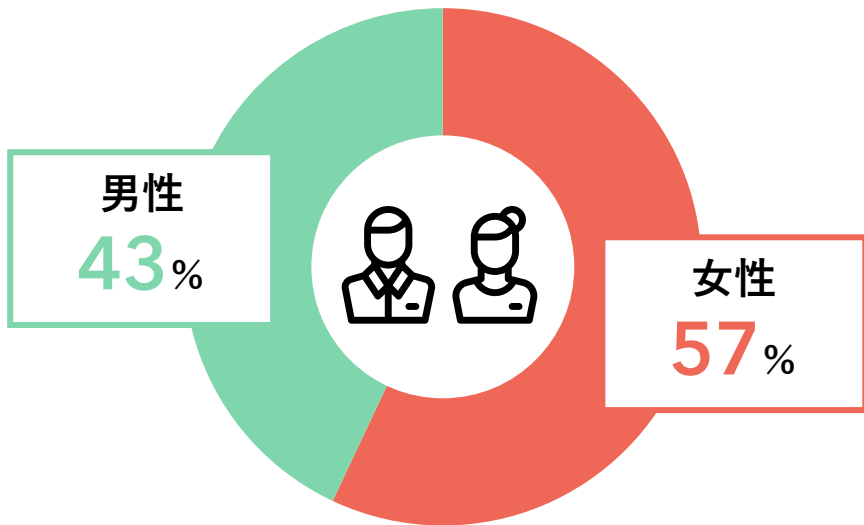
若年層の女性を中心に利用され、男性の利用も増加傾向。
画像中心のコミュニケーションで、視覚的に商品を認知することに長けている。



月間アクティブ
ユーザー数

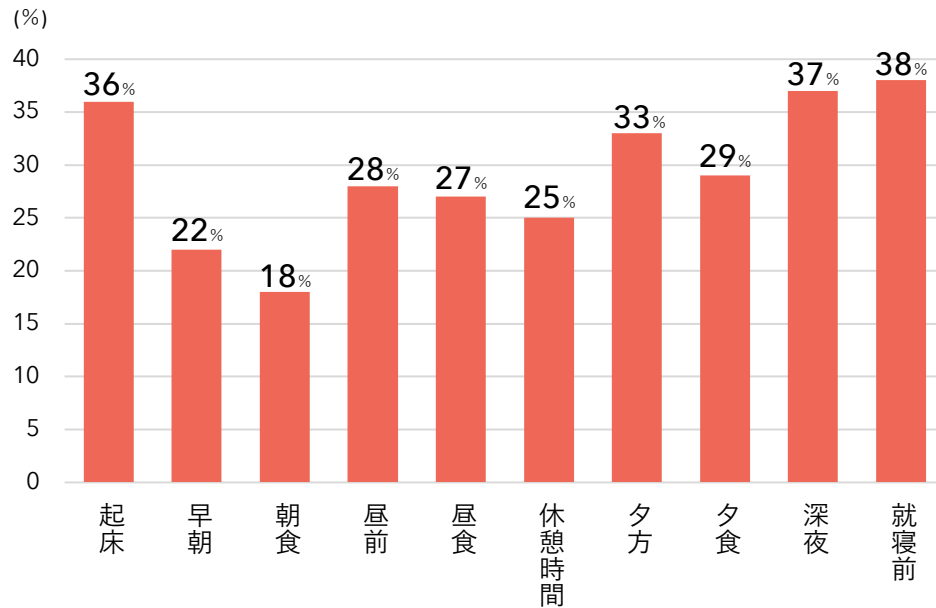
世界：約**10**億人、国内：約**3,300**万人

ユーザーの男女比



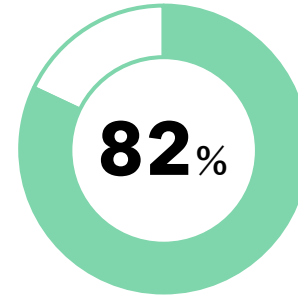
若年層を中心に時間を問わず利用されており、
商品購入のきっかけになる情報収集に利用されている。

