

Influencer support application

SNSアカウントの運用やお仕事をサポート



beaus corporation

Communication design



検索エンジン

YAHOO!
Google

アドメディア



ソーシャルメディア



WEB メディア

Content marketing

魅力

Micro marketing

届け方

会社概要

マイクロマーケティング × コンテンツマーケティング

会社名 株式会社ビューズ

代表者 山田 明宏

設立日 2015年5月1日

資本金 2,300万円

所在地 東京都港区南青山3丁目13-1
小林ビル501号

広告運用代行

PR代行事業

SNSマーケティング事業

キャスティング事業

WEBサイト制作事業

これまでの取り組み

2015年設立以降、女性をターゲットにした化粧品・食品・ライフスタイル分野を得意として、複数のブランドのWEBプロモーションに取り組んできました。

今日を愛する。
LION



DHC



楽^R天
ICHIBA



Panasonic
Beauty

**TAKARA
TOMY**



PARCO

Moist
Diâne

KOJI

ROHTO

SHISEIDO

あなび、愛着 No.1 コスメ
MICCOSMO

Unilever

**PEACH
JOHN**

L'ORÉAL

Kanebo

あしたは、もっと美しく
ISEHAN
SINCE 1825

KIRIN

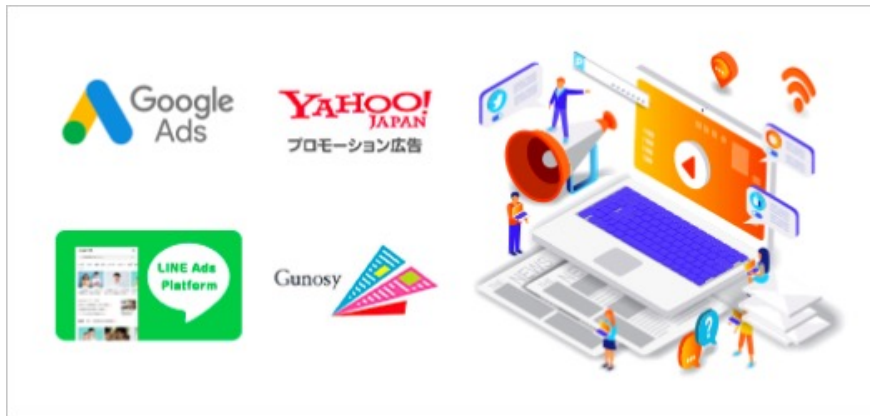
kewpie
love around the kitchen table

POLA



4 事業で展開

広告



SNSマーケティング



キャスティング

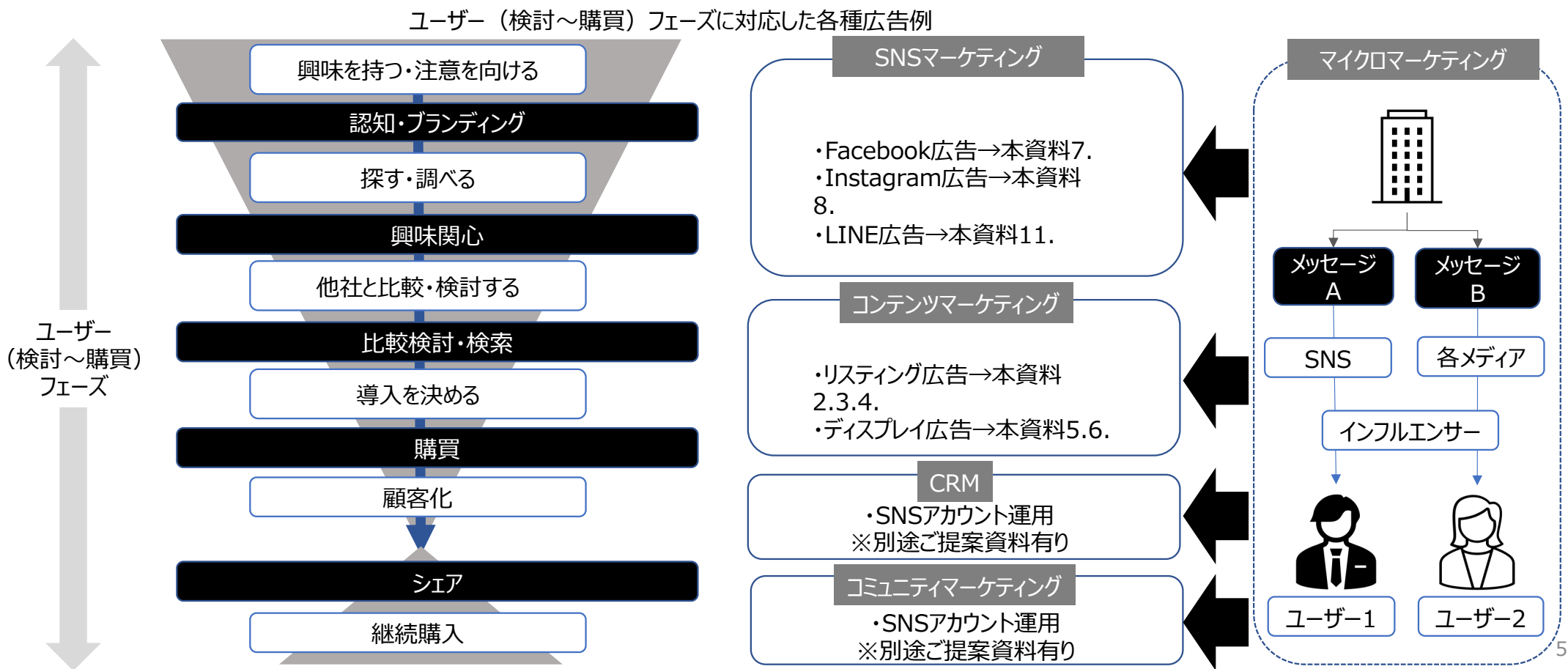


クリエイティブ



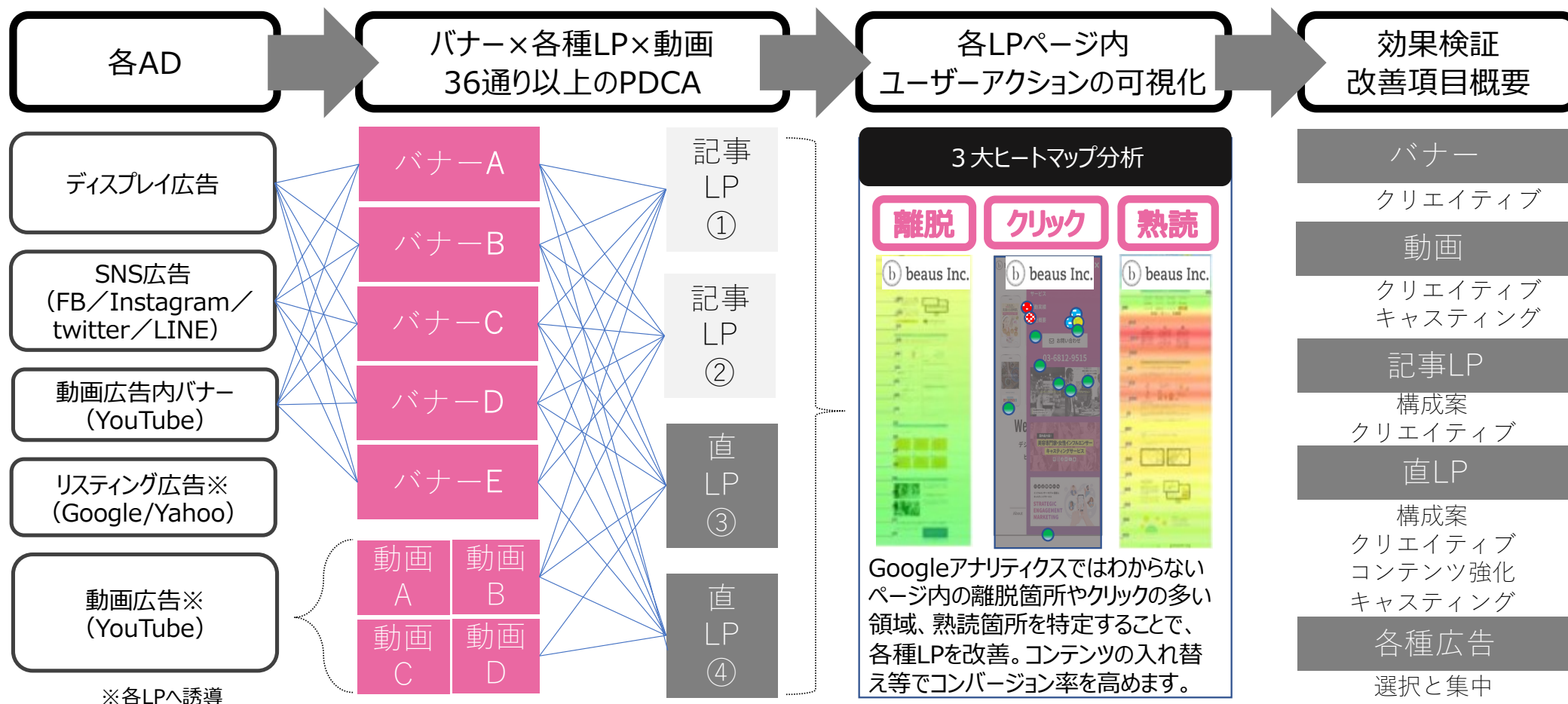
1.ユーザーアクション×広告の種類とマイクロマーケティングについて

