

株式会社SEMエージェンシー会社案内

We Love Digital Marketing.

私たちSEMエージェンシーは、リスティング広告を中心としたネット専門の広告代理店です。

複雑化する、運用型広告を得意としており、お客様の売上拡大を最終目標とし、

多くのクライアント様のプロモーションを支援しています。

WEBマーケティングの事なら弊社にお任せください。

Google Premier Partner



SEMエージェンシーは、Google Partnersプログラムの最上位ステータス「**2022 Premier Partner**」に認定されました。

Google PartnersプログラムのPremier Partnerとは

2022年2月、Googleは世界各国で高い成果を上げたデジタルマーケティングパートナーを対象に、その功績を称え、新たなGoogle Partnersプログラムの一環としてPremier Partnerステータスを授与しました。

Partnerのステータスを得られるのは【実績】【利用金額】【認定資格】の3つの基準をクリアし、最大限の成果を上げ、クライアントの成長を促進していると認められた代理店のみとなります。さらに、Premier Partnerになるには、Partnerの要件を満たしたうえで、

各国の参加代理店の上位3%にランクインすることが求められます。

今後も弊社はGoogleとのさらに強固なパートナーシップで、最新テクノロジーなどの情報をキャッチアップしながら、最適な運用設計の提案と着実な実行体制の運用を行い、クライアントのマーケティング活動をサポートしていきます。



商号	株式会社SEMエージェンシー（英文：SEM AGENCY co.,Ltd.）
所在地	〒150-0002 東京都渋谷区渋谷2-2-5 クルスビル3F
設立	2005年9月2日
役員	<p>代表取締役社長 稲田光造 > 2003年 モバイルを利用したマーケティングツール「MobileMK」の開発を行う株式会社インフェイズ設立、2005年、トランスコスモスグループに対し、株式会社インフェイズ株式全株を売却。同年、個人情報に関するコミュニティマーケティングを行うグローバル・アイディー株式会社設立。</p> <p>> 2008年 上場会社2社に対し、事業譲渡。その後、株式会社M&A総合研究所に商号変更を行い、資金調達・M&Aアドバイザリー業務に従事</p> <p>> 2011年 サーチエンジンマーケティングに特化した株式会社SEMエージェンシーに事業内容特化</p> <p>代表取締役副社長 中東博之 > 2005年 トランスコスモスグループに入社し、営業としてサーチエンジンマーケティングに関するコンサルティングを行う。</p> <p>> 2008年 株式会社メディクルード（聖心美容外科）入社。Webマーケターとして主にSEMを担当。その後、Google株式会社入社。AdWordsに関するコンサルタント業務に従事。</p> <p>> 2011年 サーチエンジンマーケティングに特化した株式会社SEMエージェンシーに役員として参加</p>
資本金	24,000,000円
株主	稲田光造、中東博之 100%
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. インターネット広告代理店事業 2. 自社メディア運営事業
電話番号	03-6419-7171
URL	http://www.sem-agency.jp

◆密着型運用◆

〈運用担当者がダイレクトに対応〉

運用者が直接お客様とやり取りをさせていただいております。営業窓口を介さないことで、専門的な内容にもスピーディーにご対応することができます。

〈緻密で丁寧な運用を実現〉

緻密で丁寧な運用を実現するために、弊社では運用担当が多くのお客様とお仕事をするのではなく、1人運用担当あたり平均6社程度のお客様と長くお付き合いをしております。お客様のご要望を明確にし、時には厳しく、しっかりと時間をかけて運用をしております。

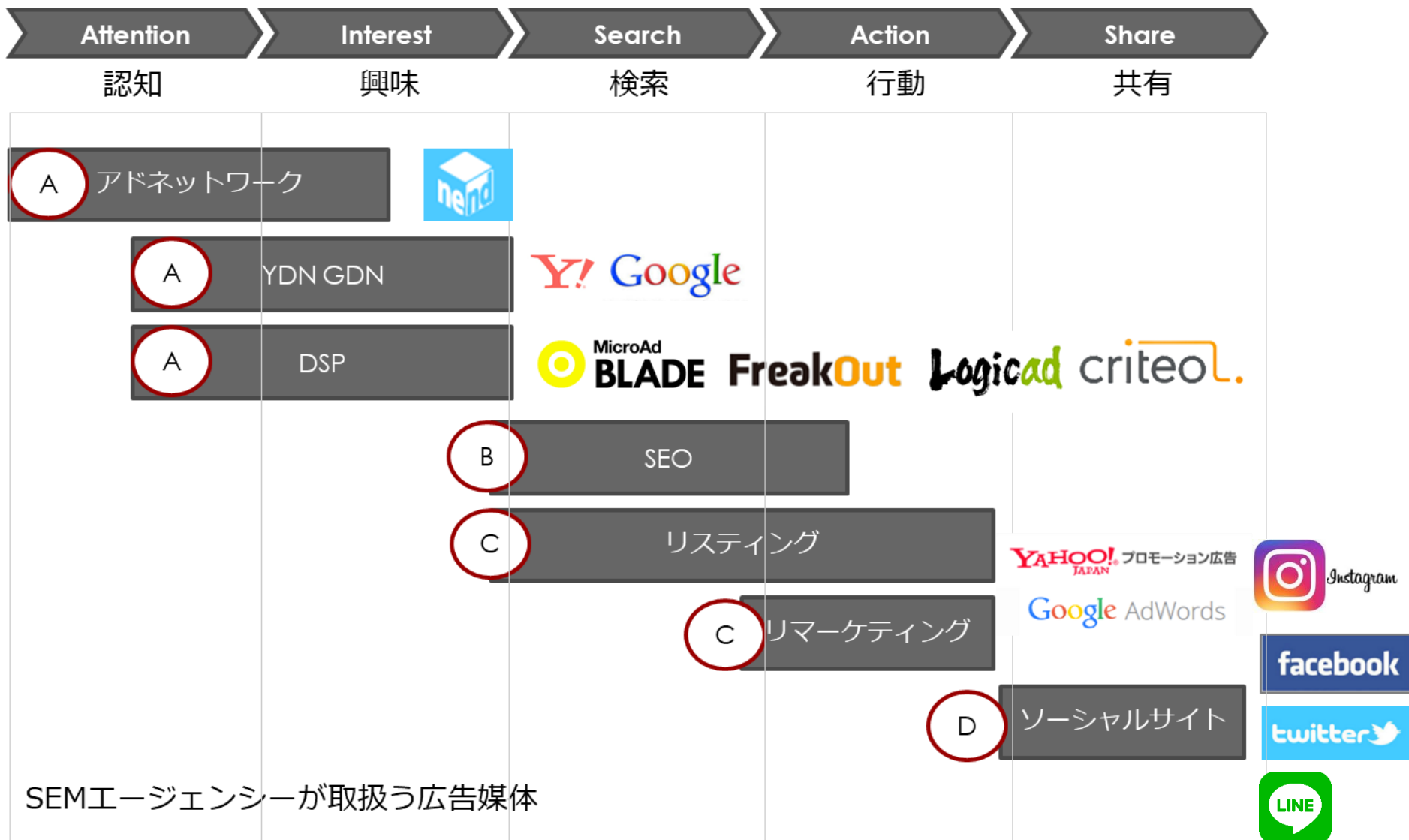
◆幅広い業界・業種に対応◆

弊社では幅広い業種のお客様とお付き合いをさせて頂いております。

小売、証券、金融、情報通信、食品、アパレル業界などそれぞれの業界を知り尽くし、豊富なノウハウで経験豊富なスタッフが専門知識を用いて運用をしております。

◆月間予算2,000万以上の運用実績多数◆

様々な大小のクライアントを運用しておりますが、月間2,000万以上の運用実績も多数継続して発注頂いており、それらの経験を基に高いレベルの運用ノウハウが蓄積しております。



