

mediahouse 6 strengths

6つの数字で分かるメディアハウスの強み



mediahouse 6 strengths

株式会社メディアハウスホールディングスは運用特化型Webマーケティング総合代理店です。
6つの数字でメディアハウスの強みを紹介いたします。

CONTENTS

メディアハウスの強み
Strengths 1

400名

メディアハウスの強み
Strengths 2

5領域

メディアハウスの強み
Strengths 3

10/7000社

メディアハウスの強み
Strengths 4

21チーム

メディアハウスの強み
Strengths 5

100%

メディアハウスの強み
Strengths 6

97%

私たちからのメッセージ
Message



メディアハウスホールディングスは
社員数**400名**以上の総合広告代理店です。

株式会社メディアハウスホールディングス

- 代表取締役 波戸内 啓介
- 設立 2011年12月27日
- 資本金 1000万円
- 従業員数 400名／グループ全体
- 本社所在地 東京都新宿区神楽坂2-17中央ビル6F
- 拠点 大阪府大阪市北区堂島1-5-30 堂島プラザビル 10F
- TEL 03-6380-1651
- URL <https://www.mediahouse.co.jp/>

400

Rincrew 6 strengths

会社紹介

ABOUT US

PRESENTATION

総合広告代理店として、30年以上の実績があり、
事業統括会社として、下記事業を合併し継承しています。

株式会社メディアハウスエージェンシー／株式会社メディアハウスエージェンシー関西

人材採用支援事業及び関連事業

株式会社メディアハウスプロモーション

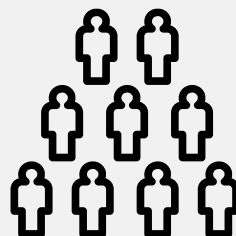
販売促進事業・ブライダルビジネス支援事業及び教育研修事業

株式会社メディアハウスクリエイション

広告制作事業及び関連事業

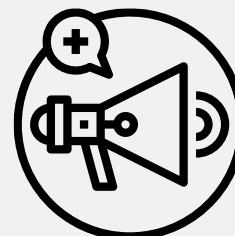
株式会社リンクル

webマーケティングおよび関連事業



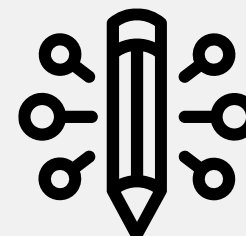
人材採用支援

HUMAN RESOURCE



集客支援

PROMOTION



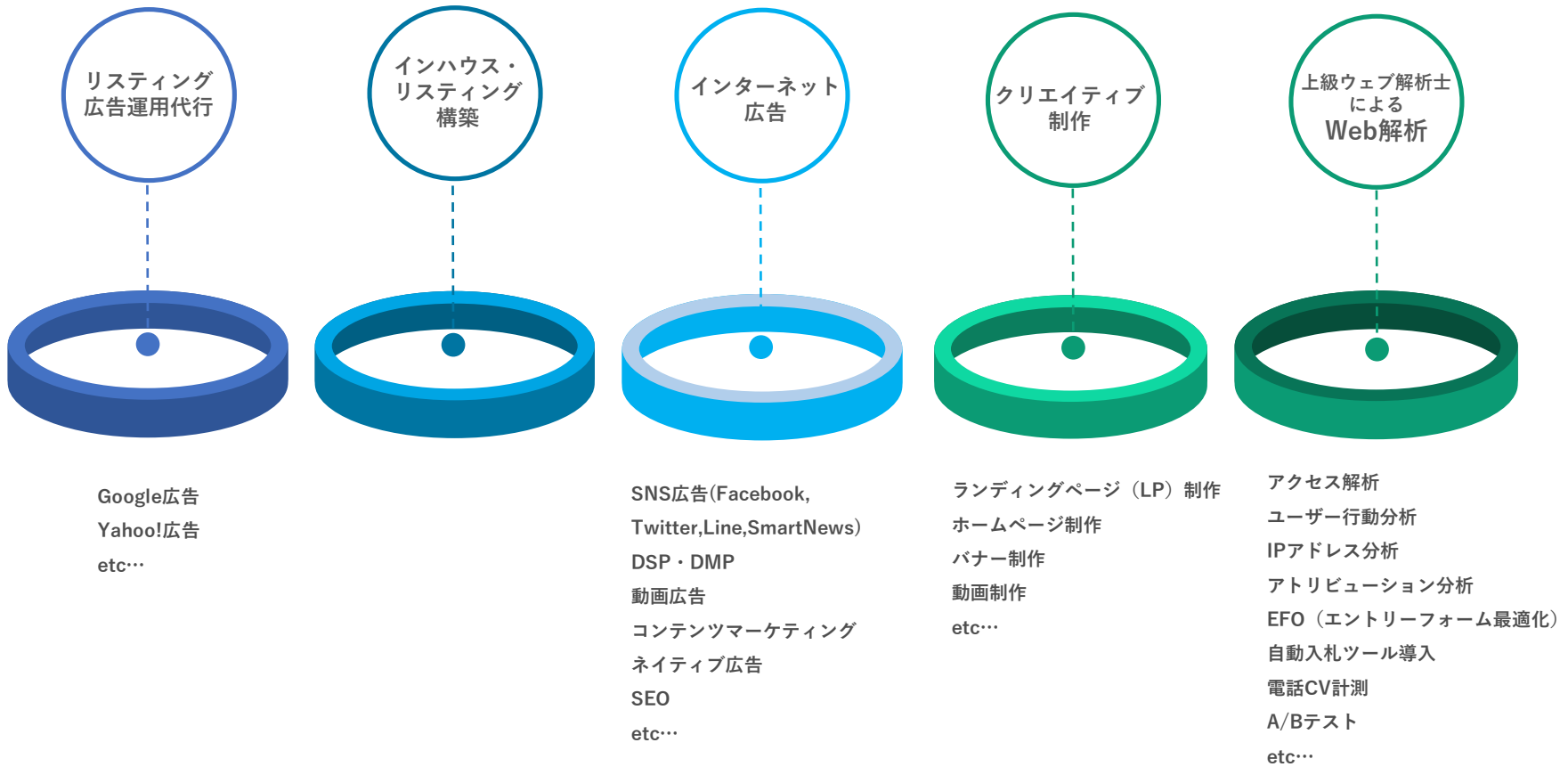
クリエイティブ

CREATIVE

実績紹介

【主な取引先】

リクルートマーケティングパートナーズ / リクルートキャリアコンサルティング / ゆこゆこ / 損保ジャパン日本興亜 / リゾートソリューション / クリタック / JALUX / 産業能率大学 / 東京理科大学 / 環境省日本環境協会 / 氷川会館 / 環境情報科学センター / ホテル日航東京 / グランドプリンスホテル広島 / アイ・ケイ・ケイ / リーガロイヤルホテル / KKR / 高松国際ホテル / F.O.B.COOP / JCM / シェラトン都ホテル / イナバインターナショナル / テイクアンドギヴ・ニーズ / 日本ロレアル / 電源開発 / ヒルトン・リゾーツ・マーケティング・コーポレーション / NHK / NHKエンタープライズ / フジテレビジョン / 日本テレビ / テレビ朝日 / TBS / テレビ東京 / ABC朝日放送 / 中京テレビ / 電通 / 東映 / バスク / 博報堂 / 電源開発 / 角川大映スタジオ / ホリプロ / 共同テレビ / ドリマックス / FCC / ザ・ワークス / テレバック 東通 / バスク / シミズオクト / サカイ引越センター / ポジティブドリームパーソンズ / ゼブラ / ベネフィット・ワン / シミックホールディングス / ヒューマントラスト / ランスタッド / 楽天生命保険 / 新日鐵住金 博報堂DYメディアパートナーズ / 博報堂DYスポーツマーケティング / ネオキャリア / KDDIエボルバ / ファンコミュニケーションズ / 井上商事 / エヌエヌ生命保険 / ウェスティン東京 他 (敬省略 順不同)