若年層の利用状況

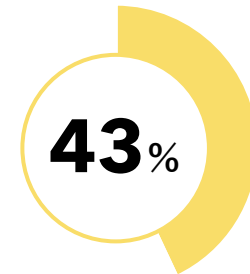


← 起床から就寝までInstagramを利用 →

利用者の購買行動への影響



Instagram上の投稿がきっかけで
行動を起こしたことがある



ブランドサイト・ECサイト等で
後日、商品確認や購入をする

Facebook広告同様高いターゲティング精度を生かした運用調整

Instagram広告はFacebook広告と同システムのため、Facebook広告の高いターゲティング精度をそのまま利用することができます。そのため、Facebook広告同様、高い精度の最適化が期待できます。

最適化オプション	目的	利用条件
広告想起リフト	ブランドの認知度アップ	
リーチ	リーチ、トラフィック、投稿のエンゲージメント、イベントへの参加を増やす、コンバージョン、来店数の増加	
インプレッション数	リーチ、トラフィック、投稿のエンゲージメント、イベントへの参加を増やす、コンバージョン、カタログからの販売	
リンクのクリック	トラフィック、アプリのインストール、コンバージョン、カタログからの販売	
コンバージョン※1	アプリのインストール、コンバージョン、カタログからの販売	ピクセル イベント必須
投稿のエンゲージメント	投稿のエンゲージメント、コンバージョン、カタログからの販売	
ランディングページビュー	トラフィック、コンバージョン	ピクセル ベースコード必須
アプリのインストール	アプリのインストール	
アプリイベント※1	アプリのインストール	SDKイベント必須
価値※1	アプリのインストール、コンバージョン、カタログからの販売	ピクセルまたはSDKイベント（パラメータ）必須
動画の2秒以上の継続的な再生	動画の再生数アップ	
リード	リード獲得	
ページへの「いいね！」	ページへの「いいね！」	
返信	メッセージ	
店舗での販売（β）※2	来店数の増加	オフラインCVデータ必須
来店数の増加（β）※2	来店数の増加	来店数計測が利用可能な場合のみ
ThruPlay	動画の再生数アップ	

媒体特性を生かしたクリエイティブをご提案

画像を中心としてコミュニケーションが盛んな媒体です。

ストーリーズなどで見かけた広告から検索につながることも多いため、配信面にマッチしたクリエイティブとテキストで配信を行います。

フィード



ストーリーズ



発見タブフィード



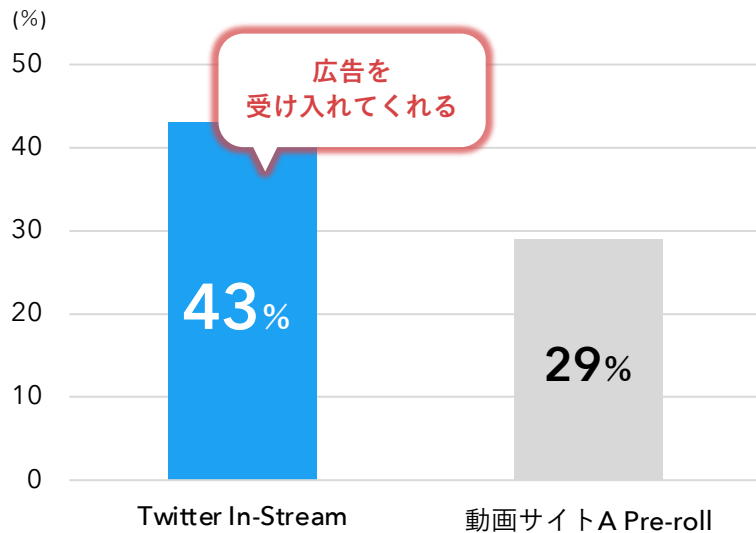
新しい情報に敏感なユーザーが多く、広告の許容度も高いため、
情報が良ければ広告も受け入れられやすい