購買行動プロセスAISASに基づき、最適な運用型WEB広告をご提案致します。



Web上の行動・属性データだけでなく購買データなど多彩なターゲティング配信が可能。月間約1,600億インプレッションの広告枠を確保。



独自の人工知能をベースにしたアルゴリズムと高性能エンジン。パーソナライズされた広告を自動配信することで高い成果を上げているディスプレイ型のリターゲティング広告。



サイト訪問ユーザ毎の興味、関心に合わせて広告をパーソナライズ。ユーザ行動履歴を解析し、優良顧客と行動が類似した潜在顧客を紡ぎ出して発掘することができる。



国内最大規模のDSP。Googleの持つ独自の配信アルゴリズムで各種ターゲティングが可能のため、目標のCPAに合わせた配信にも適している。



適正な価格で必要な広告表示機会だけを買付けことができ、広告効果を最大化するデマンドサイドプラットフォーム。オーディエンスデータを活用した様々なターゲティング配信が可能。



独自データを活用した高精度なターゲティング配信や媒体開示型の詳細なレポート機能によって、より効果的で効率的な広告配信を多様な広告フォーマットにて実現。



リターゲティングを中心としたソリューションを提供。バナーのデザインに力をいれている点も特徴。Facebookのニュースフィードや、Twitter広告に対して、一つの広告プラットフォームから配信管理することもできる。

上記媒体を含め。クライアントのKPIに沿った、最適な媒体を随時ご提案しています。



SmartNews

SmartNews Ads には、SmartNews Standard Ads（運用型のインフィード広告／直接広告主様のランディングページへ誘導することができる広告商品）と SmartNews Premium Video/Display Ads（純広告／リッチな動画コンテンツをAutoPlayでユーザーに届けることができる）という2種類の広告メニューがある。

Gunosy



Gunosy AdsはGunosy独自で所有するユーザーデータを活用し、ダイレクトにアプローチを行える広告。情報を能動的に受取ろうとするユーザーに訴求できるため、費用対効果の高い広告出稿が可能。

LOGLY lift

LOGLY lift は媒体のデザインに統合し、ユーザー体験に合わせた広告配信を実現するネイティブ広告プラットフォーム。

Taboola

TaboolaはMSN Japan、産経ニュース、Infoseek Newsなどの大手パブリッシャーをはじめ、多くのWebメディア上でコンテンツを広告表示することができるネイティブアドネットワーク。



GeoLogic

GeoLogic Ad（ジオロジック・アド）は、スマートフォンユーザーの位置情報にもとづいた広告を配信をする、位置情報広告。低コスト、かつかんたん・シンプルな設定で、店舗周辺に「今いる人」「過去に訪問した人」「住んでいる人」のスマートフォンへ、チラシ配りの感覚で広告配信ができる「スマホオリコミ」などがある。

Logicad

数テラバイト/月を上る広告配信ログをもとに、4億人以上のユーザーごとに最適な入札額を推定。大規模で低レイテンシーな処理技術により、精度の高いターゲティングを実現。最低出稿金額や初期設定費用もかからないのも特徴。

上記媒体を含め、クライアントのKPIに沿った、最適な媒体を随時ご提案しています。

弊社の運用方針

1. 無駄コストの徹底排除
2. 広告評価の改善
3. 入札方法の使い分け（自動・手動）
4. 綿密なレポート体制
5. 計測ツール導入による広告運用の最適化

■除外キーワードの徹底精査

コンバージョンにつながる可能性の低いユーザーを排除することで広告のクリック率の上昇や費用対効果の向上が期待できる。

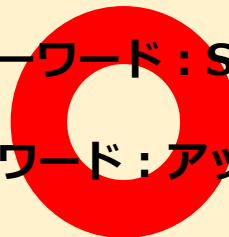
ビッグキーワードとして検索数の多い『SEO』を部分一致で登録した場合、『SEO アップデート』といったキーワードで検索された際にも広告が表示されます。

キーワード：SEO



キーワード：SEO

除外キーワード：アップデート



クリックが発生してもコンバージョンに結びつく可能性は低く無駄なコストだけがかってしまいます。

除外キーワードを徹底し無駄なクリック、無駄な広告費用を抑えます。

無駄な広告費用を抑える事で、より有効なクリックに費用をかける事が可能になります。

■品質スコア・品質インデックス向上へ向けた施策

品質スコア・品質インデックスとは、AdWords、Yahoo!リスティングにおける広告の評価指標です。この評価が高ければ高いほど優遇され、優位にアカウントを管理することができます。逆に、品質が悪化することで、アカウント全体のパフォーマンスが低下したり、広告が掲載されなくなることもあります。この、品質を最適化することにより運用の効果を最大化することができます。

品質スコア・品質インデックスは非常に曖昧な指標ですが、広告効果（CPC、掲載順位）への影響が大きく、なるべく上げていく施策を取る事がポイントとなる。

■ クリック率改善への施策

「品質スコア」は、主に3つ要素によって決定されます。最も重要なのは「クリック率」とされています

1. クリック率

- ・ キーワードと検索クエリに一致する広告の過去のクリック率
- ・ アカウントの履歴（アカウントのすべての広告とキーワードのクリック率によって算出）
- ・ 広告グループの表示 URL の過去のクリック率

2. 関連性

- ・ キーワードと広告グループ内の広告との関連性
- ・ 検索クエリに対するキーワードと表示される広告の関連性
- ・ 広告が表示される地域でのアカウントの掲載結果
- ・ その他関連性に関する要因

3. リンク先ページの品質

- ・ サイトのコンテンツの関連性と独創性
- ・ ビジネス情報の透明性と明確さ、サイトでのユーザーのパソコンとの情報の交換方法、ユーザーの個人情報の取り扱い方
- ・ サイトの操作性の高さと読み込み時間の速さ、ポップアップとポップアンダーの最小限の使用

(AdWords ヘルプページより抜粋)

よって品質スコアを向上させるため、クリック率を上げるための施策を下記施策を中心に行っています。

■ キーワードの選定

リスティング広告は、登録したキーワードで検索されないとクリックに繋がりません。一方で検索数の多いキーワードを追加すれば、表示回数のみ増えるだけで、全くクリックに至らず品質スコアの悪化を招きます。品質スコアの悪いキーワードは同一グループの他のキーワードの品質スコアまで影響を与えます。また、クリックをされても、コンバージョンに至らなければ無駄なコストが掛かります。ビジネスに関連の高いキーワードを選定していくことが重要です。

■ 広告原稿とキーワードの関連性

検索ユーザーは、自分が検索したキーワードが広告原稿に入っていると「自分の探していた情報はこれだ」と認識する傾向があります。さらに、キーワードが広告原稿に入っているとキーワードの部分が太字になり、他の広告よりも目立つようになり、クリック率が高くなる可能性が高まります。広告原稿とキーワードを一致させるためには、広告グループをより細分化する必要があります。