5

Rincrew 6 strengths

メディアハウスには5つのサービス領域があります。専門家で構成されており、企画から制作、運用までTotal Solution CompanyとしてWebマーケティングをお手伝いさせていただきます。

10/7000

Rincrew 6 strengths

約7,000社ある広告代理店の中よりGoogle『Premier Partner Awards 2021』全4部門でファイナリスト、「見込み顧客の発掘」「アカウントチーム」の2部門で最優秀賞を受賞した唯一の広告代理店です。

☆ 受賞等実績・資格

- Google『Premier Partner Awards 2021』
全4部門でファイナリストに選出
「見込み顧客の発掘」「アカウントチーム」の
2部門で、最優秀賞を受賞
- Google Excellent Performer Award 優秀賞
- Google Ironman Course Completed 受賞
- Yahoo!広告 認定パートナー
- 薬機法医療法遵守広告代理店認証 (YMAA)
- Facebook, Instagram, Line, SmartNews等
各種SNS媒体社に担当窓口を開設

Google Partners
PREMIER PARTNER AWARDS 2021



見込み顧客の発掘
JAPAN

株式会社リンクル
Winner

Google Partners
PREMIER PARTNER AWARDS 2021



アカウントチーム
JAPAN

株式会社リンクル
Winner

Google Partners
PREMIER PARTNER AWARDS 2021



ブランド認知度
JAPAN

Finalist

Google Partners
PREMIER PARTNER AWARDS 2021



オンライン販売
JAPAN

Finalist



弊社実績



メディアハウス（旧リンクル）がGoogle主催「Premier Partner Awards2021」にて「見込み顧客の発掘」「アカウントチーム」の2部門で最優秀賞を受賞しました

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000002.000088753.html>

国内数千社がエントリーするGoogle代理店アワードにおいて全4部門中、2部門を受賞し国内唯一の“2冠”達成



21

21の業種別チームで運用をしております。「業界専任担当者」が運用を実施し、業界ならではのコツを理解した運用をしています。

Rincrew 6 strengths

運用 業種チーム一覧	ビジネス系		EC（ネット通販系）
	システム・ ソフトウェアチーム	求人専門チーム	アパレル 専門チーム
	美容整形・健康 専門チーム	学校・スクール専門チーム	ジュエリー専門チーム
	士業 専門チーム (税理士・弁護士等)	健康・フィットネス専門チーム	コスメ・化粧品専門チーム
	投資・証券・FX・保険 専門チーム	オンラインゲーム 専門チーム	食品専門チーム
	比較サイト専門チーム	ホテル・旅館専門チーム	雑貨・家具・インテリア 専門チーム
	不動産・賃貸専門チーム	コンサルティング 専門チーム	その他（物販）専門チーム
	SEO・WEB制作専門チーム	その他（サービス） 専門チーム	その他EC関連 運用チーム



反響営業100%です。運用者は運用関連業務に**100%**の時間を費やしています。

メディアハウスでは、お客様の広告運用に徹底的に時間を使うため、クライアント向けの電話営業は一切行っておりません。

なぜなら、その時間をお客様の広告運用に充てることで、費用対効果の最大化を図り、お客様に最大限の利益をお返ししたいと考えているからです。

これがまさにメディアハウスの【運用特化型】代理店としての在り方です。

100

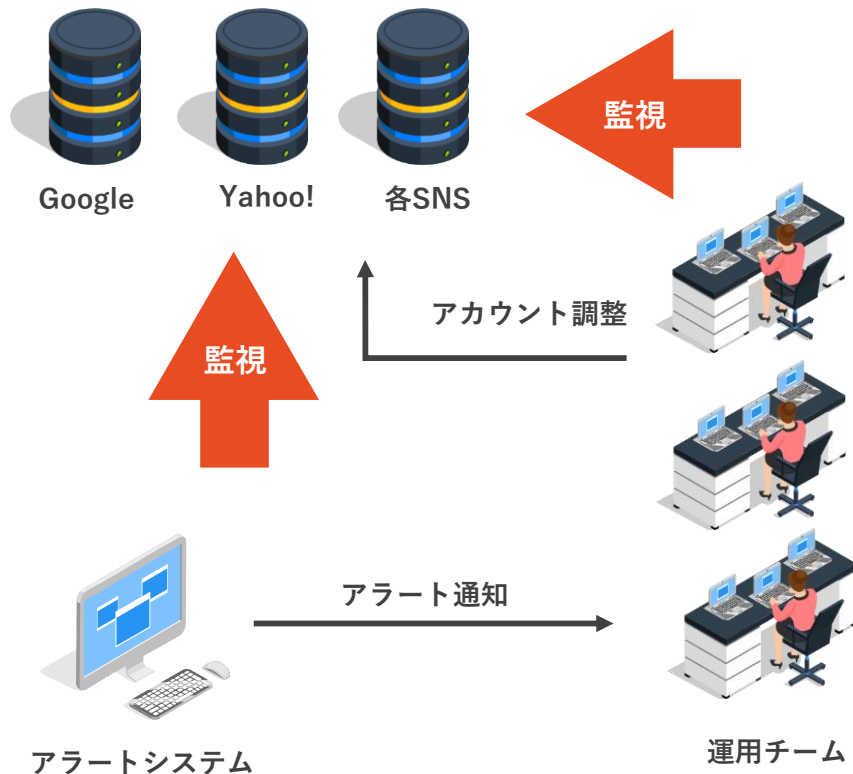
Rincrew 6 strengths



97

97%の契約継続率です。業界チームに在籍する「各有資格者」が運用を実施し、独自アラートシステムでもアカウント状況を監視しています。

Rincrew 6 strengths



運用 業種チーム一覧	ビジネス系		EC（ネット通販系）
	システム・ソフトウェアチーム	求人専門チーム	アパレル 専門チーム
	美容整形・健康 専門チーム	学校・スクール専門チーム	ジュエリー専門チーム
	士業 専門チーム (税理士・弁護士等)	健康・フィットネス専門チーム	コスメ・化粧品専門チーム
	投資・証券・FX・保険 専門チーム	オンラインゲーム 専門チーム	食品専門チーム
	比較サイト専門チーム	ホテル・旅館専門チーム	雑貨・家具・インテリア 専門チーム
	不動産・賃貸専門チーム	コンサルティング 専門チーム	その他（物販）専門チーム
	SEO・WEB制作専門チーム	その他（サービス） 専門チーム	その他EC関連 運用チーム

