

# 広告運用チェックシート

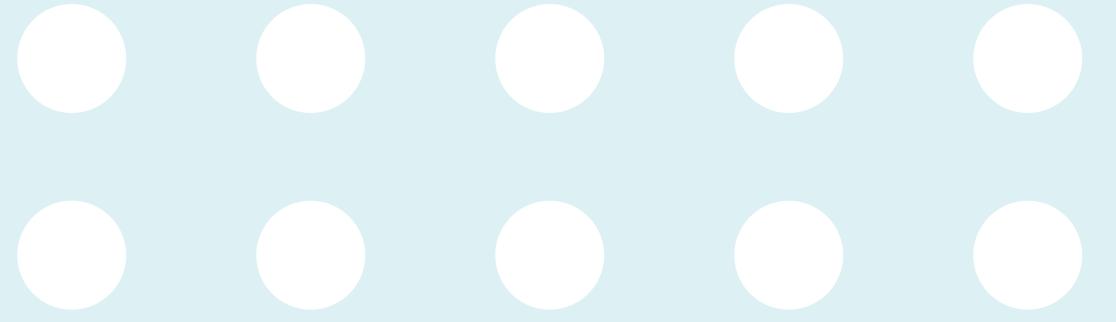
広告費を最大限有効化するためのチェックシート

これで貴社も最適化完了

製作：株式会社WAOCON

# INDEX

- 01 商品と広告媒体のマッチング
- 02 各種設定
- 03 CV設定
- 04 見える化ツールの導入
- 05 まとめ



# 01

## 商品と広告媒体

# 商品と広告媒体のマッチング

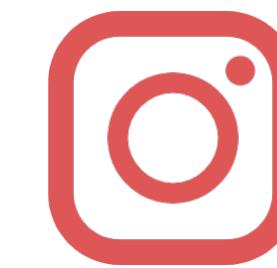
商品を訴求したいターゲットに使用広告媒体がフィットしているか？

**悪い例①** 今すぐリードが欲しいのにSNS広告が主流との噂を聞きつけFacebook広告に広告を出稿している

**悪い例②** toB商品をインスタ広告で運用している



FaceBook



Instagram

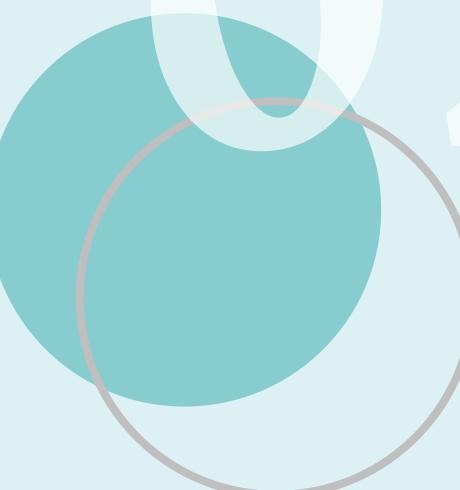
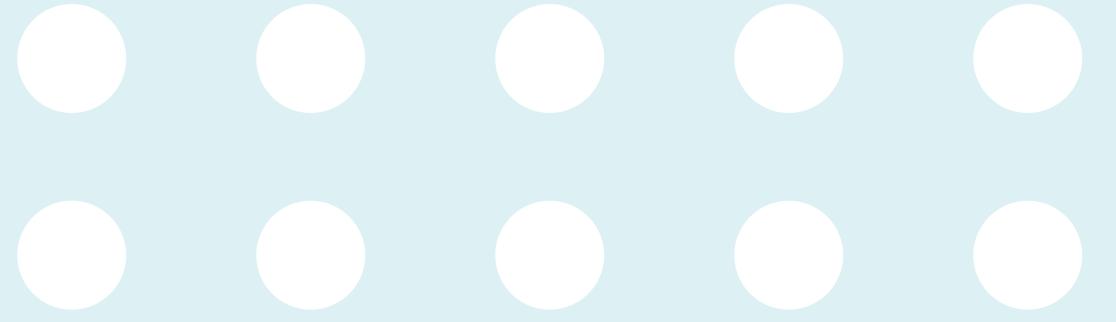


