





まずは皆さんの自己紹介

- 
- 
- 
- 
- ①お名前、地域
 - ②ご職業
 - ③自身の強み、アピールポイント
 - ④今日の参加目的

【オンラインセミナー受講の注意事項】

- ・ このレジュメは後程
特設サイトでご覧頂けます。
- ・ このセミナーは録画し、メンバーに
公開されます。(撮影はココからです。)

★ 個人事業主のための五つ星ビジネス経営塾 ★
自分ブランド構築オンラインサロン



あり方は一つ!
やり方は様々!

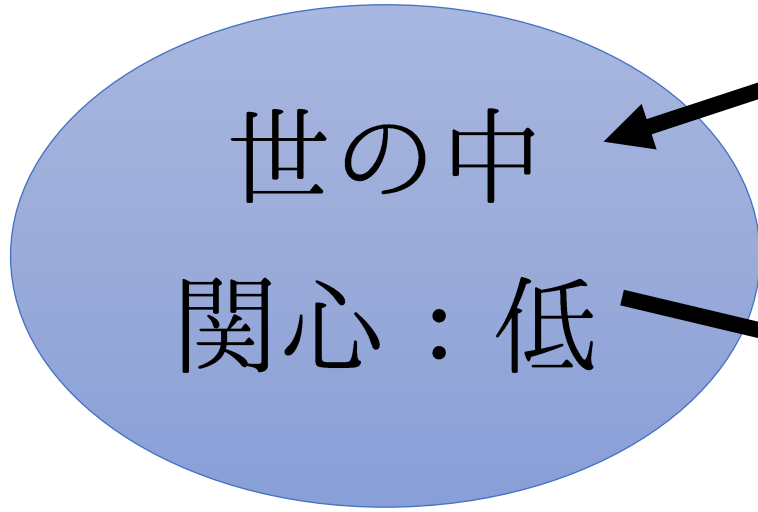
低コストで効率よくリスト取り×集客!

Facebook &
インスタ広告実践部

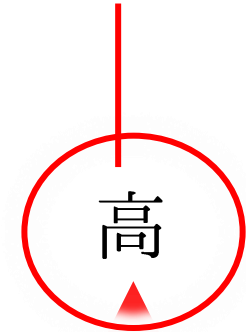
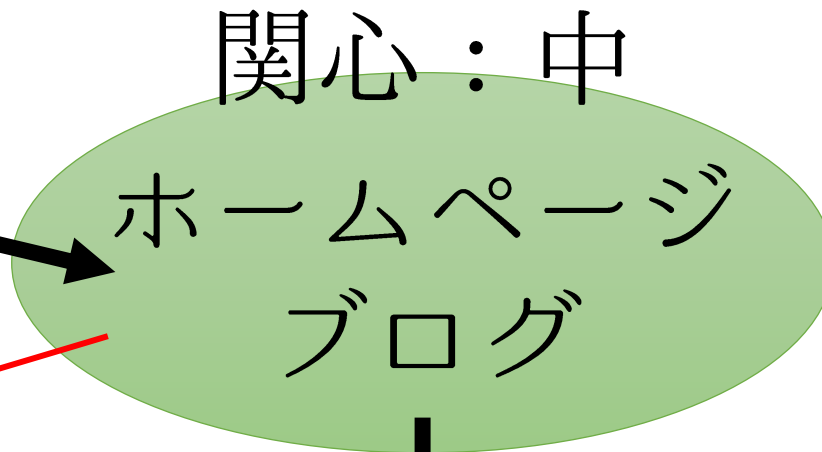
当たるか外れるか。
ギャンブルに近いものがある

広告

カウンセラー、ヒーラー、
コーチ、コンサルなどは
ここに働きかけるのが
最も効率的で失敗が少ない



検索
SNS
紹介



- ・接触回数
- ・接触頻度
- ・実績 など
で高まっていく

ただし
サロンや飲食、カメラ
教室などサービス内容が
認知されているものは
この時点で集客可能！

関心：高



Web広告ってなに？

「インターネットの媒体上に掲載される広告」のこと。
広告枠を持つWebサイトや検索エンジンの検索結果
ページ、メール、SNSなど、あらゆる媒体に掲載される。

Web広告ってなに？

- Google広告
- Yahoo！プロモーション広告
- Facebook、インスタ広告
- Twitter広告
- YouTube広告
- LINE広告 etc...