クライアントのビジネスに関連性の高いキーワードを選定し、
キーワードの種類ごとにマッチした広告原稿を作成する事で、クリック率が向上を狙う。

■入札方法の選定

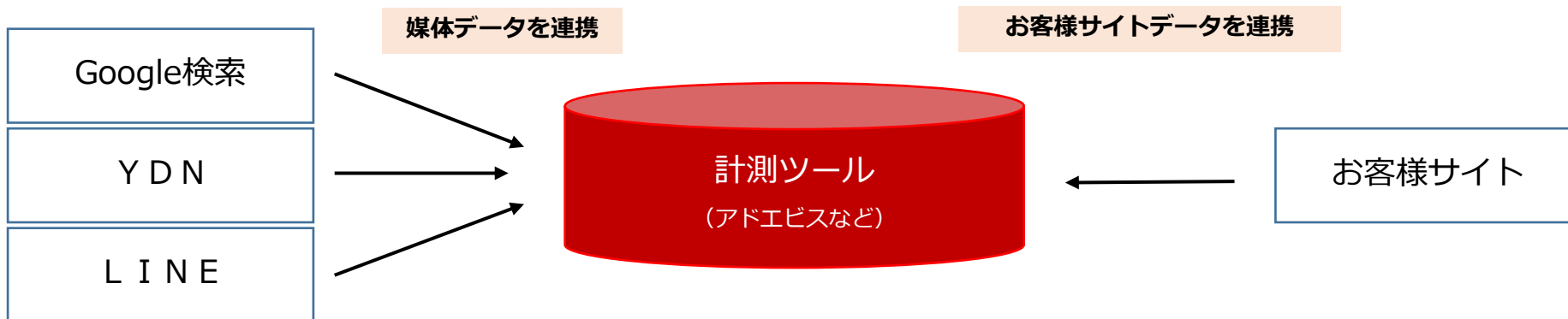
自動入札における下記デメリットを踏まえて、初動は手動入札で安定した獲得を狙う。

- 1キャンペーンでの最低CV数が50。出来れば200以上が望ましい。
→データがたまるまでは自動入札にするのは、効果が不安定になるリスクが高い。
- 考慮されるシグナルが決まっている。
→繁忙期などは考慮されない為、柔軟な配信強化抑制が困難。
- 効果が不安定になった際の原因特定と施策立案が困難。
→自動配信である為、配信の柔軟なコントロールが困難。

※但し、メリットも存在。配信拡大の際には、自動入札の利用も検討。

■効果測定方法の検証

基本的には計測ツールを用いた効果検証を推奨。媒体計測の重複CVカウントの排除や、間接効果の検証、承認率の検証に用いる事が可能となり、より最適な運用が可能となる。




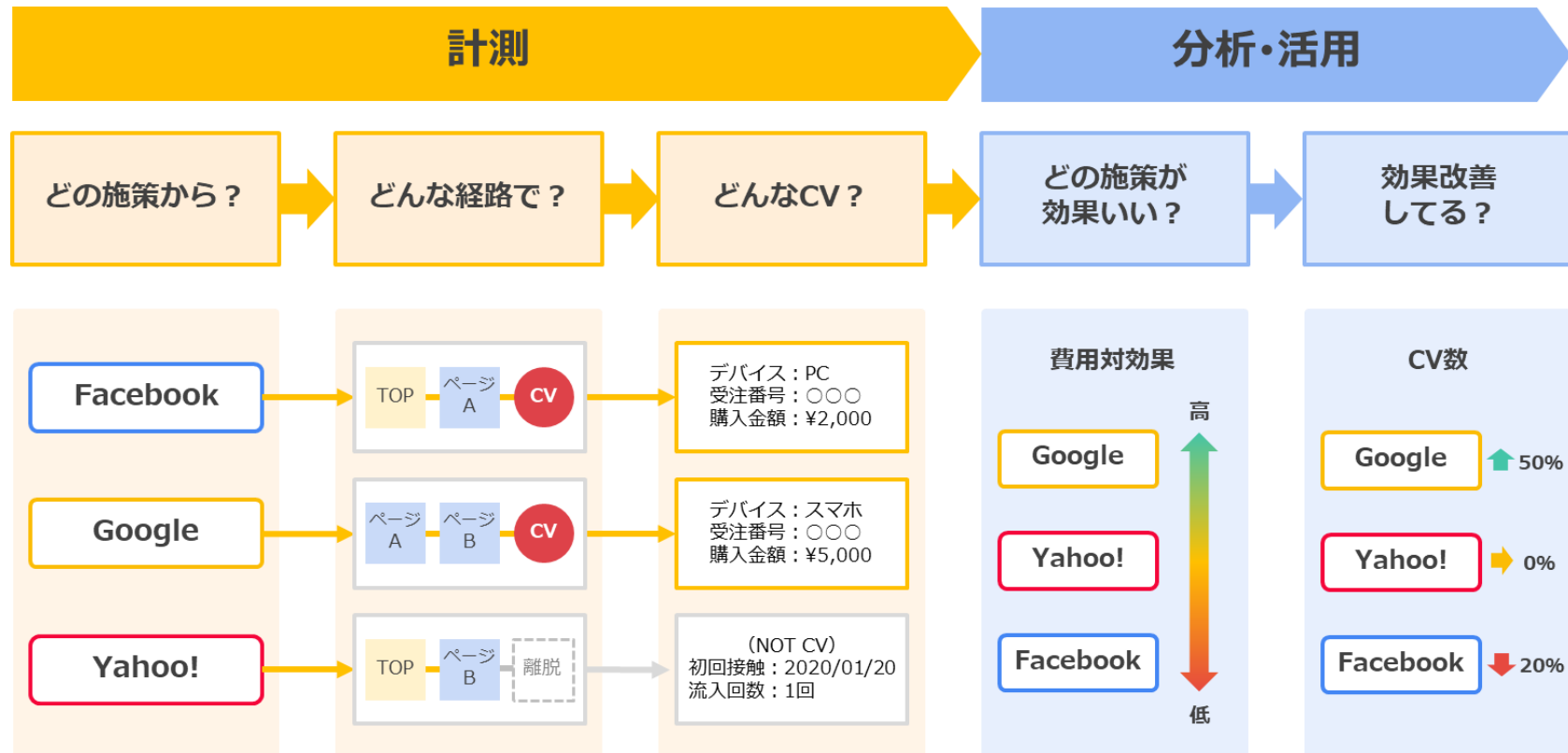
PDCAサイクルのイメージ。ご相談に合わせて変更可能。
現状、定例は基本的には月1回を想定。その際に新施策も合わせてご提案。

※サイクルイメージ-例

内容/期間	日次	週次	隔週	月次
通常業務	お問合せ対応 予算管理 状況確認			
レポート	—	ウイークリーレポート (アカウント単体)	KWレポート クリエイティブレポート	月次レポート (全体振り返り)
定例	—	—	—	月次定例
効果検証 ※蓄積データ次第で 随時対応	入札管理		実施中施策の効果検証 新施策立案	

PDCAをしっかりと行いながら、適切な媒体選定、予算の配分などを都度行っていく必要があります。弊社では計測ツール導入を推奨しています。計測ツール導入により、見込み客を獲得するまでのマーケティング施策を一気通貫して判断することができます。これにより最適な広告施策の判断、予算の再配分/最適化などを行い、効果改善に繋げていくことができます。