Twitter



Google

—— 商品を訴求したいターゲットに広告媒体がフィットしているか？



02

## 各種設定



## 各種設定

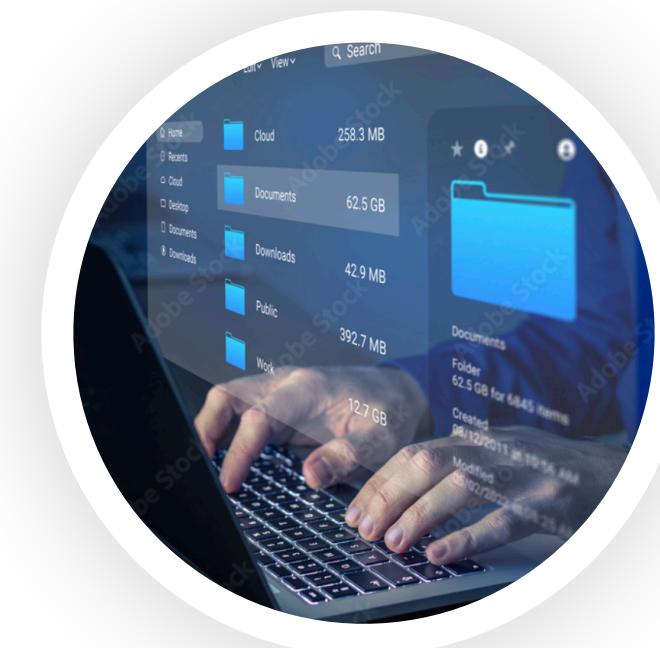
- 市場分析後のセグメント配信は本当に適切なセグメントに配信できているのか？
- キーワードで広告を出稿している場合、そのキーワードで網羅できているのか？  
また、余分なキーワードに広告を出稿しているのではないか？
- 画像や動画で広告を出稿している場合、その画像や動画のサイズは適正か？  
キャッチコピーを変更してテストしているのか？