◆Web広告を利用するメリット

- 細かいターゲティングができる
- 少ない費用で始められる
- 短期間で効果が得られやすい
- 効果測定がしやすい
- 出稿期間中に内容やターゲティングを調整できる

◆Web広告の種類

【他にも…】
ディスプレイ広告
リターゲティング広告
ネイティブアド、動画広告
純広告・バナー広告
記事広告、リワード広告

•リスティング広告 →

GoogleやYahoo!の検索キーワードに応じて表示されるWeb広告。
広告をクリックされると料金が発生する「クリック課金型」




•アフィリエイト広告 →

広告掲載主が成果として設定したアクションが発生した際に、広告を掲載している媒体に対して報酬が支払われるWeb広告。

•SNS広告    →

性別や年齢以外にも学歴や交際、フォローの状況など、他のWeb広告では難しい細かなターゲティングが可能！一番手軽。

◆Web広告の種類

- リスティング広告 → 細かな運用が必要で他社の広告と比較されやすい
- アフィリエイト広告 → 意図しないサイトに掲載されるとイメージに傷が…
- SNS広告    → 一番始めやすく、効果も高いのでオススメ

SNS広告をやってみよう！

でもどのSNSがいい？
どんな違いがあるの？



Web広告のやり方セミナー

◆Facebook

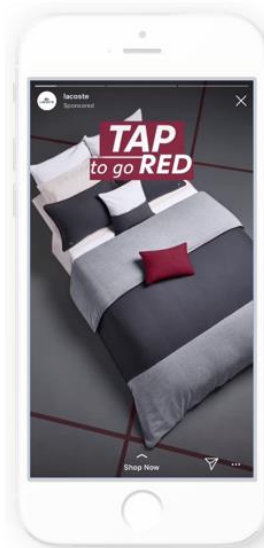


Facebookのタイムラインに表示させる広告。他のSNS広告に比べ細かくターゲティング設定可能。AIが非常に発達している広告なので、長期間運用することでどんどん最適化してくれる！

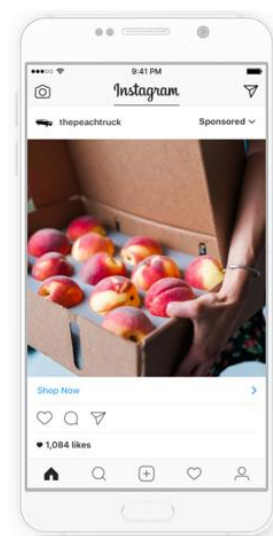
Web広告のやり方セミナー

◆Instagram

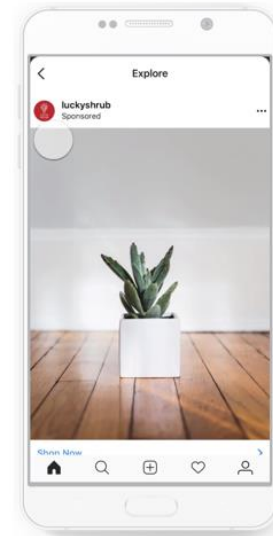
ストーリーズ



フィード



発見タブ



Facebook広告と同様のターゲティングを行うことが可能だが
Facebook広告の方が細かい設定ができる。とく若い女性向け
サービス・商品との相性が良い。(ユーザー57%が女性)

Web広告のやり方セミナー

◆ Twitter



タイムライン上にツイートの一つとして表示されるため、いいねやリツイートを獲得しやすく、大きなバズを生み、広告予算以上のリーチを獲得できることも！ **特定の人へのフォロワーに出すことも出来る。**