◆ 運用者資格

- 上級ウェブ解析士資格保有者
- Google認定資格保有者
- Yahoo!認定資格保有者

10/7000

Rincrew 6 strengths

媒体各社様より ご推薦のコメント



「最後の駆け込み寺」と呼ばれる
運用特化型リスティング広告プロ集団



グーグル株式会社 広告営業本部
砂山 源樹 様



グーグル株式会社 広告営業本部
杉本 昌毅 様



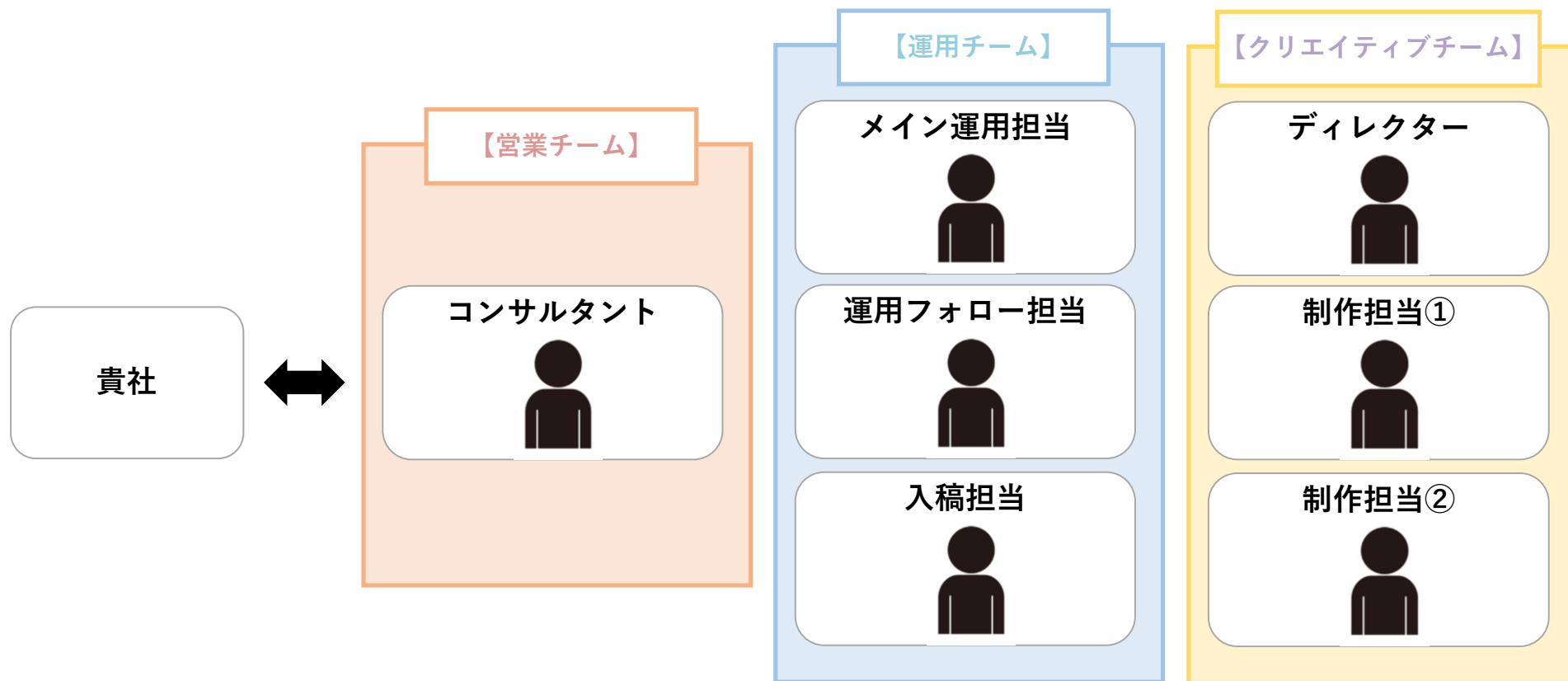
新進気鋭のリンクルに、
インターネット広告市場の開拓を託したい。



ヤフー株式会社 マーケティングソリューションカンパニーエリア・
オンライン営業本部
龍桂悟 様、平岡雄太 様

Yahoo!様からは、二つ星正規代理店の評価をいただいております。

運用チーム体制



営業メンバーにてWEBプロモーションのプランニングや対応、振り返り、全体管理をします。

運用チーム3名体制にて運用、目視確認、レポート作成、入稿等実施してまいります。

クリエイティブチーム3名体制にてクリエイティブを作成する際には制作を行います。

また月1回のWEB広告効果のご報告、ご要望に応じ定量データレポートは週次（もしくは日次）にてお送りさせていただくことも可能です。

運用レポートについて

サンプルレポート

レポート種別	期間	クリック数	コンバージョン数	コンバージョン率	CPA	広告費	広告収入	広告利益	ROI	広告費/売上	広告利益/売上	
Web広告	2015/6	2,990,427	11,401	0.38%	434	---	171	1.52%	42,225	4304,852	42,276,532	991.53%
	2015/5	2,864,892	12,159	0.39%	433	---	133	1.39%	42,001	4399,074	42,038,729	959.86%
	前月比	101.25%	93.77%	92.61%	102.85%	---	130.08%	138.72%	74.14%	96.44%	111.66%	115.79%
Yahoo! JAPAN	2015/6	120,086	3,800	3.16%	434	1.01	81	1.61%	42,120	4129,130	490,451	747.28%
	2015/5	123,428	4,024	3.26%	435	1.01	93	1.32%	42,694	4142,805	41,204,429	841.41%
	前月比	97.29%	94.43%	97.00%	95.90%	99.85%	115.09%	121.88%	78.69%	90.50%	102.24%	108.60%
Yahoo! JAPAN/モバイル	2015/6	795,497	1,394	0.18%	424	1.62	23	1.70%	41,438	431,071	40	0.00%
	2015/5	698,077	1,490	0.21%	424	1.60	19	1.31%	41,609	434,360	40	0.00%
	前月比	108.21%	93.38%	86.29%	103.01%	101.46%	121.05%	129.64%	79.46%	96.19%		
Google Adwords/検索キーワード	2015/6	54,343	1,762	3.23%	440	1.22	32	1.70%	42,697	406,306	443,569	491.23%
	2015/5	58,985	1,857	3.15%	444	1.22	20	1.88%	44,005	401,700	440,647	605.95%
	前月比	92.13%	94.92%	103.11%	109.47%	100.46%	160.00%	105.85%	66.03%	105.64%	98.41%	81.80%
Google Adwords/ディスプレイキーワード	2015/6	1,140,191	4,485	0.39%	431	1.16	97	1.29%	42,388	4136,143	406,117	650.87%
	2015/5	1,185,124	4,828	0.41%	429	1.13	41	0.85%	43,419	4140,189	434,653	245.14%
	前月比	97.92%	92.27%	94.22%	105.24%	101.92%	139.02%	150.66%	69.85%	97.11%	257.89%	265.51%