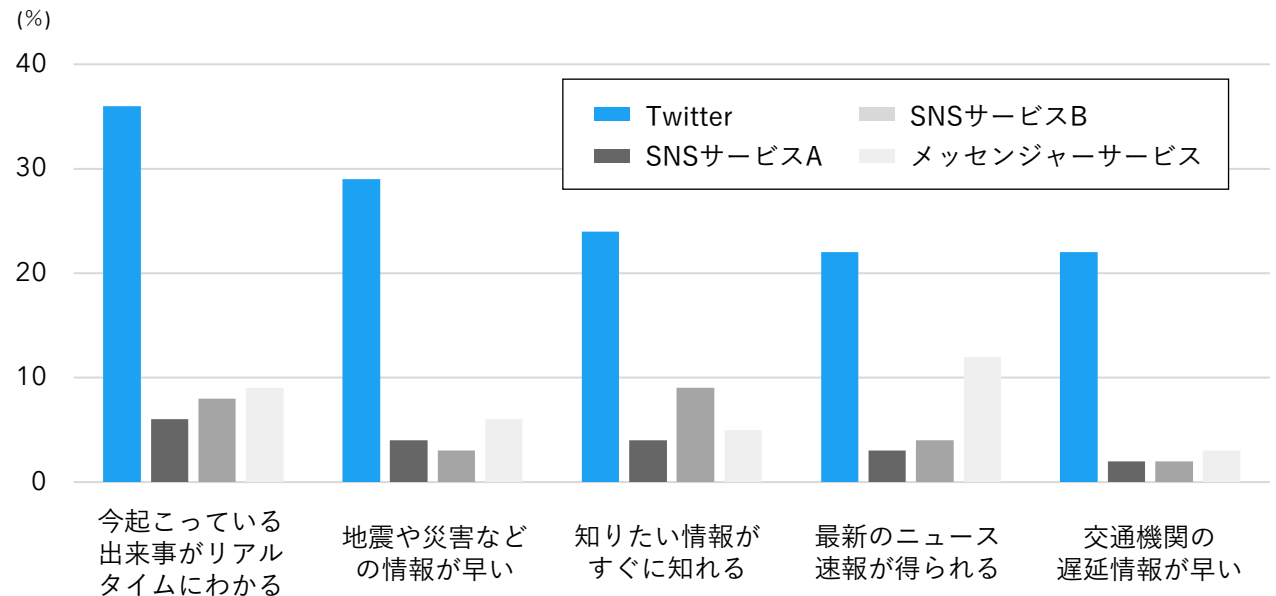
月間アクティブ
ユーザー数

世界：約**3億3,000万人**、国内：約**4,500万人**

広告の許容度



SNSのアンケート調査

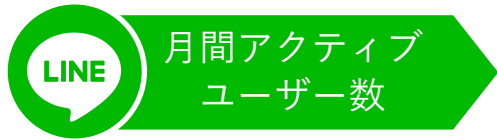


広告ツイートでもいいねやリツイートされることを目指す

Twitter広告は広告用のツイートもいいねやリツイートが可能です。リツイートされた場合は費用が掛からずに拡散されていきます。広告から広がっていくことで費用を抑えて認知を獲得することができます。