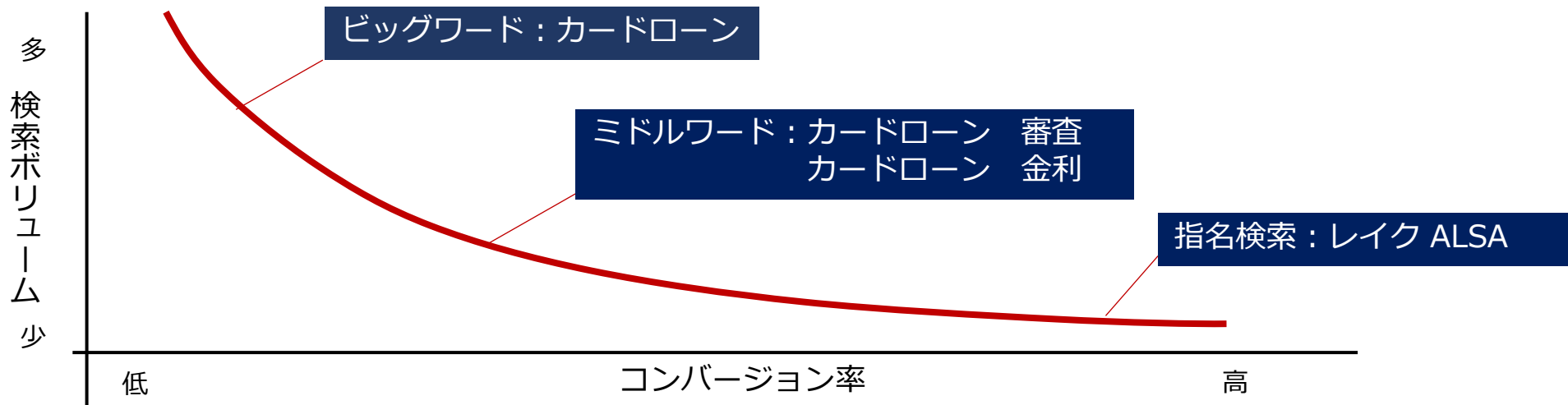
弊社ではイルグルムが提供する「アドエビス」 を推奨しています。



アカウント設計の考え方

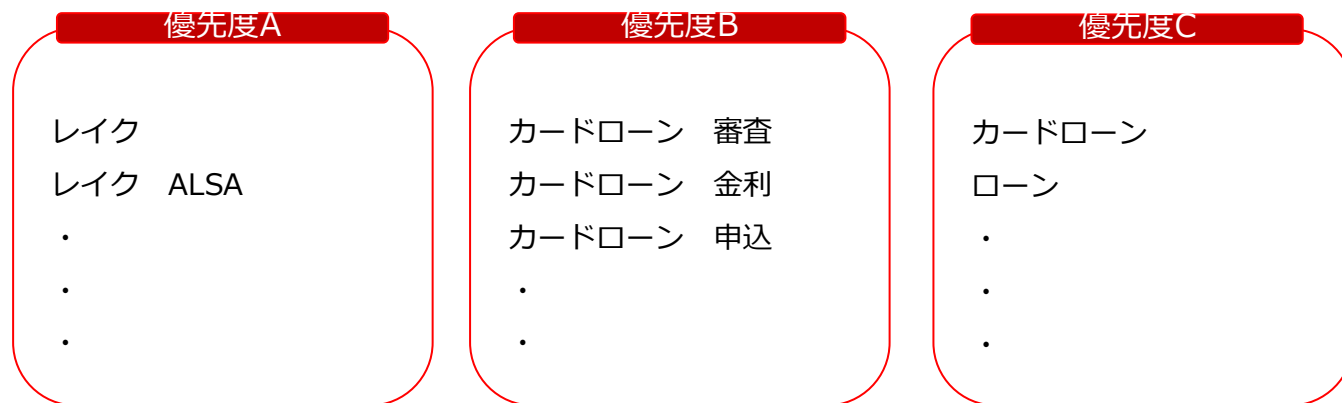
■キーワードの種別

キーワードは下記のように種類があり、ビッグワードは検索ボリュームが多いもののC Vには結びつきづらく、スモールワードほど検索ボリュームは少なくても目的意識を持ったユーザーを誘導しやすい特徴がある。パフォーマンスを最大化させていくためには、各キーワードをうまく使い分け入札管理を行っていくことが必要となります。



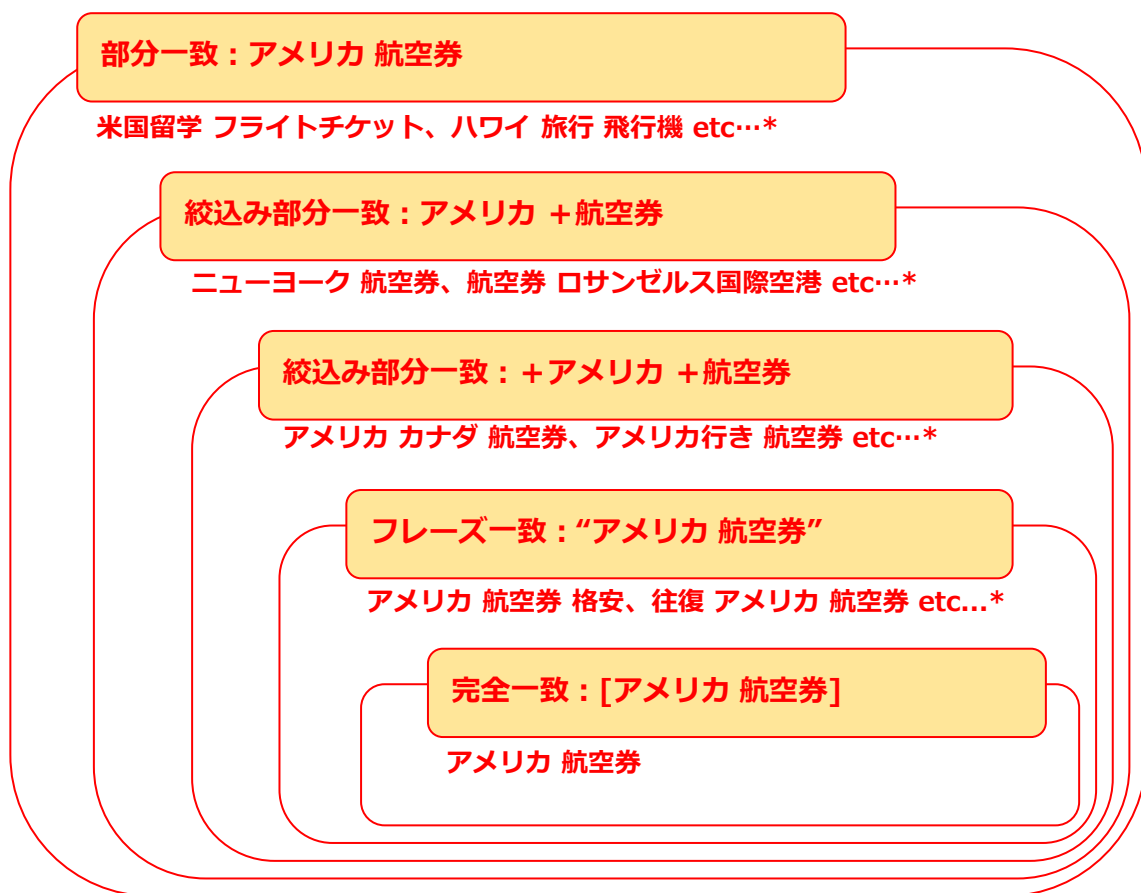
■設定キーワード

キーワード全体で優先度を決めて、出稿ワードを選定及び入札の強弱を設定していく。



■ マッチタイプの考え方

関連性の高いキーワードのみを選定しても、「部分一致」で登録していると登録したキーワードが含まれている場合に必ず広告が掲載されます。また、部分一致の拡張が働き、登録していなくても登録しているキーワードと関連性が高いと判断された場合も広告が掲載されます。検索されたキーワードが、全て御社のビジネスに関連していれば問題ないが、関連性のないキーワードが含まれている場合、無駄なクリックを招く恐れがあります。



『アメリカ 航空券』というキーワードを部分一致で設定した場合、『格安 アメリカ 航空券』『アメリカ 往復 航空券』などで表示されるのは一般的ですが、その他にも『ニューヨーク 航空券』『米国 フライトチケット』などでも表示される可能性があります。