Web広告運用は、

看板広告のようなものとは違い、

効果の計測を行いながら配信料などを調整することができる広告手法です。

日々の変化を追うことでより

広告の効果は最大化されていきます。

メディアハウスではデバイスごとのレポートや、曜日別、日にち別でも見ることができ、詳細な分析を可能にすることができます。

また、先月の振り返りと今月の対策を施策としてご提示することで、

よりお客様とのコミュニケーションを図れるような体制を構築しております。



弊社実績



リンクルがGoogle主催「Premier Partner Awards2021」にて
「見込み顧客の発掘」「アカウントチーム」の2部門で最優秀賞を受賞しました

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000002.000088753.html>

国内数千社がエントリーするGoogle代理店アワードにおいて
全4部門中、2部門を受賞し国内唯一の“2冠”達成



現在のWEBマーケティングにおいてSNSは
必要不可欠です。

Google、Yahooでの検索広告配信のみでは、獲得単価は上々であるものの、獲得数が頭打ちの状況が続いてしまうことがあります。

そのような場合は、検索広告で流入を増加させるのが困難な状態にあります。

SNS広告を活用することで獲得と商材認知拡大による検索広告の流入数増加を改善することができます。

YouTubeを活用した広告運用

YouTube広告×ファインドキャンペーン

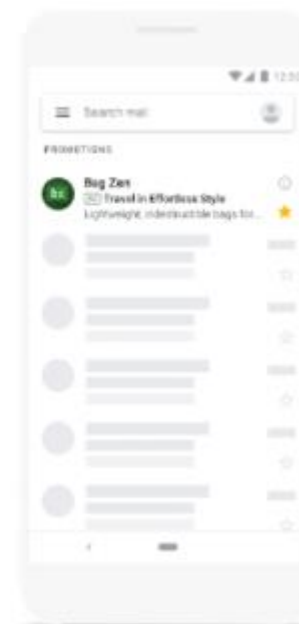
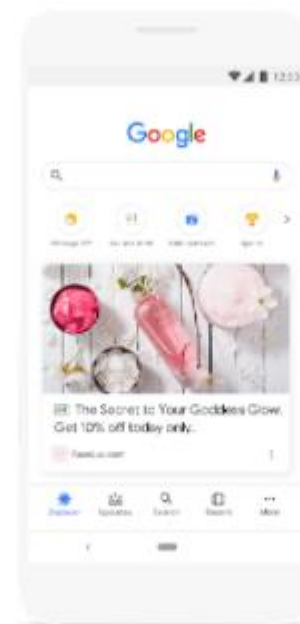
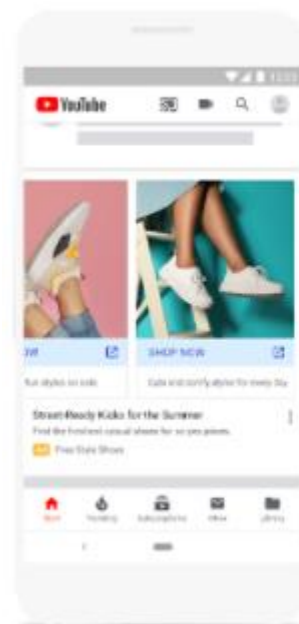
YouTube広告…YouTube内に動画の広告を流す形式。**視聴単価4～5円での格安での配信**が可能。

多くのユーザーに貴社サービスを知っていただくことができる。

ファインドキャンペーン…GoogleDiscover面、YouTube面、Gmail面にディスプレイ広告を配信。

YouTubeの視聴ユーザーに対して広告を配信することができる。

	バンパー広告 (6秒動画広告)	TrueView for リーチ	TrueView インストリーム	TrueView アクション
マーケティング目的	リーチ&認知	リーチ	比較検討、好意度、購入意向	獲得、サイト訪問 購入、フォーム入力
インストリームと 比較	リーチ	リーチ インストリーム より2倍以上のリーチ	視聴を最大化	インストリームより3倍以上の クリック、60%以下のCPA
最適化	リーチ	リーチ	視聴	コンバージョン
CPM(Net)	¥600 CPM	¥720 CPM	¥1200 CPM	
入札	CPM	CPM	Cost-Per-View	Max Conversion tCPA
動画の尺	06秒のみ	15秒(推奨)	制限なし	10秒以上

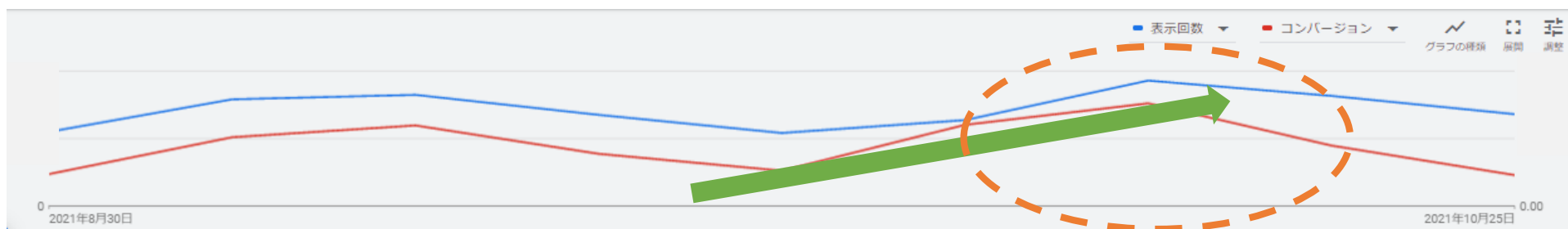


YouTubeを活用した広告運用

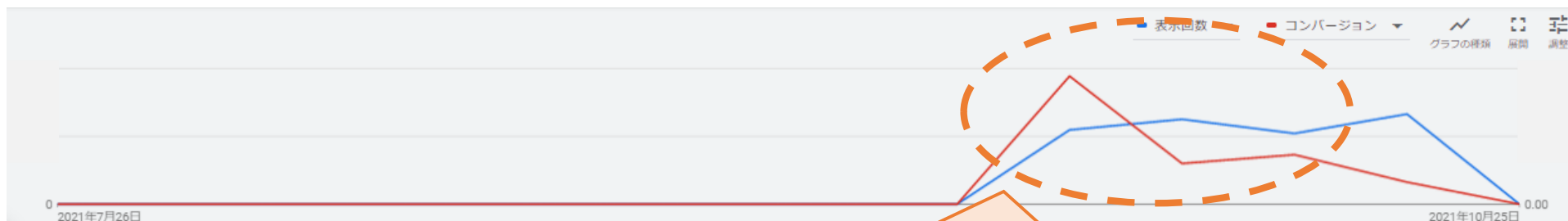
ブランド認知度向上

YouTube・ファインド共にカスタムオーディエンスにてキーワードやURLを指定して配信。

ブランド名の検索、一般ワードでの検索共に検索数が増加したことによってCV数が増加



▼YouTube広告&ファインドのインプレッション数（期間：2020年8月～2021年10月）



YouTube広告&ファインドを配信

YouTubeを活用した広告運用

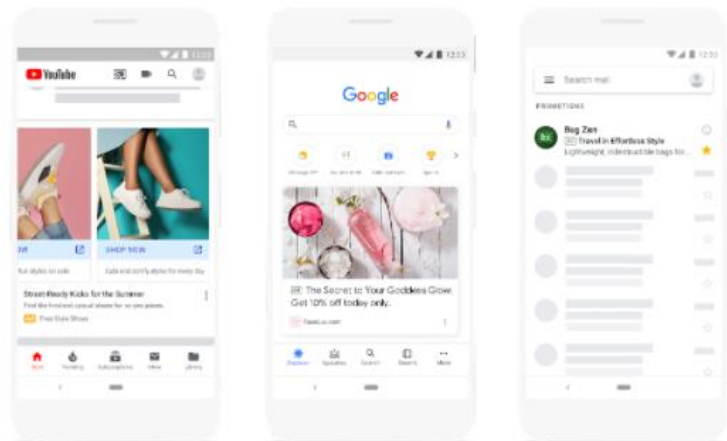
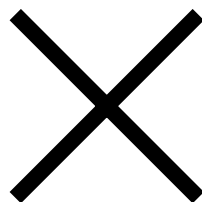
ブランド認知度向上

様々な場面でバナー広告を配信。ブランド認知度を向上させるバナーの訴求軸はYouTube広告と連動。

YouTube広告&ファインドキャンペーン



リマーケティング広告、カスタムオーディエンス



Facebook・Instagramを活用した広告運用

認知から獲得施策まで可能なFacebook

Facebookは、toC、toBの双方で認知から獲得まで幅広いプロモーションに対応でき、**精度の高いターゲティング**が利用可能である。また、GoogleやYahoo!で調べものをするかのように、Facebook・Instagramで**調べものをする = 検索する人**が増えているため獲得施策としても有効な手法となっている。

▼BtoC事例（興味関心 + 行動習慣）

▼ 旅行	
よく旅行する人	<input type="checkbox"/>
旅行から帰ってきて1週間以内であると思われる人	<input type="checkbox"/>
旅行から帰ってきて2週間以内であると思われる人	<input type="checkbox"/>
通勤者	<input type="checkbox"/>
頻繁に海外旅行をする人	<input type="checkbox"/>

▼BtoB事例（役職）

行動 > デジタルアクティビティ
中小企業のオーナー
利用者層 > 職場 > 勤務先
Business Owner
Business Owners
Owner

利用者層 > 職場 > 肩書き
Business Owner
Executive director
Owner and CEO
Owner/Manager/CEO