国内最大級のMAUで、主要SNSの中では最大規模のユーザー数を誇る

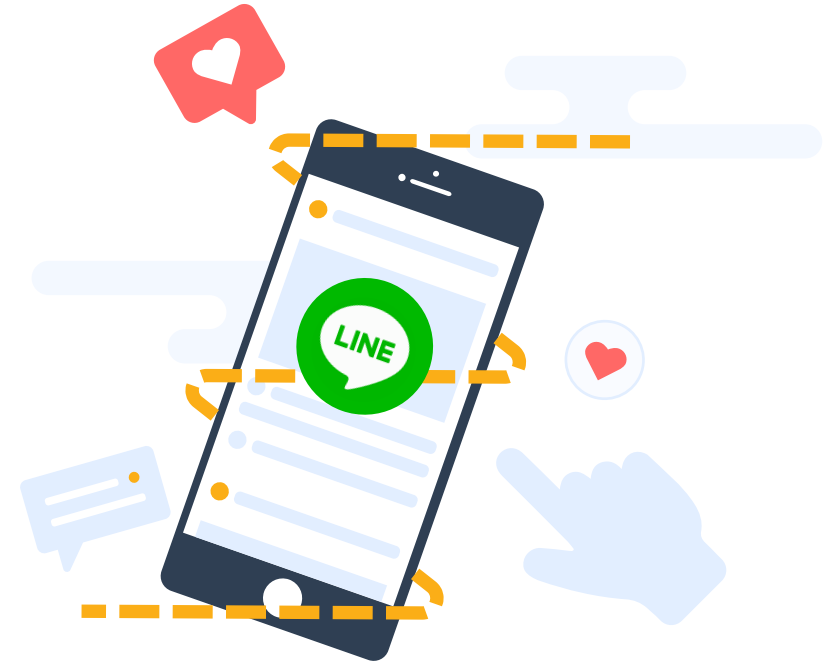
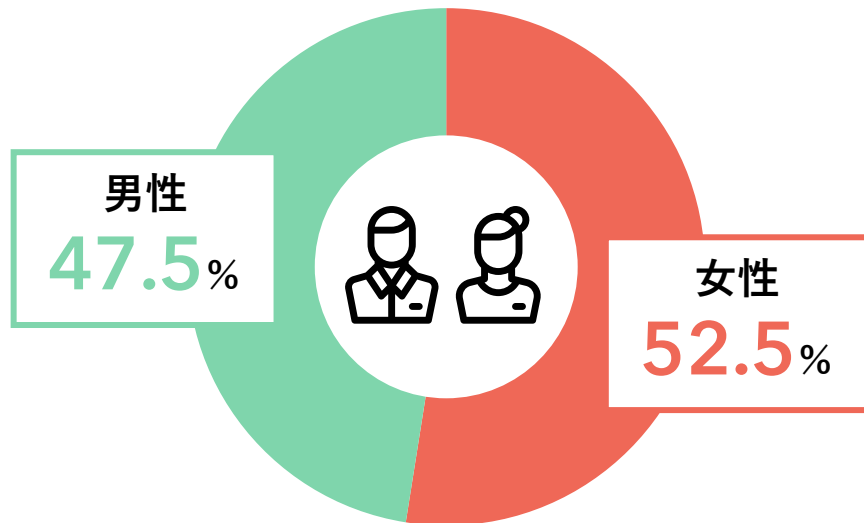