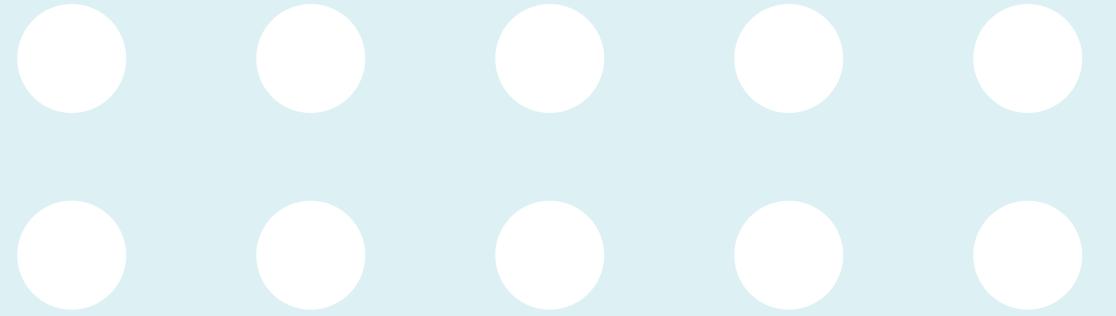
× 悪い例①

一回バナー画像を出してそのまま

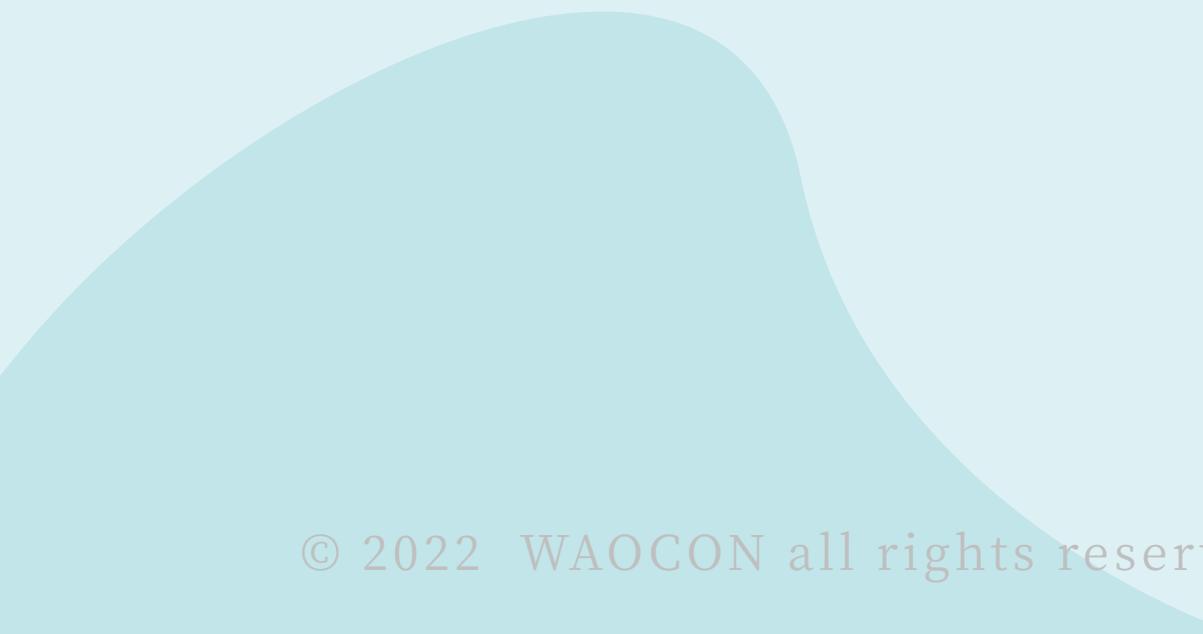
× 悪い例②

画像や動画が1つずつしか設定していない





03 CV設定



## CV設定

- Google広告で\*CV設定をしているか？
- Facebook広告でCV設定しているか？



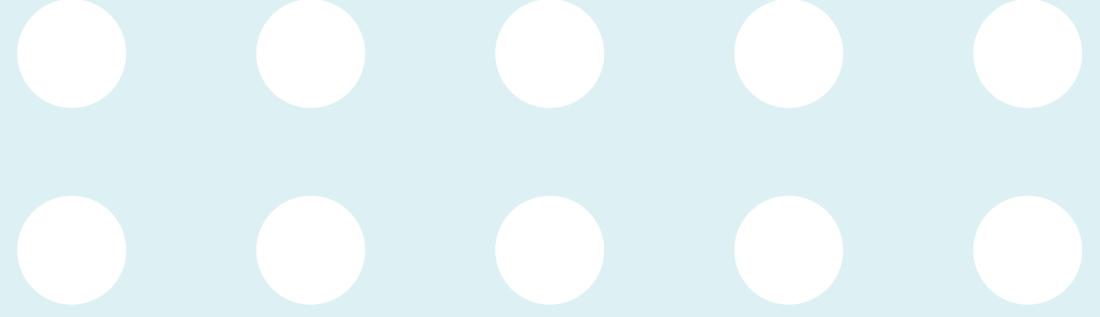
※「コンバージョン」という箇所が  
計測されていれば正しく設定されています

× 悪い例

「リードは来たら嬉しいし手動で記録しているから何も問題ない！」

Google広告内、Facebook広告内でCV設定をしないと、各広告の**機械学習が最適化されず**に無駄な広告費がかかってしまう可能性がございます。  
難解な設定ではありますがCV設定をしておくと、機械学習が最適化され、  
**CVに繋がりやすいユーザーに自動で配信される**ようになります。