Facebookを活用した広告運用

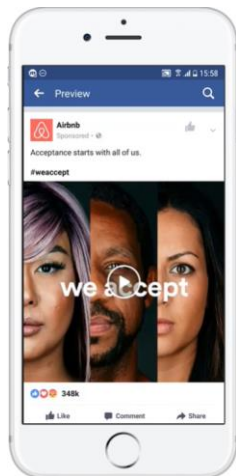
多様な配信面、フォーマット

- ・「**画像（リンク）広告**」…オーソドックスな画像一枚の広告、広告右下のボタンから自社サイトへ誘導する
- ・「**カルーセル広告**」…1広告で3-10の画像を用いたアプローチが可能
- ・「**動画広告**」…自動で視聴が開始し、動画閲覧のモチベーションがないユーザーにもアプローチ可能
- ・「**コレクション広告**」…商品の発見から購入まで、顧客がストレスフリーでスムーズに進むことができる

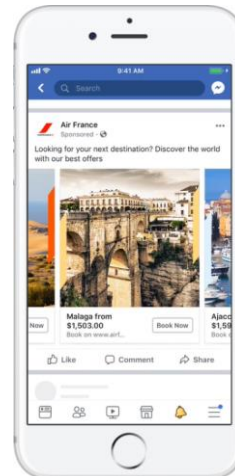
■ リンク広告



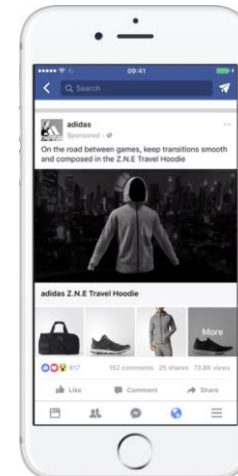
■ 動画広告（ストーリー）



■ カルーセル広告



■ コレクション広告



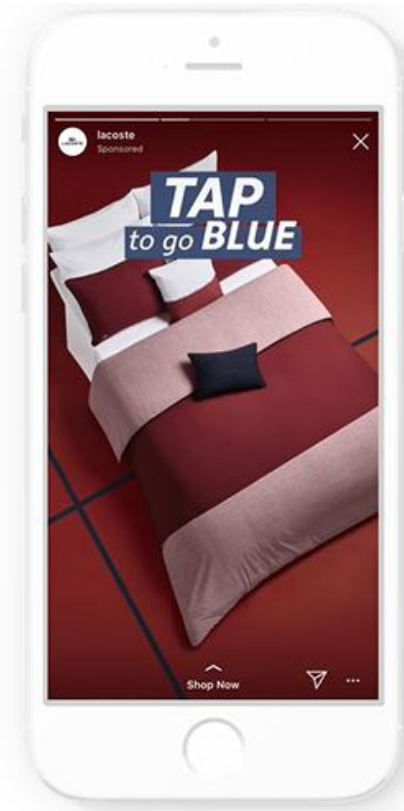
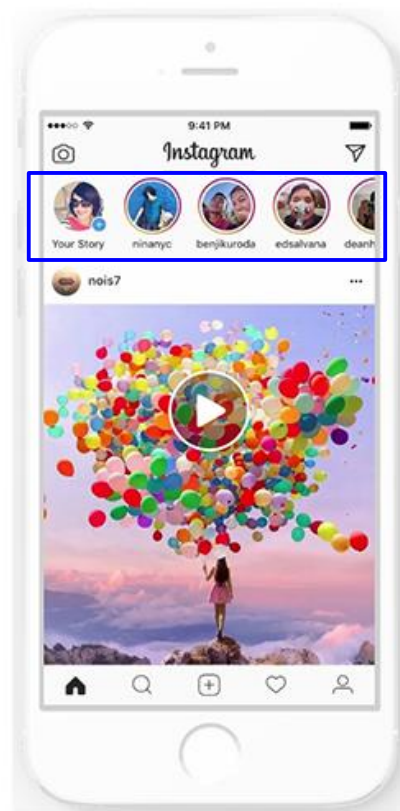
Facebookを活用した広告運用

ストーリーズ広告

Facebook広告の中で最もよく見られるのは、ストーリーズ広告です。こちらの広告の特性を活かした配信が効果に直結します。

フルスクリーンで没入感のある広告

- ・ 24時間で消滅してしまう動画をシェアできる広告
 - ・ スマートフォンの画面いっぱいに表示される
 - ・ フルスクリーン表示で没入感があり、ブランドイメージを伝えるのに最適
 - ・ 日本のデイリーアクティブアカウントの70%以上の使用率を誇る
- ★冒頭に伝えたいメッセージを持ってくることが重要



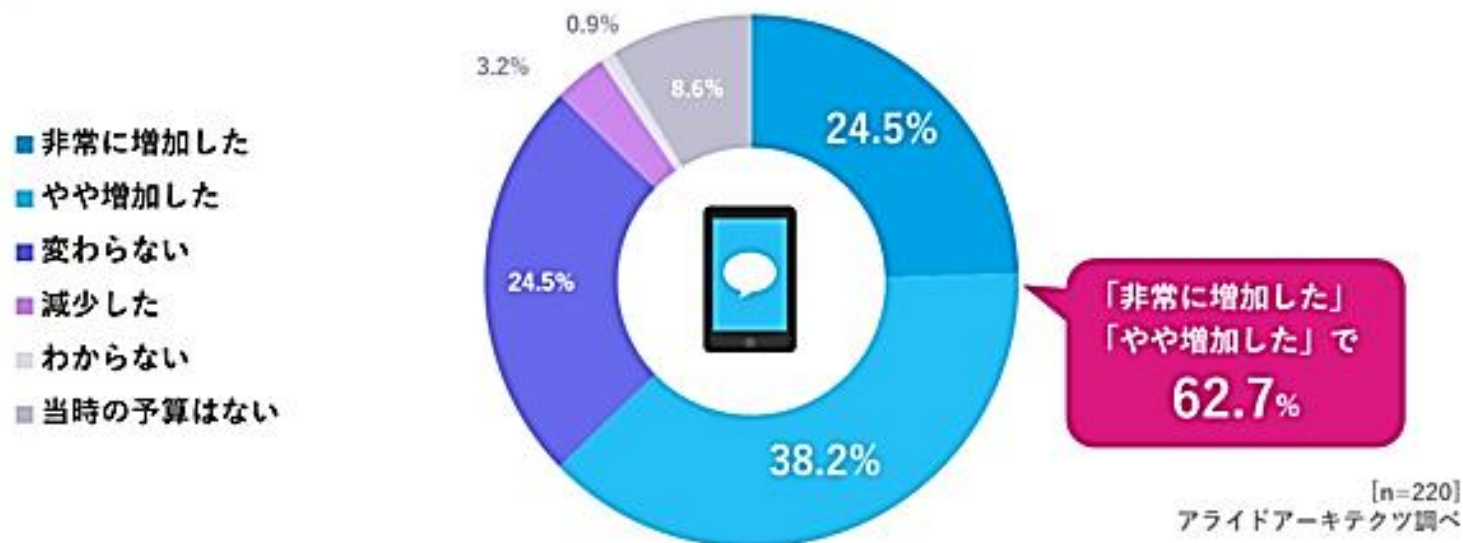
Twitterを活用した広告運用

Twitter広告の拡大

2020年にTwitter施策の予算が増加した企業が約63%。

背景としては、運用型広告の拡大や巣ごもり需要が考えられます。

Q. 2019年から2020年にかけて、Twitter施策の予算はどのように変化しましたか？



Twitterを活用した広告運用

Twitter広告最大の特徴

Twitter広告最大の強みは「拡散性」です。

例)「広告配信→ターゲットユーザーがリツイート→リツイートしたユーザーのタイムラインに載る→リツイートしたユーザーのフォロワーがCVする」みたいなケースが可能。**かつこのCVに関しては費用がかからない。**

※拡散された(オーガニック化した)広告からのCV、クリックなどは計測できない可能性が高い(媒体情報)。計測方法は、CVに至った日につく。(Twitter広告をクリック後、Twitter内でCV、他媒体でCVした場合、CVに至った日に管理画面に数値が反映される)。