国内：約**8,400万人**※1（日本の人口の66% ※2 以上をカバー）

※1 LINE社調べ LINEアプリ 月間アクティブユーザー 2020年6月時点

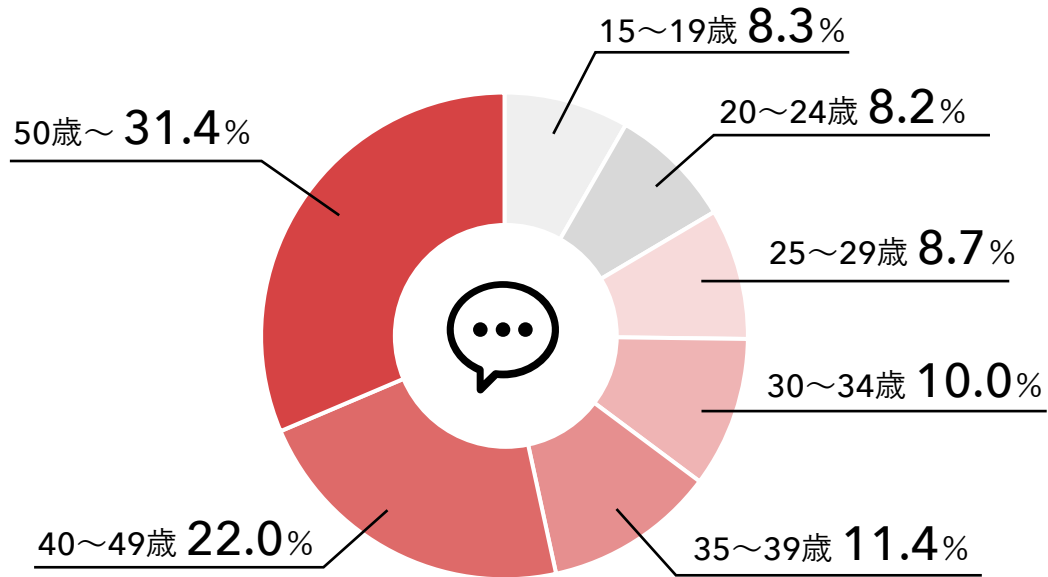
※2 LINEの国内月間アクティブユーザー 8,400万人 ÷ 日本の総人口1億2631万人(平成31年2月1日現在(確定値) 総務省統計局)

ユーザーの男女比

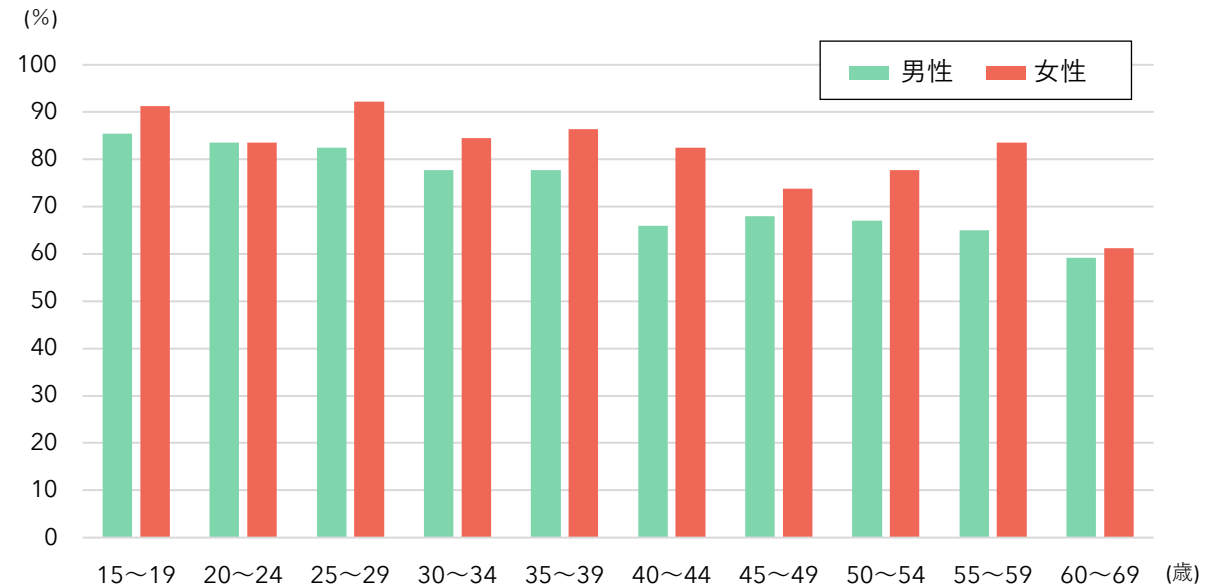


幅広い年齢層に利用されており、
他のSNSが苦手としている50代以降のユーザーにも広く利用されている

年齢層別の利用状況



LINEを毎日利用するユーザーの割合



豊富な配信枠にマッチするクリエイティブで配信

LINE広告は他SNS広告のようなタイムラインフィードに限らず、ニュース面、マンガ、トークリストなど様々な配信枠があり、枠ごとに広告サイズが可変して配信されます。そのため、特定枠に最適化したクリエイティブではなく、様々な枠に対応できるクリエイティブで配信する必要があります。