Web広告のやり方セミナー



タイムラインやLINE NEWS上などに表示させる広告。

ターゲット設定は大まかにしかできない。しかし、年齢を問わず

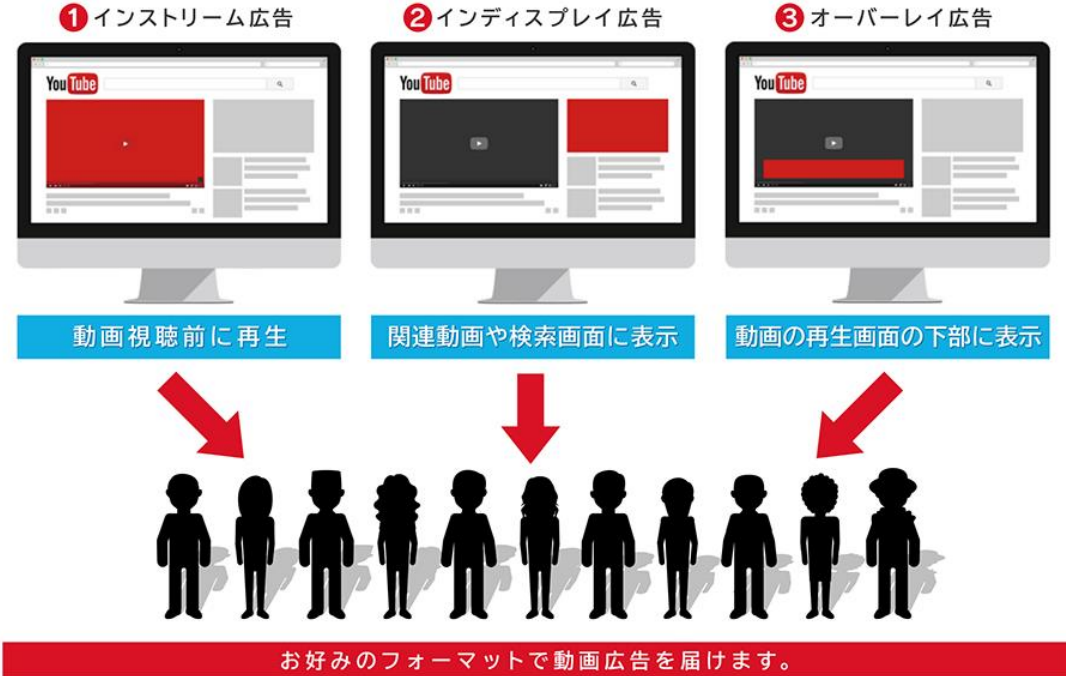
幅広い層が活用しているLINE上に表示されるのは魅力！

Web広告のやり方セミナー

◆ YouTube

→ 30秒間、流れた場合に課金

以下の3フォーマットから選択できます。

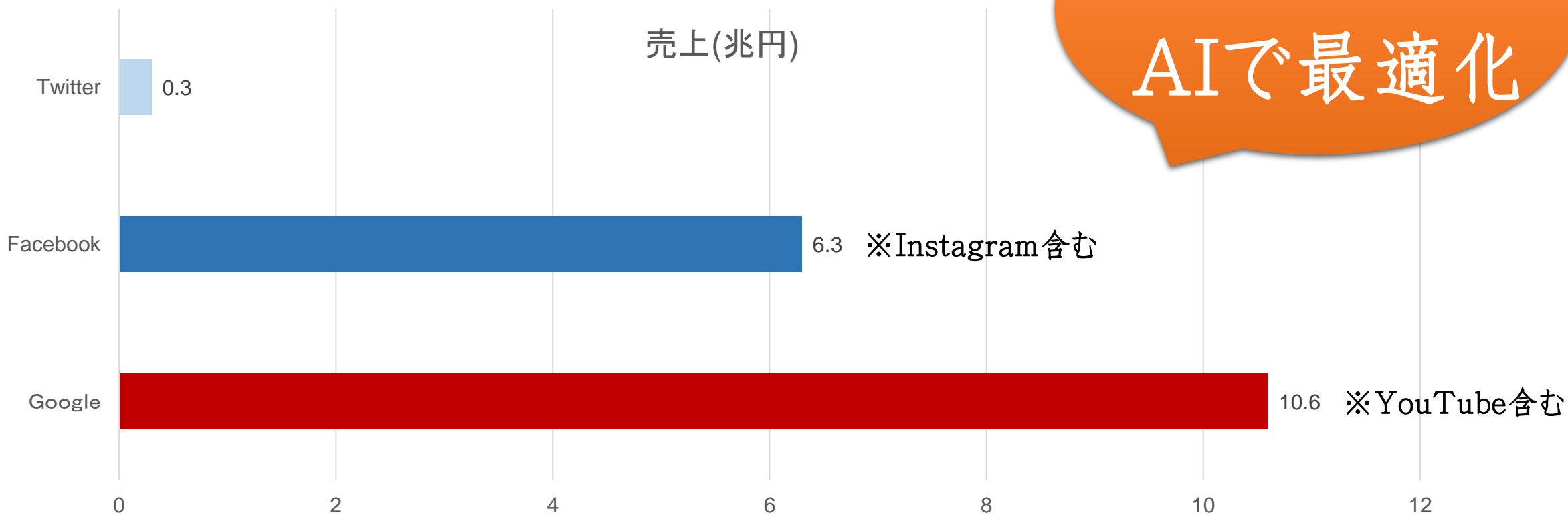


動画を再生する前に表示される広告や、関連動画に出てくる広告など表示方法が様々！Google広告と連動しており管理は基本的にGoogle広告で行う。基本的に動画作成が必要。

絞れる範囲の違い

- Google、Yahoo!広告はキーワード設定
- Facebookは商圈、エリア単位(店舗向け)
- Twitterは県単位(全国展開サービスにも！)

市場規模



上位2社の共通点は…

AIで最適化



初心者におすすめは…

Facebook 広告
(インスタ広告も同時出稿)

始める前の基礎知識

①Facebookはデータバンク！

①Facebookはデータバンク！

FBページのフォロワーが100人以上いるとオーディエンスに近い人に自動配信してくれます。

広告にアクセスしてくる人の属性を分析しデータ化してくれるので、長期的な運用でデータが集まり、より広告の最適化が出来るようになる！！

始める前の基礎知識

②長期運用を意識しよう！

②長期運用を意識しよう！

効果が無いという人は短期的な運用の人が多い！

長期運用(3ヶ月単位)で1本走らせるようにしましょう。

短期的にキャンペーン打つのもありますが、広告を20%以上修正するとデータがリセットされるので短期は短期で別途作った方がいいです！

始める前の基礎知識

- ③ 集客なら1万円で3人。
リスト取りなら5人前後が基本。

③1万円で3人来ればトントン

チラシの反応が下がっているなので、ネットの方がよくなっているのは事実！どの媒体でもまずは1万円で3人の集客・販売を目指しましょう。(単価コスト3000円)

リスト取りであれば1万円で5～6人(単価コスト1500～2000円)を目指します。

始める前の基礎知識

④煽る広告、LPはもう古い！

④煽る広告、LPはもう古い！

具体的な数値を入れる。「確実に！簡単に！」などの表現は煽っていると感じやすく、審査にも落とされやすい。

リンク先のLPも少し緩いくらいの表現が反応が良い。