ゆえに、広告の課題である「信頼」みたいなものをユーザーのリツイートなどを通して醸成することができる。言い換えると、

「広告は信頼できないけど、友だちの良いと言うものなら信頼できる!」
という広告を作り上げることが可能な媒体。

また、**広告が拡散されればされるほど、各指標あたりのコストが下がっていく仕組み**のため、場合によっては、どの媒体よりも、費用対効果を高めることができる媒体。

Twitterを活用した広告運用

長期的な運用のご提案

アカウントの運用と合わせた効果を最大化するための施策提案をいたします。

下記は一例となります。

クライアント様のお悩み例:

- ・オーガニックのツイートを多くの人に届けたい
- ・自社アカウント内の信頼値を上げたい
- ・ファンを増やしたい

プロフィールに訪れたユーザーの期待を裏切らない状態を作る。

◆フォロワー数の増加⇒フォロワー数
※加えてオーガニック運用のアドバイスもできたらなお良い。

◆エンゲージメントの獲得⇒エンゲージメント数

- ・商材名やその類似商材についてつぶやくユーザーへのキーワードターゲティング
- ・その商材のインフルエンサー、芸能人、競合などのフォロワーターゲティング

◆認知度拡大 ⇒リーチ

◆獲得数(CV数)の増加 ⇒ウェブサイトのクリック数

Twitterを活用した広告運用

各指標の平均コスト

Twitter社から提供の各指標の平均コストです。ターゲットのボリュームにもよりますが、CPCに関しては、30円～70円くらいの幅で配信することが可能です。※弊社実績調べ

以下は、各指標の平均コストとreteでございますので、よろしければご参考にさせていただければ幸いです。

<u>目的</u>	<u>Cost</u>	<u>Engagement Rate</u>
CPC =	50 - 150円程度	平均 0.2 - 0.4%
CPAC =	50 - 150円程度	平均 0.2 - 0.4%
CPE =	10 - 20円程度	平均 1.0 - 3.0%
CPF =	100 - 250円程度	Follow Rate 0.1 - 0.15%
CPV =	1円程度	View Rate 30 - 40%

Tik Tokを活用した広告運用

フォロワー0でも「Tik Tok」でバズれる

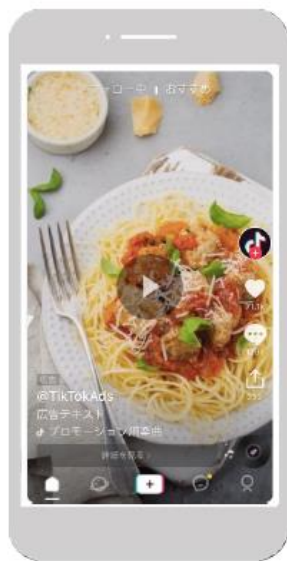
10～20代の人気のTik Tokに広告が出稿できます。Tik Tokに来る人は「何かおもしろいものないかな～」という特定の目的を持たず様々な情報に接する(≒無目的の回遊)ユーザーです。その分、出会いや発見に敏感なユーザーが多いので興味喚起しやすい媒体となります。また他の媒体同様に目的に合わせた最適化と課金携帯を擁している所以商材によっては大きく効果を発揮します。

プロモーションの目的	選択するキャンペーン目的	最適化方法	課金形態
リーチ数を増やす	リーチ	リーチ最適化	CPM (imp課金)
動画視聴数を増やす	動画視聴	動画視聴最適化	CPV (6秒視聴課金)
トラフィック数を増やす	トラフィック	クリック最適化	CPC (クリック課金)
アプリインストール数を増やす	アプリインストール	インストール最適化	oCPM (imp課金)
Webサイトの コンバージョン数を増やす	コンバージョン数	コンバージョン最適化	oCPM (imp課金)

Tik Tokを活用した広告運用

広告フォーマットと広告枠

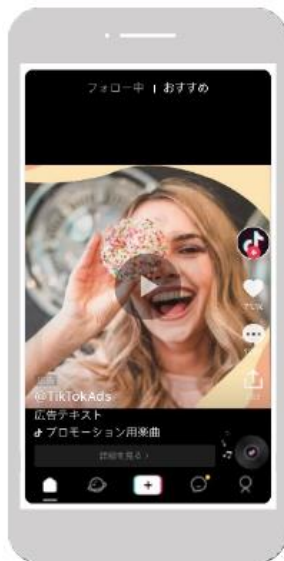
Tik Tokの運用ポイントは、ターゲティングを絞り込み過ぎない点と様々な種類のクリエイティブを配信する点です。商材がターゲットに合えば後はクリエイティブで調整していきます。





9:16縦型動画

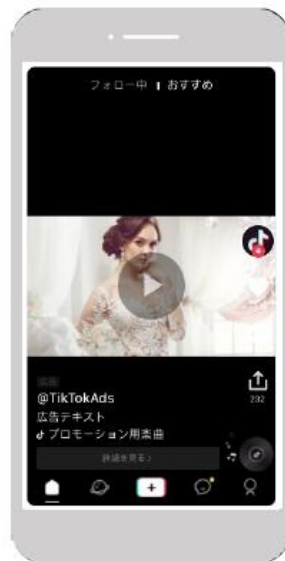
-  インフィード
-  インフィード

※BuzzVideoのインフィードでは1:1にリサイズされて表示されます





1:1スクエア動画

-  インフィード
-  インフィード / 詳細ページ




16:9横型動画

-  インフィード
-  インフィード / 詳細ページ / ポストロール




1200×628横長画像

-  インフィード / 詳細ページ



カルーセル
(スクエア・横長画像)

-  インフィード / 詳細ページ

※β版のため今後表示や操作仕様に変更が加わる可能性があります

※詳細は次ページにてご確認ください。

LINEを活用した広告運用

「LINE」に広告が掲載できる唯一の媒体

LINEのトーク一覧上部やタイムライン、LINE NEWSやLINEマンガなどの各種ファミリーサービスへ広告が配信できます。利用ユーザーは**月間8,600万人**。このうち85%のユーザーが毎日LINEを利用しているため、LINE広告で配信する広告がユーザーの目に触れる機会も多くなり、大規模なリーチが見込めます。また、ターゲティングの拡張が弱いのでLINE広告の配信時には**広めのターゲティング設定**が有効です。

LINEマンガ

LINE BLOG

LINEポイント

LINEショッピング

ウォレット

LINEチャラシ



Smart Channel



タイムライン



LINE NEWS

SmartNewsを活用した広告運用

月間2,000万人のユーザーが利用しているニュースアプリ

月間2,000万人以上が利用していると言われ、非常に多くのユーザーにアプローチできる媒体です。広告としても、クリック単価が他の広告媒体と比べて低いことが大きな特徴の一つで、さまざまな業界においてクリック単価10~30円での配信実績があります。そのため、低単価でリーチを拡大することによる認知拡大の施策として効果が見込めます。