タイムライン



LINE NEWS

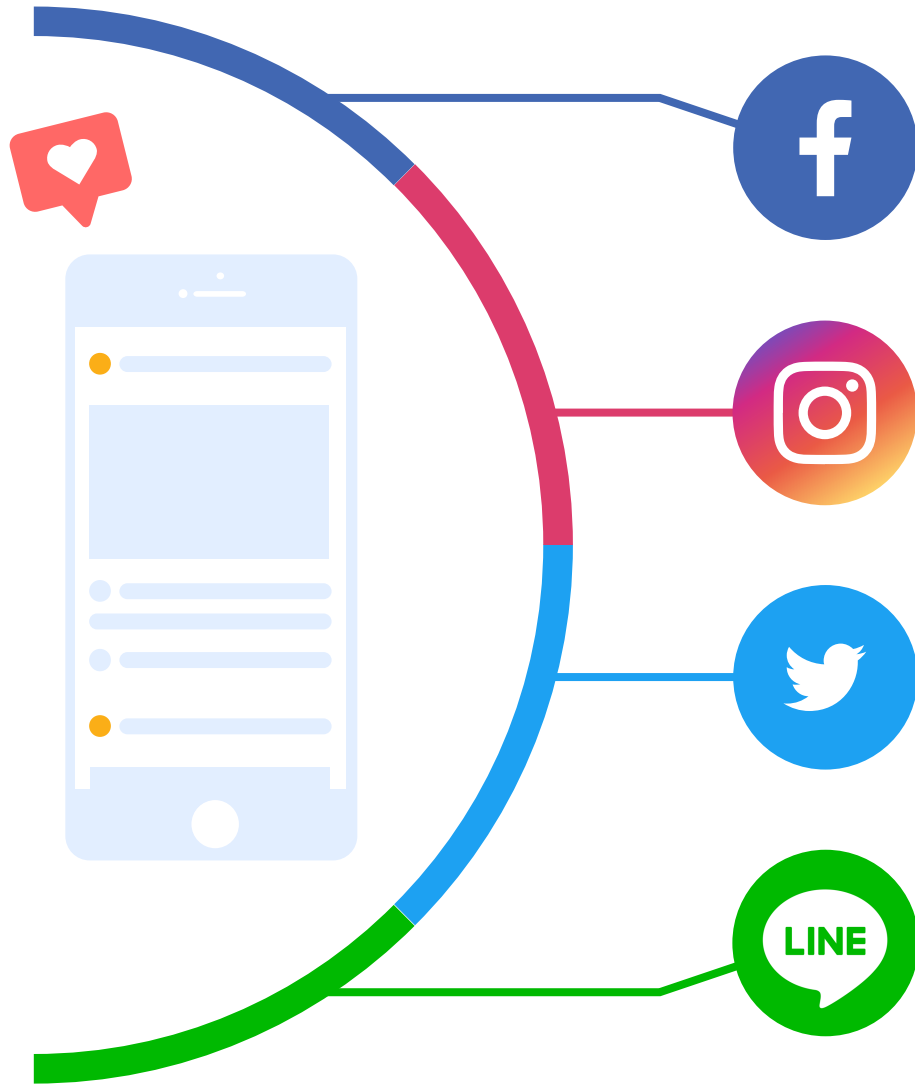


トークリスト



LINEマンガ





Facebook

- ユーザー情報の正確さによる精度の高いターゲティング
- 25～54歳までの年齢層に対する広告配信が得意
- 広告配信で集めたデータを活用しやすい

Instagram

- ユーザー情報の正確さによる精度の高いターゲティング
- 若年層の女性を中心に画像で伝わりやすい広告配信が可能
- 広告配信で集めたデータを活用しやすい

Twitter

- ユーザーの広告親和性が高く広告が受け入れられやすい
- リアルタイムの情報を求めているユーザーが多い