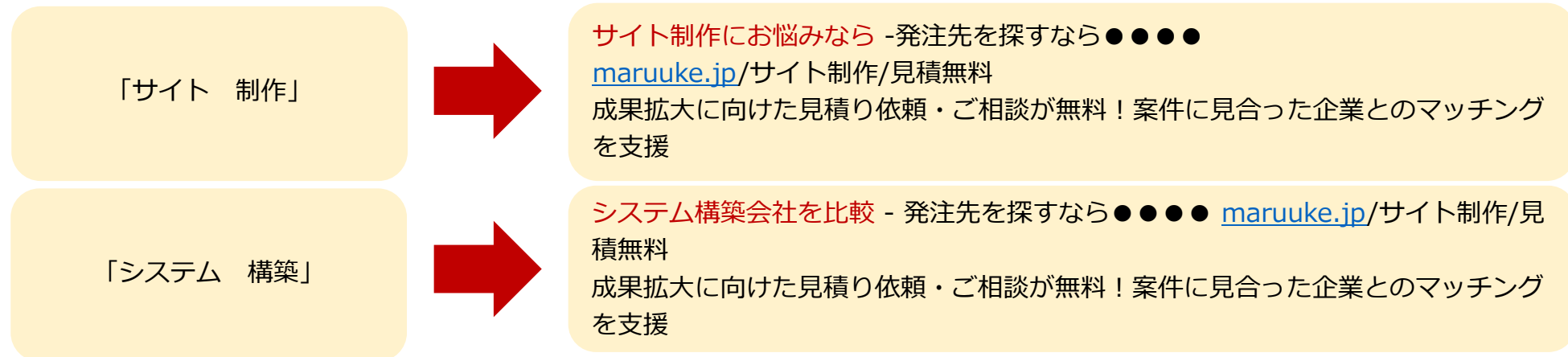
弊社では「絞込み部分一致」でのアカウント設計を基本とし、まずは無駄なクリックを防ぎつつ、キーワードを徐々に広げていく施策をご提案しています。

■ 広告文の考え方

キーワードと広告文は関連性を持たせることで、クリック率が向上する。見出しは最も目立つ要素になる為、**検索ワードと関連の高い語句を含めると効果的です**。また、説明文では商品のサービスの詳細を訴求し、ユーザーに期待する行動を促すフレーズを含めます。

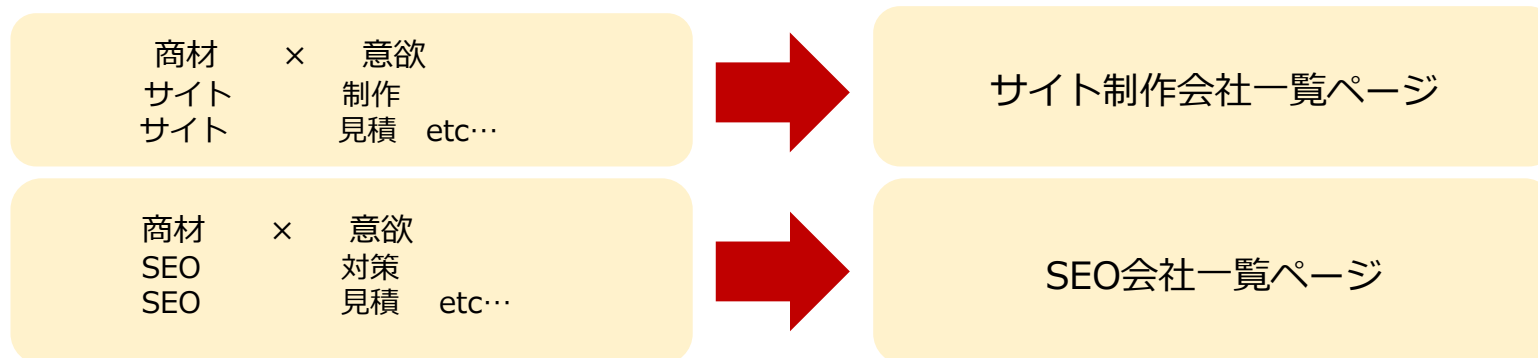
キーワード

広告文

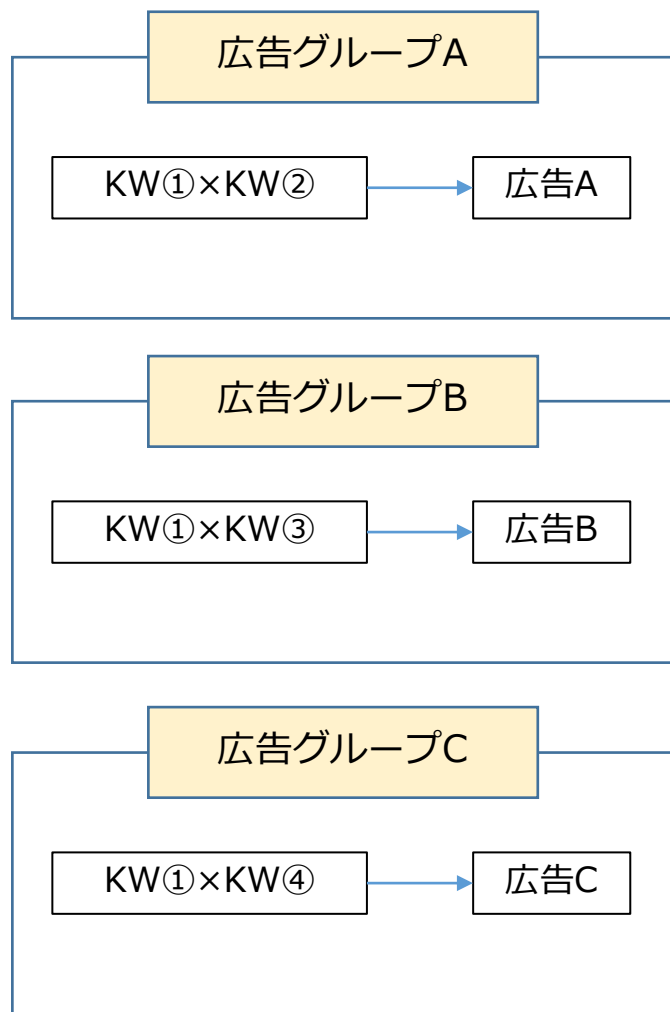


■ リンク遷移先の考え方

キーワードを基に、最適なリンク先を設定する事で高いCVRが見込める。例えば「サイト」関連のワードであれば、サイト制作会社一覧ページへ誘導、「SEO」関連のワードであれば、SEO会社一覧ページへ誘導する、など。

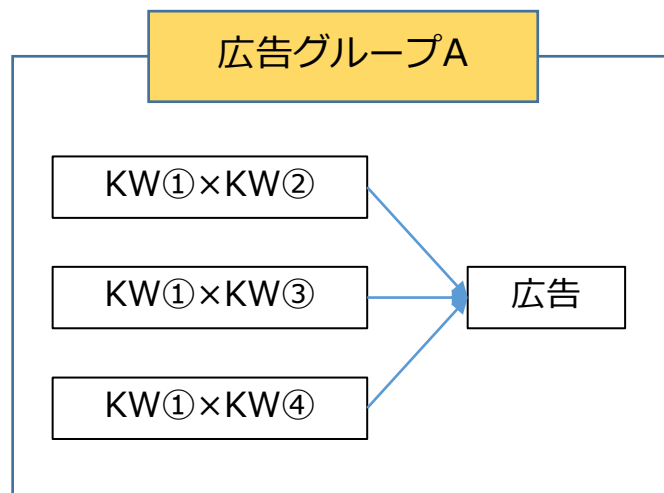


■ 広告グループの考え方



【メリット】

- ・ Googleの最適化がかりやすくなる
- ・ 品質スコア等の評価を正常に受けやすくなる
- ・ テールワードでのインプレッションが増加



※広告A,B,Cの出し分けは広告カスタマイズで制御
※リンク先については、KWレベルでリンク先を設定
(もしくはβ版機能を利用して広告カスタマイズで制御)