ユーザーの興味関心から購買に至るまで、フェーズに応じた最適な広告手法を実施する必要有り。
ライフ／ワークスタイルメディア種類と接触回数など細分化されており、ターゲットを定めて、ペルソナを明らかにし、
企業のメッセージを最適な手法で確実に送り届けます



2.新規広告の提案全容「AD×動画orバナー×各種LP」

圧倒的な量のクリエイティブ（バナー／動画／各種LP）を短期間で効果検証しPDCAを回すことで、コンバージョン率を高めます。



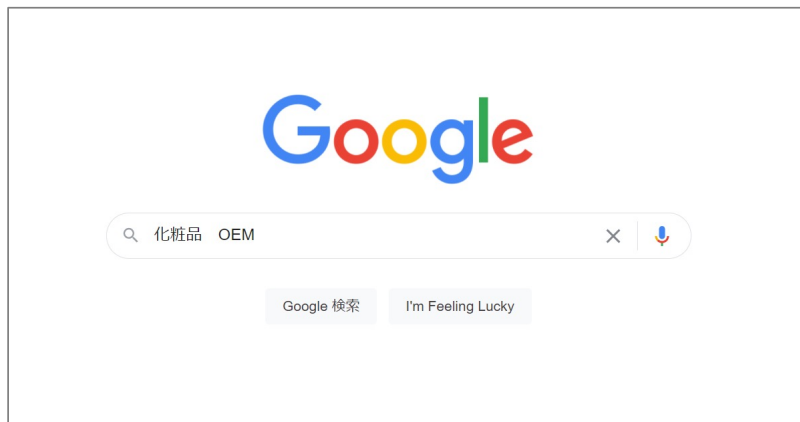
3.リスティング広告概要



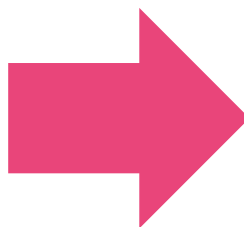
ニーズが明確なユーザーを対象に検索結果上位表示でコンバージョン向上を目指すための施策。

概要

1. Yahoo!、Googleにおける検索結果が、上位に表示される広告。
2. ユーザー自らが検索することで、顕在化したニーズを取り込めるため、購買意欲の高いユーザーにアプローチが可能。
3. ご予算に応じて検索上位への表示回数が決定する。