- 広告用ツイートもいいねやリツイートされて認知される

LINE

- 国内最大級のユーザー数
- 幅広い年齢層の利用者で他SNSではリーチできない層へリーチ可能
- 多様な配信枠でタイムラインに限らない配信も可能

04

弊社実績・事例



Our SNS Marketing Service

さまざまな業種のクライアント実績があります



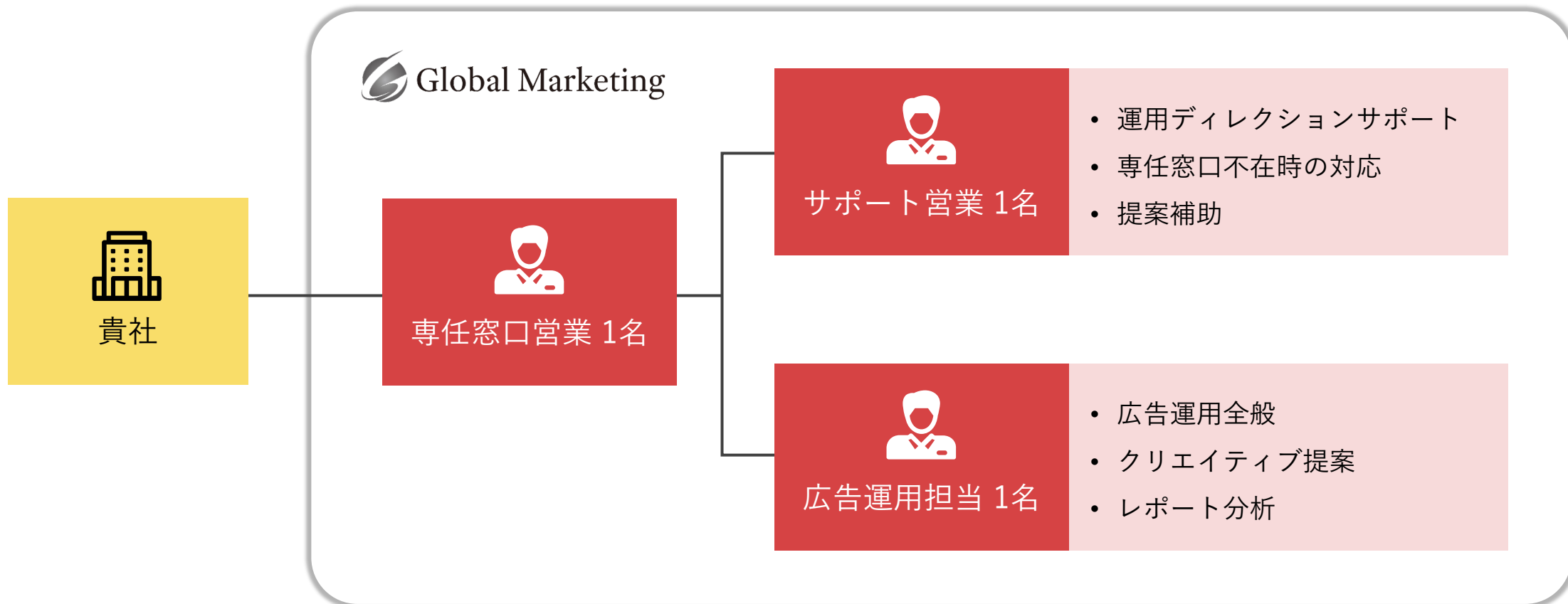
visual communication experts



クライアント実績業種

- 人材（転職サイト）
- 金融領域（FX/仮想通貨取引所）
- BtoB（サーバー保守/徽章/撮影スタジオ）
- 大学（私立大学）
- 地方自治体
- 各種官公庁