フィード面 (Channel View) TOP



フィード面 (Channel View) TOP以外



NEW!! カルセル広告



記事面 (Smart View) 記事内



記事面 (Smart View) 記事直後



記事面 (Smart View) レコメンド枠



IMP割合 **55%**

25%

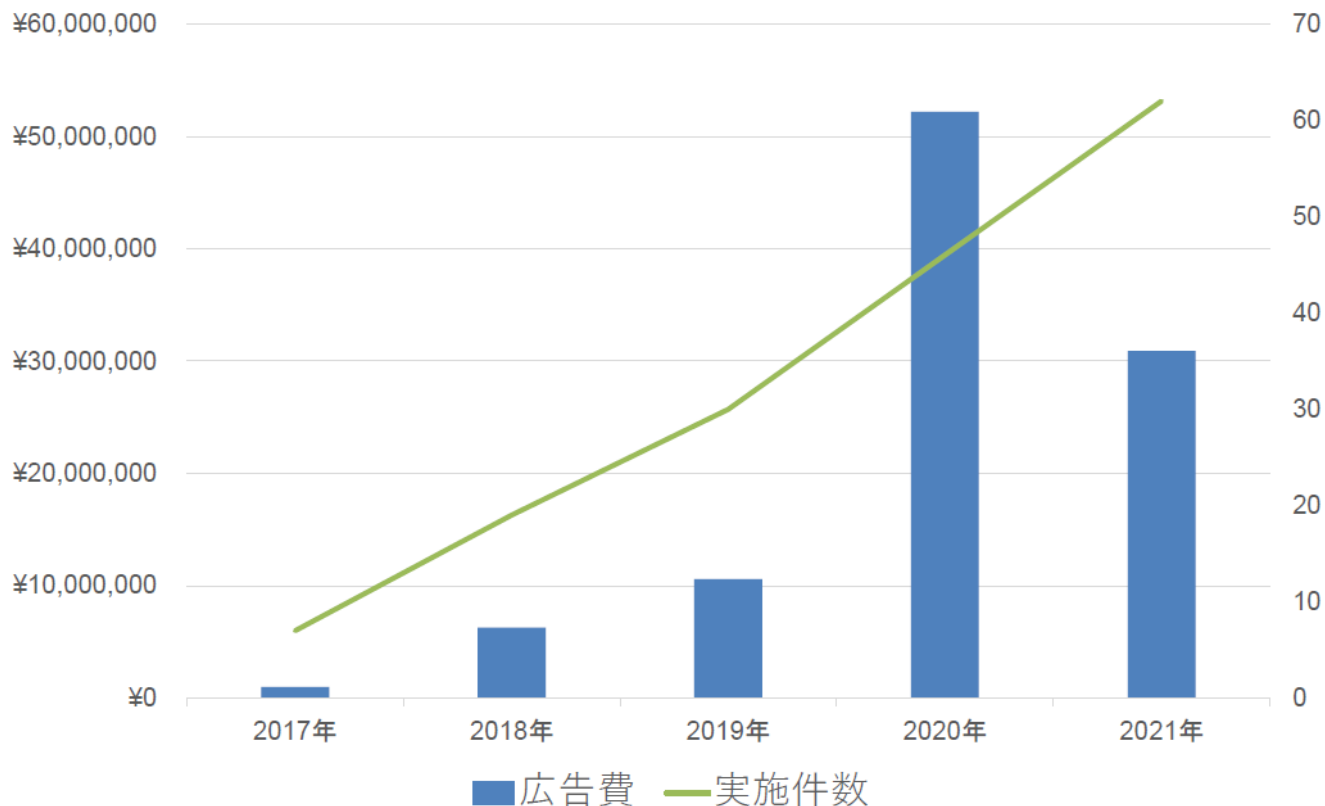
20%

動画を活用した広告運用

動画広告市場について

WEB広告の市場はテレビCMを抜き、一番広告費を使う市場となりました。そのため、WEB広告にかかる金額はまだまだ拡大されていくことが予想され、WEB広告の中でも動画広告の伸びが顕著となっています。

弊社クライアント様の広告費と実施件数

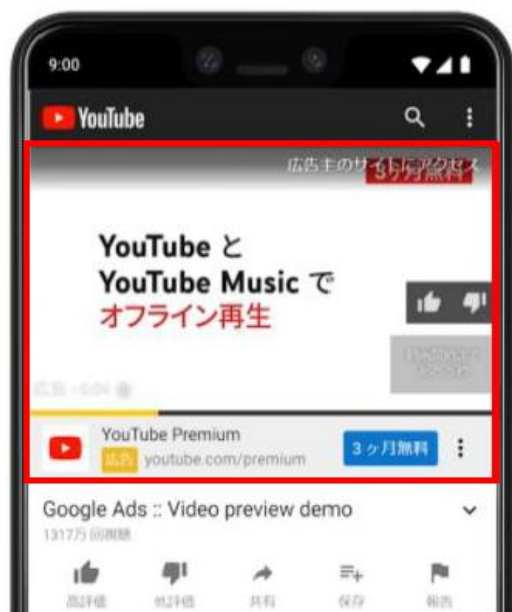


動画を活用した広告運用

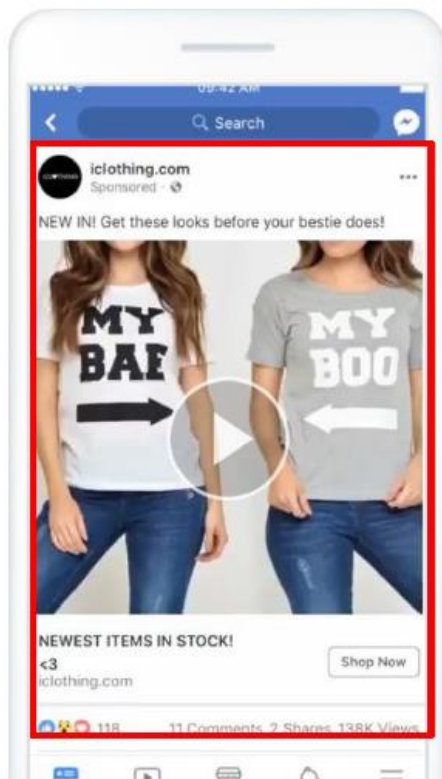
動画広告の配信面について

スマートフォン所有者が増加により、GoogleやYahoo!、DSP社が提携しているサイトやSNSに広告を表示することで多くの情報を短時間にてユーザーに伝えることが実現可能となりました。

▼YouTube



▼SNS (Facebook)



▼各社提携先サイト (Yahoo!)



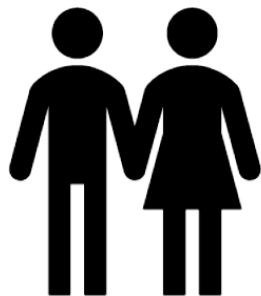
動画を活用した広告運用

ターゲティングによる最適化

動画広告は細かいターゲティングを行うことができます。また、配信成果は数値で確認することができるため、KPIを正確に明確に検証が出来ます。



- ・地域…都道府県/市区町村単位
特定の場所から半径指定も可能



- ・デモグラ…年齢/性別/子供の有無/世帯収入
- ・興味関心…特定のトピックスに興味関心のあるユーザーに対して広告を配信
ex)スポーツ、フード、美容...



- ・プレースメント…配信先の動画やチャンネル
- ・カスタムオーディエンス…特定の語句を検索しているユーザーに広告を配信

動画を活用した広告運用

テレビCMと動画広告のメリットとデメリット

テレビCM

メリット

- ・テレビCMを流せる規模の企業であるという**信頼**
- ・人気番組の枠内での配信を行うことで**短期間での認知度拡大**が見込まれる

デメリット

- ・ターゲットを設定することが**難しい**
- ・費用対効果が**可視化しづらい**
- ・広告出稿に**費用が多くかかる**
- ・テレビ単位での配信となり、**商材に興味のないユーザーにも配信**