検索ボックスで「化粧品 OEM」で検索した場合



ユーザーが検索後、上位表示

4.リスティング広告 チェック項目概要



全体設計からアカウント構成、入札戦略、コンバージョン最適化までトータルでご提案。

No.	大項目	項目	No.	大項目	項目
1	アカウント	アカウント構成	27	検索	検索パートナー
2	アカウント	コンバージョン（カウント方法）	28	検索	動的検索広告（設定）
3	アカウント	コンバージョン（アトリビューションモデル）	29	検索	動的検索広告（運用）
4	アカウント	コンバージョン（アクション）	30	検索	オーディエンスリスト
5	アカウント	コンバージョン（値）	31	オプション	サイトリンク表示オプション
6	アカウント	自動タグ設定	32	オプション	コールアウト表示オプション
7	アカウント	Google Analytics リンク	33	オプション	構造化スニペット表示オプション
8	共通	入札単価	34	オプション	電話番号表示オプション
9	共通	入札戦略	35	オプション	住所表示オプション
10	共通	ランディングページ（基本）	36	オプション	価格表示オプション
11	共通	ランディングページ（ターゲット）	37	オプション	プロモーション表示オプション
12	共通	ランディングページ（LPO）	38	オプション	リードフォーム表示オプション
13	共通	広告のローテーション	39	ディスプレイ	広告（RDA）
14	共通	ネットワーク（配信先）	40	ディスプレイ	広告（イメージ）
15	共通	地域	41	ディスプレイ	広告（運用）
16	共通	デバイス	42	ディスプレイ	ディスプレイインプレッション損失率（予算）
17	共通	広告のスケジュール	43	ディスプレイ	ディスプレイインプレッション損失率（広告ランク）
18	検索	キーワード	44	ディスプレイ	ターゲット（既存ユーザー）
19	検索	マッチタイプ	45	ディスプレイ	ターゲット（新規ユーザー）
20	検索	検索クエリ	46	ディスプレイ	プレースメント
21	検索	広告（RSA）	47	ディスプレイ	デモグラ
22	検索	広告（ETA）	48	ディスプレイ	フリークエンシー キャップ
23	検索	広告（基本）	49	ディスプレイ	ファインドキャンペーン
24	検索	広告（運用）	50	ディスプレイ	スマートディスプレイ
25	検索	検索インプレッション損失率（予算）	51	ディスプレイ	コンテンツの除外
26	検索	検索インプレッション損失率（広告ランク）			

5.リスティング広告 チェック項目概要 ピックアップ



多くのケースで最適化されていない項目をピックアップ。

アカウント構成

アカウント構成はキャンペーン、広告グループなどの設計。推奨の構成は、Google 社が提唱するアカウント構造（Gorin・Simplification、Hagakure）。過剰な細分化、統一性がないグルーピングは、Google 広告の最適化機能を十分に発揮させることが出来ず、広告効果が低下するため、構成見直しが必要。

コンバージョン カウント方法

「全件」「初回のみ」を選択する設定。商品の購入など、すべての購入に価値がある場合は「全件」。見込み顧客の獲得やユーザー登録など、1 回の広告操作で生じた最初のコンバージョンのみに価値がある場合は「初回のみ」を選択。目的に応じた最適なカウント方法を提案。

コンバージョン アトリビューション

コンバージョンに至るまでの経路が重要。ラストクリックに限定した評価では最適化が困難。商品／サービスを知ってもらう「きっかけ」として貢献した広告を評価。

入札戦略

目安として、キャンペーン単位で過去30日間に50件以上のコンバージョン、理想は100件以上。推奨のコンバージョン数に達していない場合は、マイクロコンバージョン（フォーム到達・スクロール率など）を設定。自動入札の最適化。

LPターゲット設定

同一のLPをすべてのプロセスのユーザーに配信することはNG。ユーザー特性ごとに最適なメッセージを最適なタイミングで表示。LPを各ステップに応じてカスタマイズすることを推奨。