弊社は下記3名の体制で対応いたします

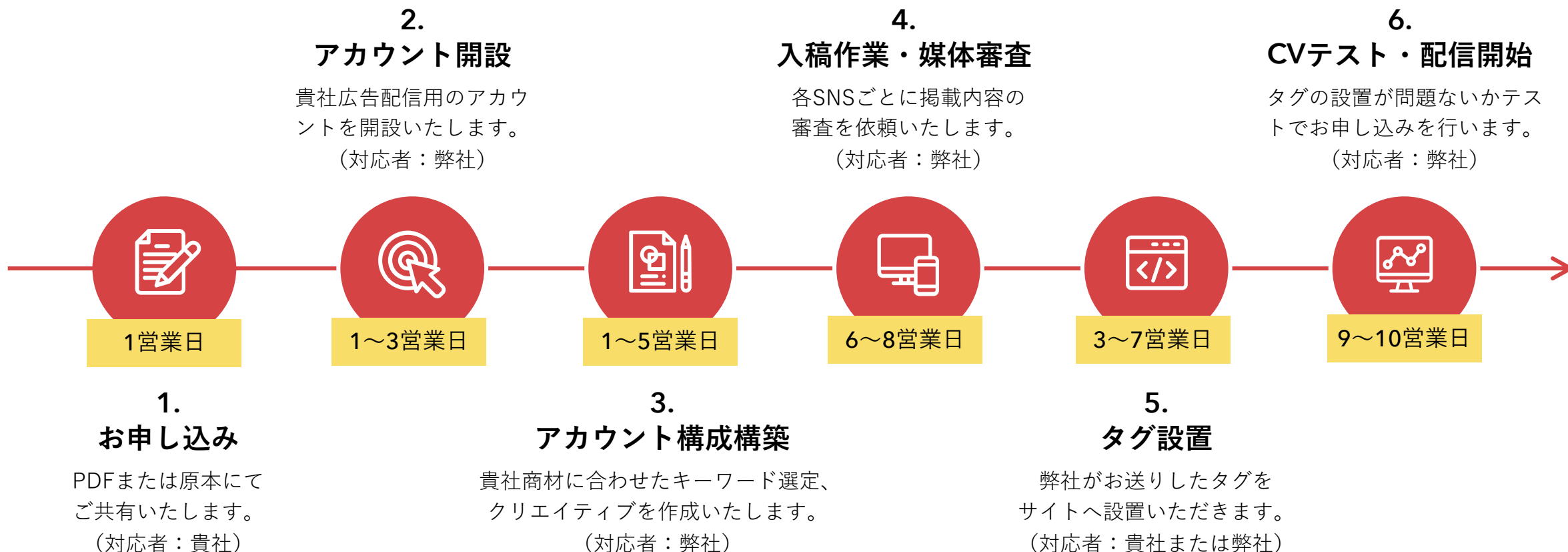


改善施策をレポートにまとめて、ご報告いたします

グローバルマーケティングでは、月1回の定例会（原則訪問/WEB対応可）にて毎月の配信結果をご報告し、当月～次月の実施改善施策をご提案しています。また、配信結果については下記のようなビジュアル化したレポートにてご報告致します。



お申し込みから10営業日前後で配信開始いたします



※STEP5のタグ設置に関しまして、タグマネージャーの権限を共有いただくことで弊社で対応も可能となります。

- CONTACT -

以下のようなお悩みがあれば、お応えできる可能性がございます。ぜひ一度お問い合わせください。

- 広告運用経験者に運用してほしい
- 小～中規模でもしっかり運用してほしい
- 現代理店があまりアカウントを見てくれない
- 特殊なビジネスなため、うまく運用できない
- 社内で対応しようとしてうまくいかなかった
- 広告運用者目線でLPやクリエイティブの意見がほしい



03-6300-5910

(平日 9:00～18:00)



<https://gl-marketing.co.jp/contact>