—— 時間をかけられないのは分かりますが、お金も無駄にしたくないですよね？？



04

## 見える化ツールの導入



# 見える化ツールの導入

ヒートマップや\*ユーザー監視ツールの導入をしているか？

× 悪い例

広告打てば人は来るんだから何も問題ない！と思っている方

ヒートマップなどのツールで

「顧客がどこに興味を持ったのか」を

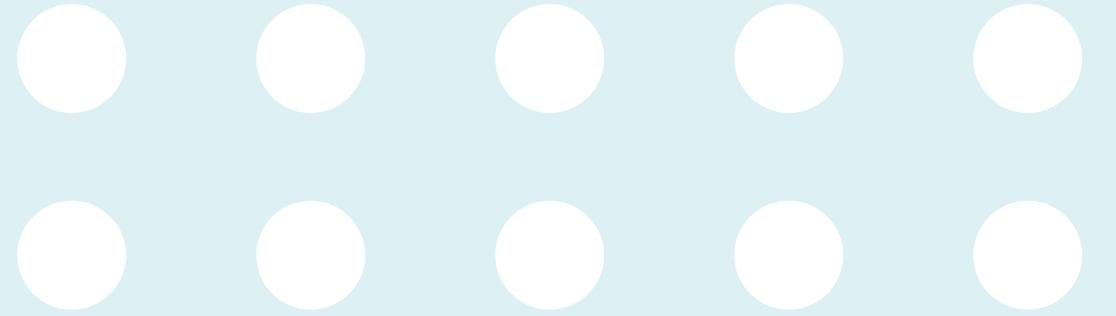
正しく把握できなければ、制作費・広告費が無駄になります。

ユーザーのニーズを正しく把握し広告配信をしていくことが、  
成功への第一歩です。

正しくユーザーを把握しなければ、  
どんなに良い商品でも売れません

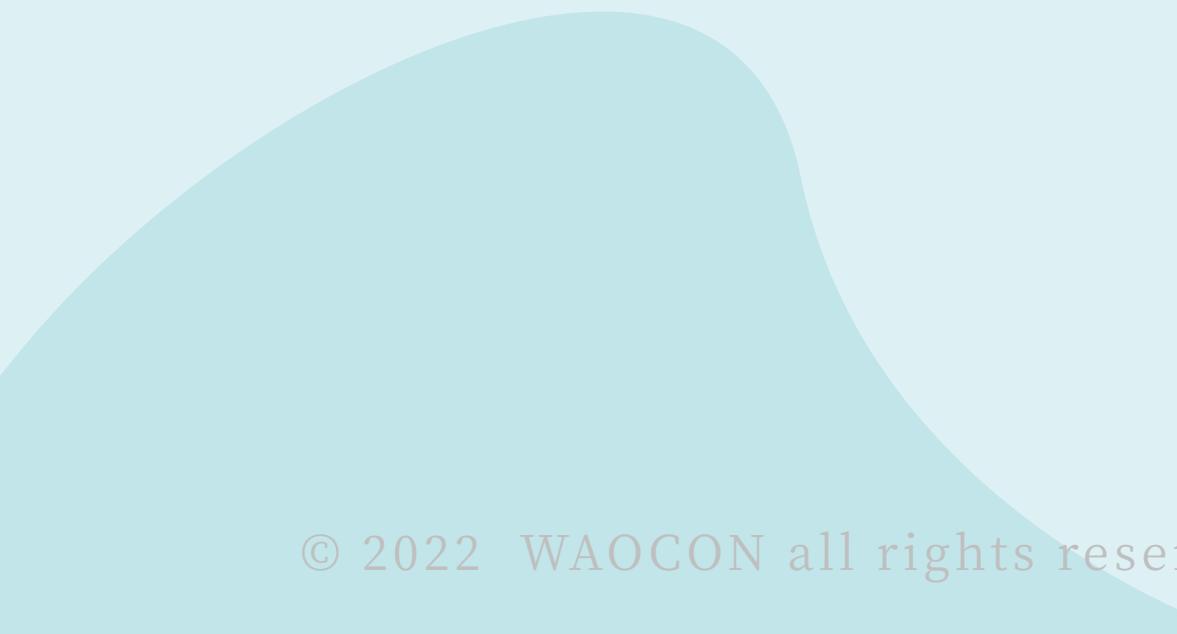
ユーザー監視ツール例



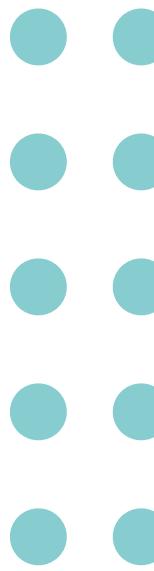


05

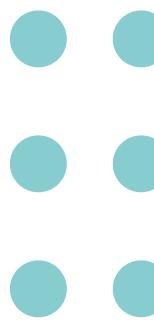
まとめ



# まとめ



Mail: info@waocon.com



Web: https://waocon.com/



Tel : 03-4405-3988

市場分析

ニーズの発見

企画・設計

テスト

制作

結果分析

広告配信はPDCAサイクルのペースを最速で回し続けて、

初めて最適化されて商品が売れていきます。

難解な作業が多くて時間と工数がかかるものです。

弊社WAOCONでは独自のノウハウで、

上記の項目を市場調査から全てをお客様にご共有し、

お客様と共に最速で最適化を目指します。

ご興味を持っていたい方は下記までご連絡いただければと思います。

最後までお読みいただき誠に感謝申し上げます。

株式会社WAOCON