バナーも広告っぽいのは嫌われ、画像の20%以上文字だと配信制限がかかり表示回数も減る。

始める前の基礎知識

⑤ 審査に落ちたら新規で作る

⑤ 審査に落ちたら新規で作る

修正するのと新規で作るのでは、新規のが通りやすい。
通らなかつたら新規で作った方がいい！
前述したように具体的な数値を入れる。「確実に！簡単に！」などの表現は避け、バナーも広告っぽいのは避ける。

Facebook広告を 出す流れ

Web広告のやり方セミナー

◆ まずFacebookページを作る！



FBページは広告運用だけでなくインスタのビジネスアカウント作成時にも必要。



Web広告のやり方セミナー

◆ 目的に合わせて宣伝を作りましょう！



基本的に「**Webサイトへのアクセスを増やす**」を選択し…

店舗系は
体験メニューのLP→集客

情報系は
ステップメールや
無料オファーのLP→リスト取り

Web広告のやり方セミナー

◆ 目的に合わせて宣伝を作りましょう！

The screenshot displays the Facebook ad creation process. On the left, the 'Creative' section includes a description: 「売れないコンセプトはいつまでも売れない」 (A concept that doesn't sell never sells), a headline: 「あなたのビジネスコンセプトは大丈夫!? 2000人以上の個人事業主に伝授してきた“メガヒットコンセプトの作り方”を無料で大公開!」 (Your business concept is OK!? We've taught over 2000 individual business owners how to create a "mega-hit concept" for free!), a media selection button, a preview image of a man in a blue and white striped shirt holding a phone, and a text box with the headline: 「もしもあなたが“メガヒットコンセプト”を作ったら...」 (If you were to create a "mega-hit concept"...). At the bottom, there are fields for a button label and a website URL: https://www.resvestock.jp/subscribe/26380.