すべての項目の現状分析後、見直しと全体設計に関するご提案を実施。

6.ディスプレイ広告（YDN／GDN）

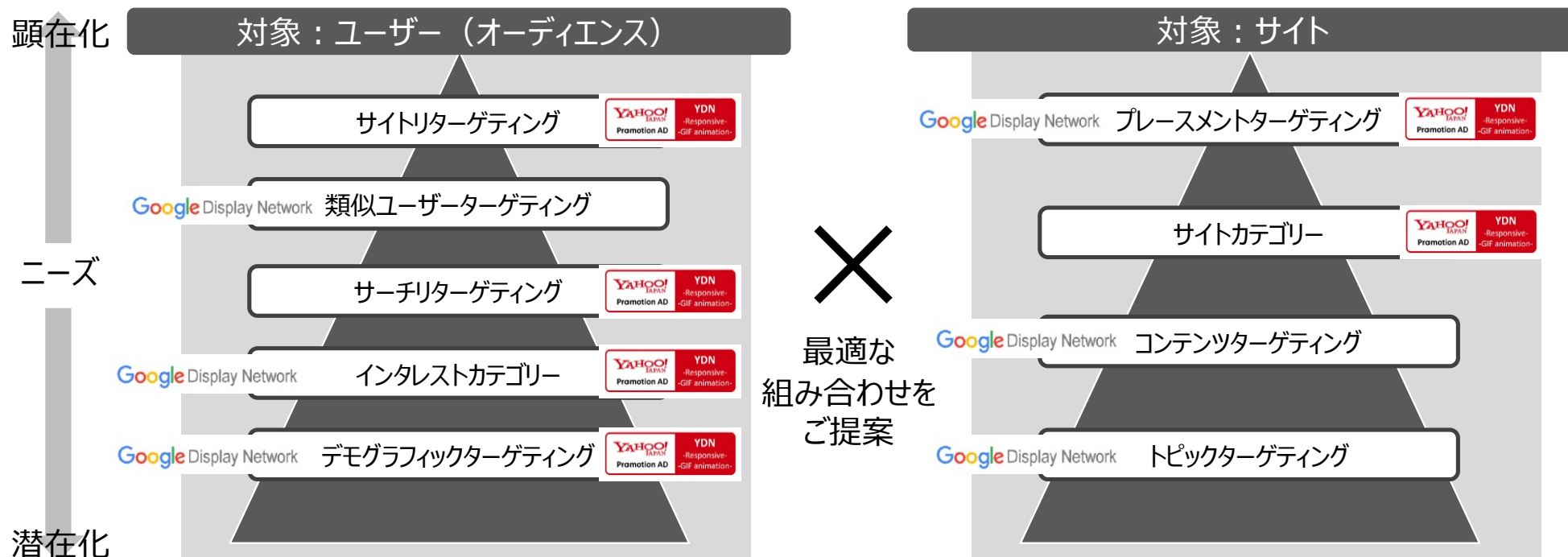
Google Display Network



ターゲティング設計を最適化し、広告効果の最大化を実現。

概要

WEBサイトに掲載されているYahoo! / Googleの広告枠に対して、インターネットユーザーの行動履歴や、指定したコンテンツ内容、出稿キーワード／広告文などの情報をマッチングの上、表示させる広告。
Yahoo!はYahoo!ニュース／知恵袋など独自コンテンツへの掲載が可能。Googleは圧倒的な提携サイト数が魅力。



7.ディスプレイ広告ネットワーク

Google Display Network



予め広告主がターゲット設定した「有益なユーザー（オーディエンス）」のみに広告を配信。

配信イメージ

国内最大級、月間300億インプレッションを超えるDSPネットワーク上に配信。



配信イメージ

予め広告主がターゲット設定した「有益なオーディエンス」がサイトを閲覧した場合のみ広告を配信。



8. Facebook広告

実名制で信頼性が高いSNS。主なユーザー層は30～40代。可処分所得の高いユーザーへの広告。

概要

タイムライン投稿は、時系列に沿って表示される独自アルゴリズム「エッジランク」によって掲載優先度を決定。リーチ率の高い投稿は、より多くのユーザーへ展開可能。投稿だけでなく、「いいね／コメント／シェア」も投稿表示され、拡散性が高い。

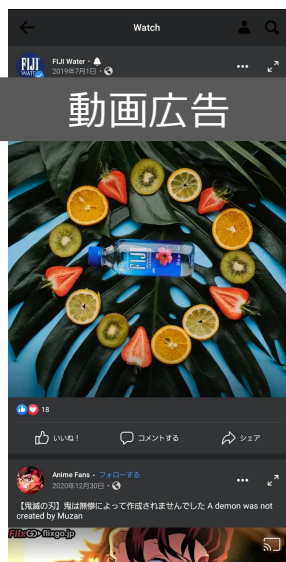
広告の種類

画像広告



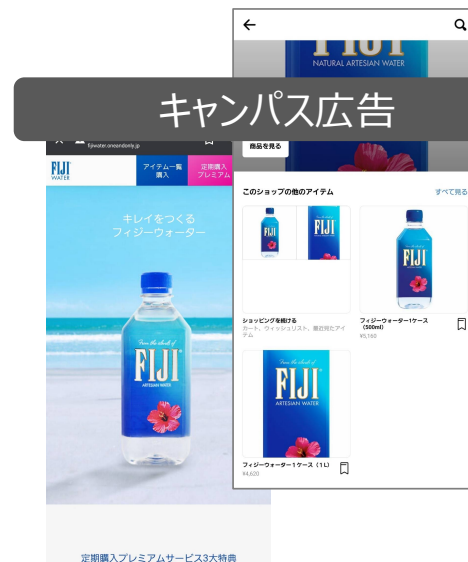
1枚～5枚の画像を掲載。画像ごとに個別リンク設定可能。複数の商品表示、ストーリー性をもたせた広告など、さまざまな見せ方が可能。