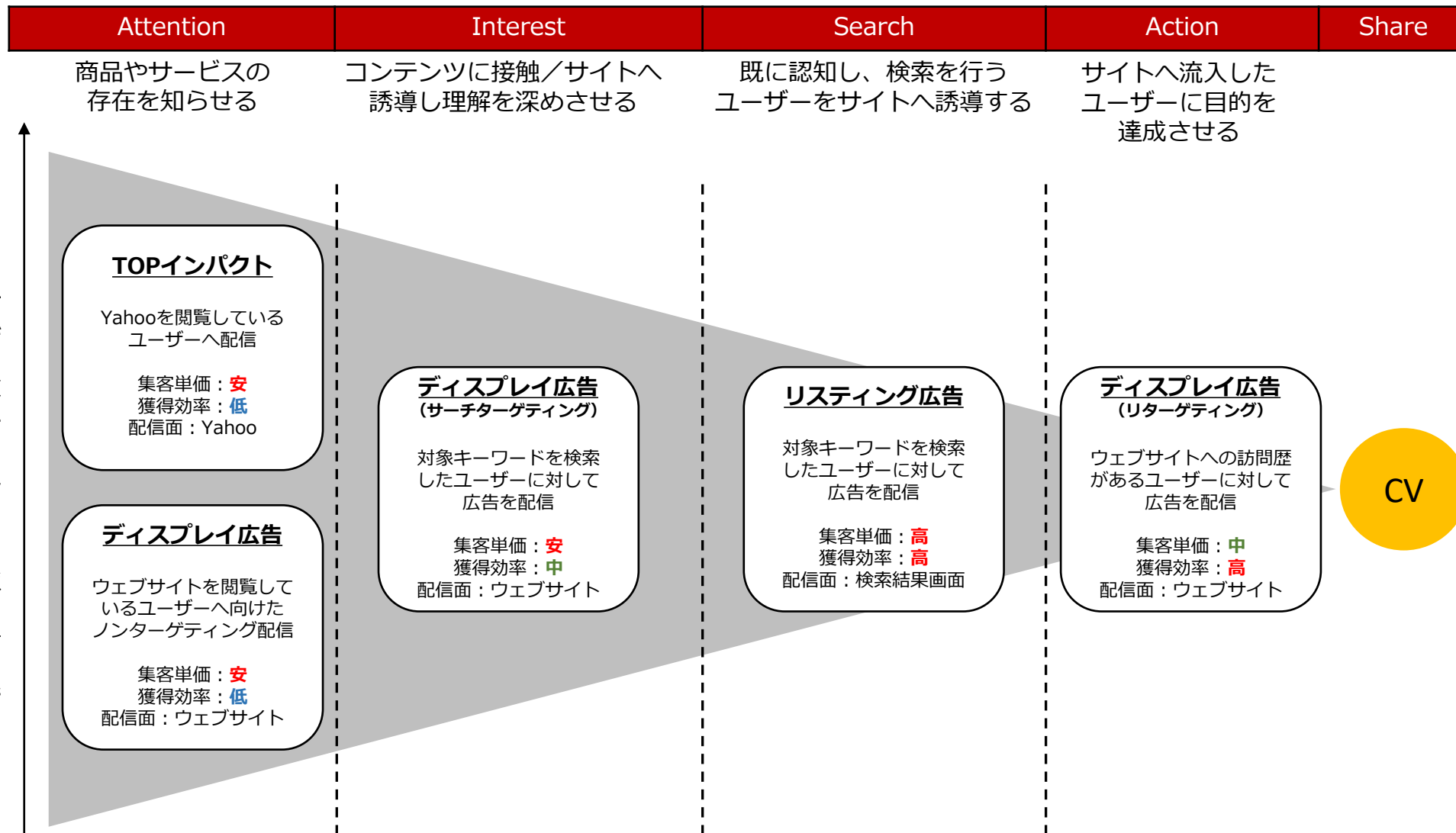
弊社の運用実績

大手地方銀行A様

- ◎ 広告配信設計段階から参画。
- ◎ 2017年過剰融資報道から広告自主規制がかかり、CV数は減少したが、その後はアカウントの再構成・新規媒体の活用などで獲得増を果たした。

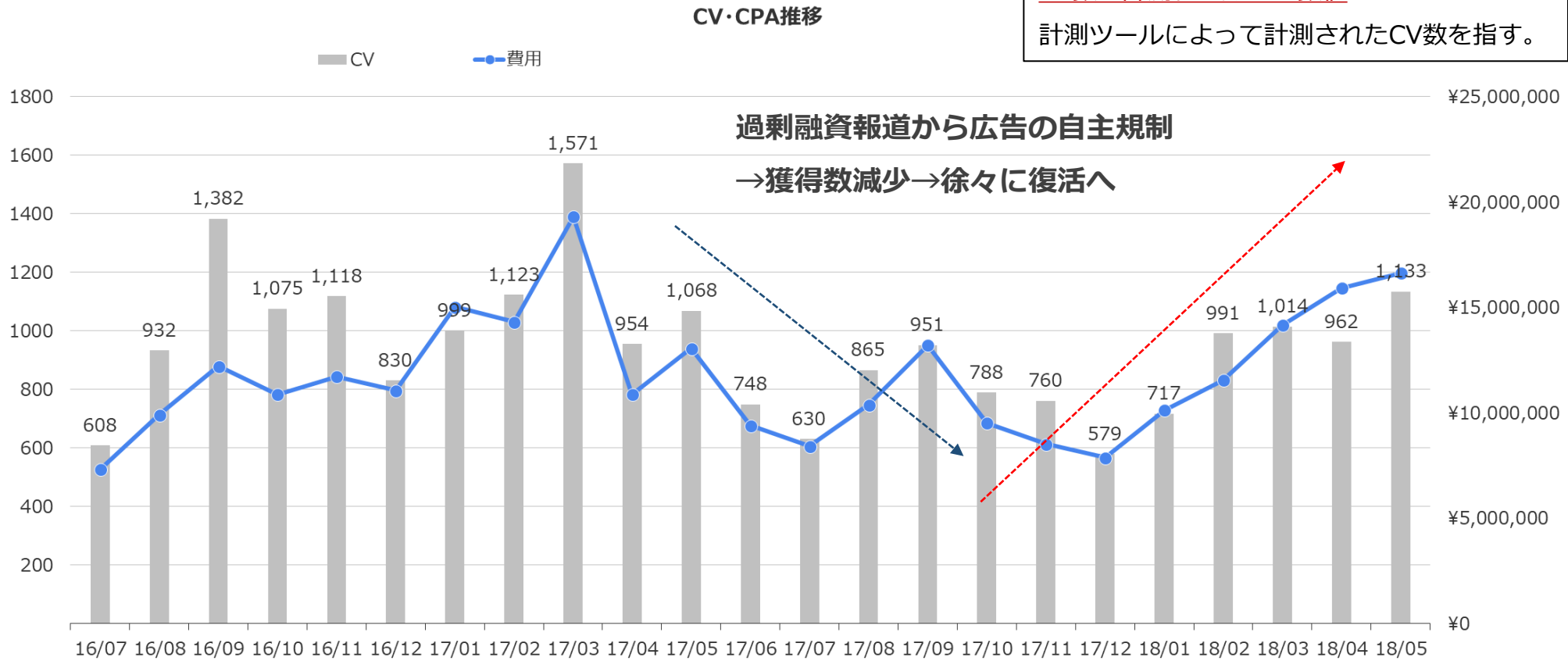
大手地方銀行B様

- ◎ 広告配信設計段階から参画。



潜在層から顕在層まで、各広告媒体の配信機能を利用することで網羅。
 目先の件数獲得だけではなく、中長期的に申込に至るユーザーまでリーチ。

CV数は計測ツール上の数値
計測ツールによって計測されたCV数を指す。



申し込み数で月間1000件前後で推移。最大で2,300万程度の広告予算を投下し配信。（別途認知施策も実施）
 繁忙期と閑散期で予算投下時期を調整し、年間通しての獲得最大化を狙って運用。
 過剰融資報道があり広告の自主規制がかかった影響から獲得低下傾向にあるが、徐々に持ち直している傾向。