動画広告

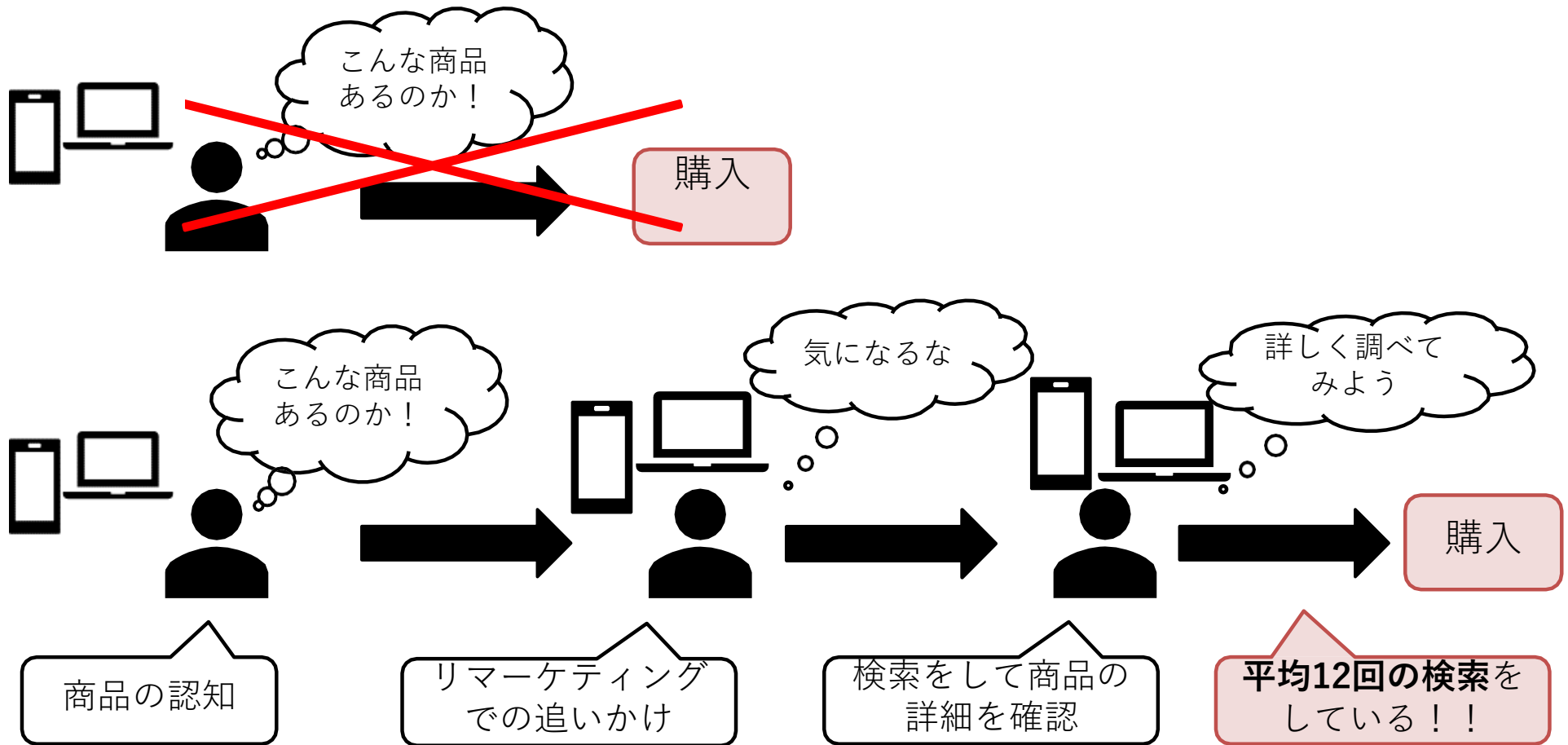
- ・広告を配信する**ターゲットを詳細に設定**することができる
- ・**成果の可視化**ができる
- ・**KPIの設定**が容易
- ・**低額**からでも配信できる
- ・個人単位での配信となるので、**商材に興味のあるユーザーに配信**

- ・スマートフォンで視聴しているユーザーに対しては**ディテールを伝えづらい**
- ・**冒頭5秒で興味を引く構成**
- ・**ネットユーザーにしかアプローチできない**

SNS・動画広告だけで効果を最大化できないのか

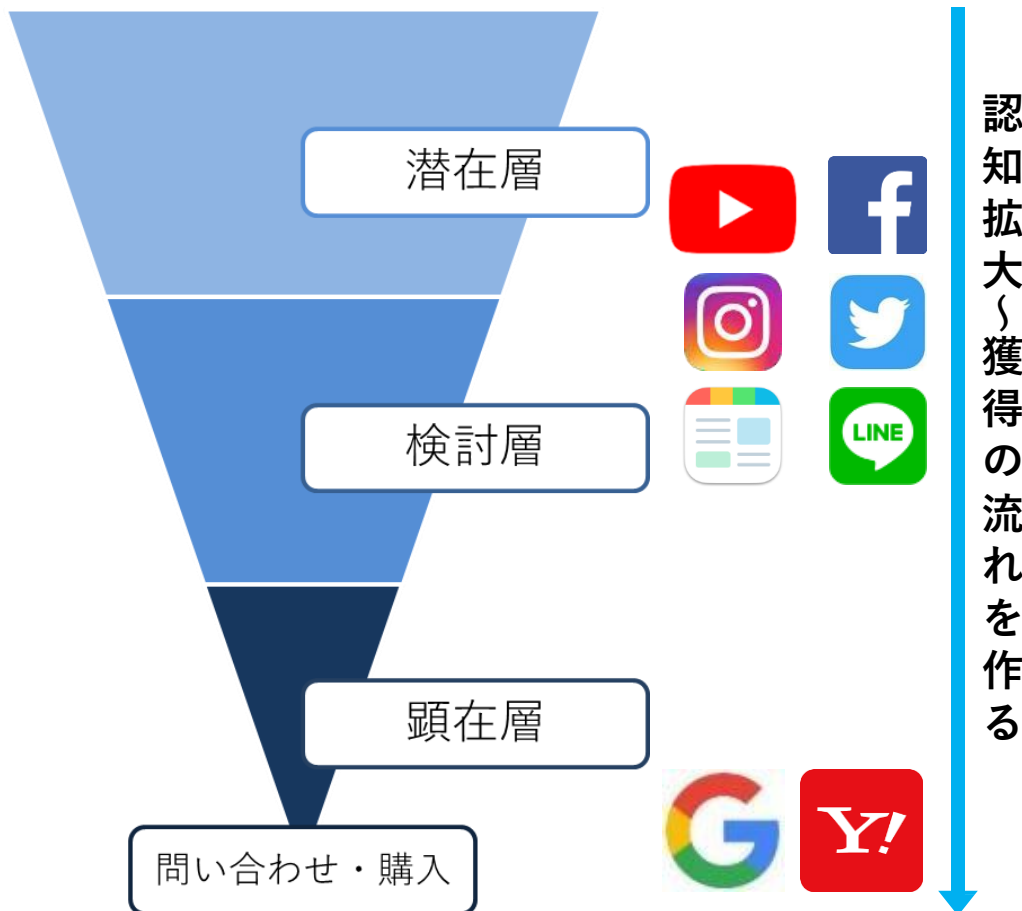
カスタマージャーニーの多様化により顧客が商材を認知してから

購入するまでの道のりが多様化しており認知から購入まで様々な角度で追いかける必要があります。



SNS・動画を活用した広告運用

効果的なWEB施策としてSNS・動画のニーズの高まりに対して弊社は**効果促進のための運用**を行っております。



動画広告

潜在層～検討層（一部顕在層）にかけての配信手法



動画広告×リスティング広告
を行うことが効果的！

リスティング広告(検索連動型広告)
顕在層に対しての配信手法

動画広告で認知度や検討度が高まったユーザーを検索広告で獲得につなげる
という一連の流れが重要

目的に合わせた媒体活用

主要媒体以外の活用

弊社では様々なパートナーと連携したクライアント様の目的に合わせた課題解決をご提案いたします。

▼特殊ターゲティング



▼リターゲティング・類似拡張



▼広告効果の見える化





株式会社メディアハウスホールディングス
〒162-0825
東京都新宿区神楽坂2-17 中央ビル6F
TEL: 03-6380-1651
URL <https://www.mediahouse.co.jp/>