動画広告



最大30秒までのフィールド内動画または、フル画面動画を掲載。タイムラインに表示されたタイミングで自動再生。ターゲットがスクロールの手を自然に止めて動画閲覧。

キャンパス広告



通常の画像広告に加え、タップ後にユーザーをLPに遷移。他ブラウザアプリを介さずに誘導できるため離脱率を低減。コンバージョン率を高める。

9.Instagram広告

20～30代の女性ユーザーの利用が最も多い。写真を見る、投稿することに特化したSNS。

概要

Facebookと連携しているため、InstagramユーザーとFacebookユーザーの両方に広告を出すことが可能。
学歴や専攻、収入といったセグメントや、ユーザーの興味関心に基づいたターゲティング配信。

広告の種類



10.Facebook／Instagram共通 ユーザーカテゴリ

大項目	中項目	小項目
学歴	学歴	不明
		修士号
		博士号
		大卒
		大学中退
		大学生・専門学校生
		大学院中退
		大学院生
		専門学位
		準学士
		高卒
		高校中退
	専攻	*検索式
	学校	*検索式
世代	ベビーブーマー	ベビーブーマー
	ジェネレーションX	ジェネレーションX
	新世紀世代	新世紀世代
住宅	家族構成	同居人世帯
		家族に基づいた世帯
交際	恋愛対象	女性
		男性
		女性と男性
		不明
	交際ステータス	独身
		交際中
		既婚
		婚約中
		不明
		シビルユニオン
		ドメスティックパートナー
		オープンな関係
		複雑な関係
		別居中
		離婚
		配偶者と死別

大項目	中項目	小項目
仕事	勤務先	*検索式
	役職	*検索式
	業界	IT・技術
		アート、エンターテインメント、スポーツ、メディア
		コンピュータ・数学
		パーソナルケア
		ビジネス・金融
		ヘルスケア・医療
		マネージメント
		交通・輸送
		保安サービス
		公務員
		営業
		地域福祉・社会福祉
		小売業
		建築・工学
		建設
		教育・図書館
		法律
		派遣・バイト・季節労働
		清掃・メンテナンス
		生命科学、物理化学、社会科学
		看護師
		管理行政
		製造
		設備・修理
		調理・フードサービス
		軍事
		農業、漁業、林業
		退役軍人（米国）
性別	性別	男
		女
地域	都道府県	47都道府県の中から選択可能
年齢	年齢	13～64歳まで1歳刻みで選択可能。

11. Facebook／Instagram共通 興味・関心カテゴリ

大項目	中項目	小項目
スポーツ・アウトドア	アウトドア活動	キャンプ
		釣り
		ハイキング
		トレッキング
		ボート
	スポーツ	マウンテンバイク
		乗馬
		ボクシング
		バレーボール
		バスケットボール
		サッカー
		ラグビー
		テニス
		ゴルフ
		水泳
		スキー
		スノーボード
		アイスホッケー
		フィギュアスケート
テクノロジー	コンピュータ	コンピュータハードウェア
		コンピュータソフトウェア
		コンピュータネットワーク
		コンピュータセキュリティ
		コンピュータグラフィックス
	家電・エレクトロニクス	スマートフォン
		タブレット
		デジタルカメラ
		デジタルオーディオプレーヤー
		デジタルテレビ
		デジタルビデオカメラ
		デジタル録音機
		デジタルカメラ
		デジタルカメラ
		デジタルカメラ
ビジネス・業界	オンライン	ブログ
		ブログ
		ブログ
		ブログ
		ブログ
		ブログ
		ブログ
		ブログ
		ブログ
		ブログ
	デザイン	グラフィックデザイン
		グラフィックデザイン
		グラフィックデザイン
		グラフィックデザイン
		グラフィックデザイン
		グラフィックデザイン
		グラフィックデザイン
		グラフィックデザイン
		グラフィックデザイン
		グラフィックデザイン
	ファイナンス	投資
		投資
		投資
		投資
		投資
		投資
		投資
		投資
		投資
		投資
	銀行サービス	銀行サービス
		銀行サービス
		銀行サービス
		銀行サービス
		銀行サービス
		銀行サービス
		銀行サービス
		銀行サービス
		銀行サービス
		銀行サービス
		銀行サービス
		銀行サービス
		銀行サービス
		銀行サービス
		銀行サービス