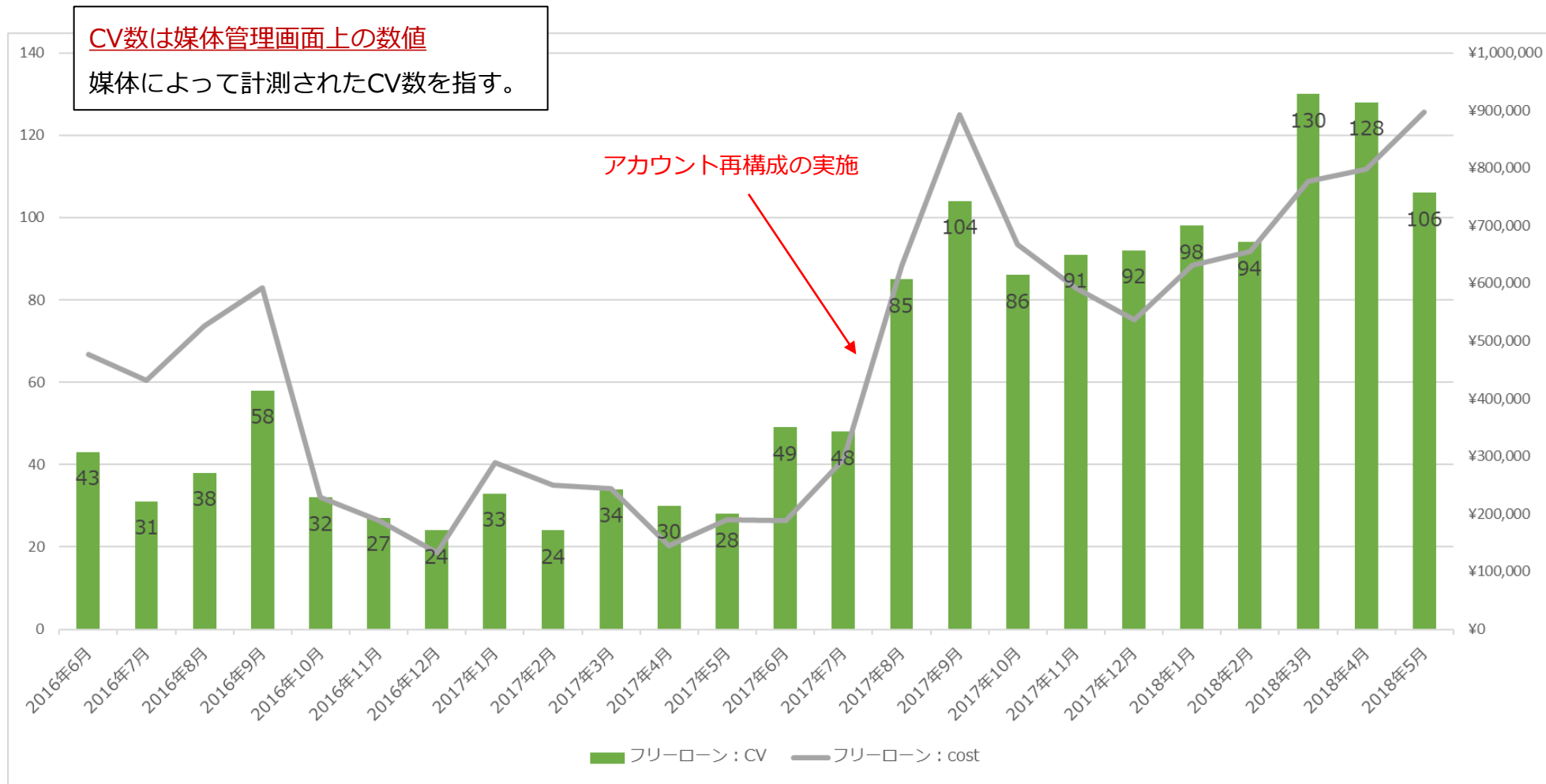
CV数は計測ツール上の数値 計測ツールによって計測されたCV数を指す。

種別	媒体	CTR	CPC	CV	CVR	CPA
リスティング	Google検索	2.55%	¥638	5628	5.0%	¥12,801
	Yahoo検索	1.18%	¥356	1618	4.2%	¥8,400
	D2C	1.25%	¥948	39	3.3%	¥28,426
	REMORA Listing(ブランド)	0.15%	¥1,069	1	1.9%	¥56,668
ディスプレイ	GDN	0.45%	¥94	755	0.4%	¥25,712
	YDN	0.04%	¥239	378	0.8%	¥28,354
	ロジカド	0.20%	¥166	262	0.6%	¥27,161
	クリテオ	0.51%	¥29	97	0.1%	¥53,643
	Gmail	15.72%	¥47	82	0.3%	¥18,551
	AdRoll	0.23%	¥237	65	0.5%	¥45,430
	DBM	0.13%	¥319	34	1.1%	¥28,898
	nend	0.49%	¥204	12	0.4%	¥57,628
SNS	LINE	0.39%	¥301	152	1.7%	¥18,156
	Facebook	0.28%	¥513	5	2.2%	¥23,681
記事広告	Logly	0.05%	¥25	1	0.0%	¥230,348
認知施策	TOPインパクト	0.00%	¥0	108	0.0%	¥194,497
その他	ハイサイト+PSD	0.00%	¥0	566	0.0%	¥18,318