On the right, the 'Ad Preview' section shows how the ad will appear on a mobile device. It features the same headline and image, along with a call to action: 「もしもあなたが“メガヒットコンセプト”を作ったら...」 (If you were to create a "mega-hit concept"...). Below the image, there are engagement icons for 'いいね!' (Like), 'コメント' (Comment), and 'シェア' (Share). At the bottom, a table shows the estimated results for one day:

1日の推定結果	
リーチした人数	377~1,090
リンクのクリック	9~37

• 正方形または横長の画像

目を引く写真やバナー画像が
とても大事です！インパクト！

• 表示されるメインテキストは3行

冒頭には簡潔で続きを読みたく
なる文章を入れましょう！

Web広告のやり方セミナー

◆ 目的に合わせて宣伝を作りましょう！

デスクトップニュースフィード

 自分ブランド構築コンサルタント 住福 純
広告 · 

【ブラック起業から抜け出したい...】
日々の予約管理やカルテ管理が大変過ぎて時間が全然ない...
集客や売上アップの仕組みも欲しいけど、何から手を付けたらいいの
やら('V')もっと効率よく出来ないものか..... **もっと見る**



RESERVE/STOCK ID

・正方形または横長の画像

目を引く写真やバナー画像が
とても大事です！インパクト！

・表示されるメインテキストは3行

冒頭には簡潔で続きを読みたく
なる文章を入れましょう！

Web広告のやり方セミナー

◆ ターゲット(オーディエンス)をしっかり絞る

オーディエンスを編集

広告でリーチしたいオーディエンスの地域を選択します。

性別

すべて 男性 女性

年齢

30 50

地域

地域
他の地域名を入力して追加

日本
日本 + 25キロ ×

詳細ターゲット設定

詳細ターゲット設定
以下のいずれかの条件に一致する人を追加してください 参照 →

潜在リーチ: 1,000人未満
オーディエンスの定義は利用できません。

狭い 広い

キャンセル オーディエンスを保存

地域はもちろん、興味関心や利用者層など細かく設定しましょう。5~8個程でOK。

興味・関心 > その他の興味・関心 > コーチング

コーチング

興味・関心 > その他の興味・関心 > コンサルタント

コンサルタント

興味・関心 > その他の興味・関心 > サロン

サロン

興味・関心 > その他の興味・関心 > スピリチュアル

スピリチュアル

利用者層、興味・関心、行動を追加

おすすめ 参照

Web広告のやり方セミナー

◆ よく見る専門用語

- リーチ

 - 広告を1回以上見たことのある人の数

- エンゲージメント

 - いいね！・コメント・シェア・クリックの数

可能な方は
ABテストも◎
(2パターン出す)

まずは低資金で
長期運用をやってみましょう！

※部の期間 1か月程

質疑応答タイム



【1月開催】

~~1/4-am10-12~~

~~2021年の“夢を叶える”年間計画作ろう会+量子力学セミナー~~

~~1/11-am10-12~~

~~自分でやっちゃえ！—アメブロカスタムセミナー—~~

~~1/18-am10-12~~

~~Facebook&インスタ広告—実践部~~

1/25 am10-12

不思議と売れちゃうセールストークの組み立て方レッスン



【2月開催 毎回am10—12時】

2/1 経験値と感想を集める！セッションスキルつむつむ部

2/8 Canva×色彩心理で“パツ”と目を惹く
女子ウケバナー画像&プレゼン資料の作り方セミナー

2/15 仕事もプライベートも満たし調う エネルギーマネージメント部

2/22 ココロ惹かれるプロフィール文の作り方セミナー