大項目	中項目	小項目
フィットネス・ウェルネス	フィットネス	フィットネス
		フィットネス
		フィットネス
		フィットネス
		フィットネス
	ウェルネス	ウェルネス
		ウェルネス
		ウェルネス
		ウェルネス
		ウェルネス
		ウェルネス
		ウェルネス
		ウェルネス
		ウェルネス
		ウェルネス
レジャー施設	音楽	音楽
		音楽
		音楽
		音楽
		音楽
		音楽
		音楽
		音楽
		音楽
		音楽
	読書	読書
		読書
		読書
		読書
		読書
		読書
		読書
		読書
		読書
		読書
	映画	映画
		映画
		映画
		映画
		映画
		映画
		映画
		映画
		映画
		映画
	テレビ	テレビ
		テレビ
		テレビ
		テレビ
		テレビ
		テレビ
		テレビ
		テレビ
		テレビ
		テレビ
	ゲーム	ゲーム
		ゲーム
		ゲーム
		ゲーム
		ゲーム
		ゲーム
		ゲーム
		ゲーム
		ゲーム
		ゲーム
ライブ・イベント	ライブ	ライブ
		ライブ
		ライブ
		ライブ
		ライブ
	イベント	イベント
		イベント
		イベント
		イベント
		イベント
		イベント
		イベント
		イベント
		イベント
		イベント

大項目	中項目	小項目
家族と交際関係	家族	家族
		家族
		家族
		家族
		家族
	交際関係	交際関係
		交際関係
		交際関係
		交際関係
		交際関係
		交際関係
		交際関係
		交際関係
		交際関係
		交際関係
買い物・ファッション	衣料品	衣料品
		衣料品
		衣料品
		衣料品
		衣料品
	ファッションアクセサリー	ファッションアクセサリー
		ファッションアクセサリー
		ファッションアクセサリー
		ファッションアクセサリー
		ファッションアクセサリー
	ショッピング	ショッピング
		ショッピング
		ショッピング
		ショッピング
		ショッピング
	美容	美容
		美容
		美容
		美容
		美容
趣味・アクティビティ	ペット	ペット
		ペット
		ペット
		ペット
		ペット
	ホーム・ガーデニング	ホーム・ガーデニング
		ホーム・ガーデニング
		ホーム・ガーデニング
		ホーム・ガーデニング
		ホーム・ガーデニング
	乗り物	乗り物
		乗り物
		乗り物
		乗り物
		乗り物
		乗り物
		乗り物
		乗り物
		乗り物
		乗り物
	政治・社会問題	政治・社会問題
		政治・社会問題
		政治・社会問題
		政治・社会問題
		政治・社会問題
		政治・社会問題
		政治・社会問題
		政治・社会問題
		政治・社会問題
		政治・社会問題

大項目	中項目	小項目
食品・飲料品	飲料品	飲料品
		飲料品
		飲料品
		飲料品
		飲料品
	お酒	お酒
		お酒
		お酒
		お酒
		お酒
	食品	食品
		食品
		食品
		食品
		食品
		食品
		食品
		食品
		食品
		食品
	料理	料理
		料理
		料理
		料理
		料理
		料理
		料理
		料理
		料理
		料理
	クッキング	クッキング
		クッキング
		クッキング
		クッキング
		クッキング
	レストラン	レストラン
		レストラン
		レストラン
		レストラン
		レストラン

12.LINE Ads Platform広告

全国約8,600万人の高い利用者数を誇るLINEアプリ。幅広いユーザー層が魅力。

概要

LINEアプリをはじめ、LINEニュース／マンガなどLINE関連アプリ面に広告配信が可能。幅広い年齢層が利用。購入履歴、興味関心、地域など詳細なターゲティングが可能。

SmartChannel面



News面



タイムライン面



マンガ面



BLOG面



ポイント面