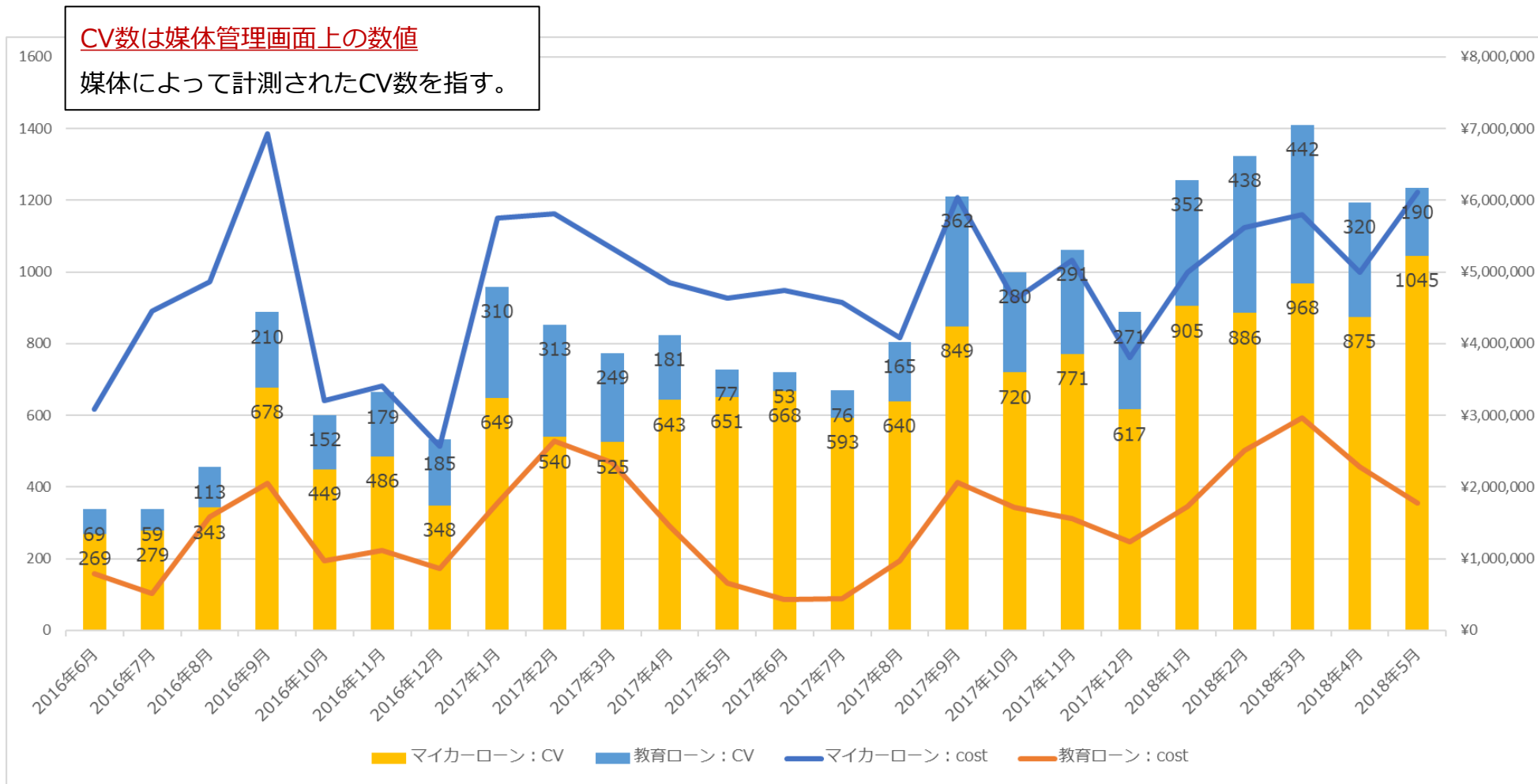
ブランド名が強い銀行でもある為、獲得の中心はリスティング。

ディスプレイの中ではGDN,YDN,Logiadが健闘。

多くの媒体を試験運用し、良いものはボリュームを伸ばすよう調整。（直近ではLINEが獲得伸長）



過去の配信実績を踏まえ、アカウントの再構成（キーワードの見直し、広告カスタマイズの導入 etc.）を実施。
その結果、2017年8月以降申し込み数が増加傾向。安定して100件前後の申し込みを獲得している。



マイカーローンを中心に、申し込み数が増加傾向。広告費は据え置きながらも、Google、Yahoo!の最適化を図りつつ、新規媒体（Logicad、DBM）の追加配信を行い、直近では安定してトータル1,200件前後の獲得となっている。

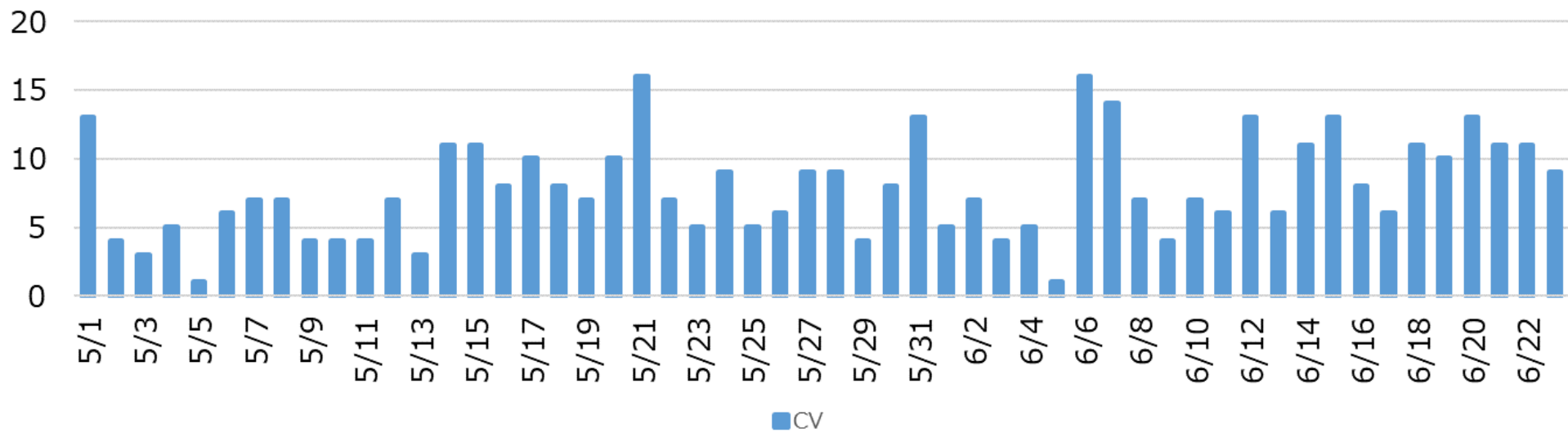
※教育ローンは繁忙期と閑散期の獲得率の差が大きい傾向

月	広告費	CV	CPA
2018/4/1	¥737,497	59	¥11,364
2018/5/1	¥1,323,826	128	¥9,402
2018/6/1-直近	¥1,140,891	117	¥8,865
合計	¥3,202,214	304	¥10,534

CPAを下げることに成功

CV数は計測ツール上の数値
計測ツールによって計測されたCV数を指す。

フリーローン-CV推移



4月から配信開始し、5,6月と順調に伸長。

カードローンへの世間に対する感覚が厳しい状況を踏まえて、フリーローンで獲得を強化し穴埋めを図る。

金融総合専門紙「ニッキン」2020年11月13日号 13面掲載

SEMエージェンシー 非対面の営業支援 コロナ禍でウェブ対応

ウェブマーケティングを手がけるSEMエージェンシーは、非対面チャネルを利用した商品プロモーションの提案を国内金融機関に向けて強化している。同社は、インターネッ

ト広告を中心としたネット専門のマーケティングに強みを持つ。地域銀行などの実績も多い。コロナ禍のなか、金融機関の非対面の営業を支援する。

国内金融機関は、コロナ禍の影響で、来店客の減少や面談機会の喪失が続き、ウェブなど非対面領域での営業が注目されている。SEMエージェンシーは、ウェブ広告の運用から分析まで担当が一貫して支援する。PR活動の品質を確保し、営業地域の顧客属性に応じて迅速に対応する。

具体的には、カードローンのPRをする場合、エリアに合わせた広告出稿のみならず、申し込みページの制作まで対応する。さらに、申し込み以降の審査通過なども含めた効果測定する基盤の整備もサポートしていく。

すでに、複数の地域銀がローン商品のPRで新規獲得につなげる実績を上げている。同社は、リモートワークの普及もあり、今後店舗だけの営業は厳しいと指摘。ウェブなど新たな領域での展開を勧め、「金融業界の非対面対応を支援していきたい」（中澤正樹取締役）としている。

弊社の取り組みが金融総合専門紙「ニッキン」に掲載されました

弊社の運用実績

大手ネット証券様

- ◎ アカウント構成の大幅な見直しによってCV数を200%伸長へ（月間平均）
- ◎ グループ構成の細分化により獲得の効率化を図る

[目的] 口座開設 [媒体] Google AdWords・Yahoo!スポンサードサーチ 合算

※2015年11月は大型IPOのため件数増加

**CVRは
2.6倍改善**



- ・ 2014年8月まで前代理店で運用。同年9月よりSEMエージェンシーにて運用開始。
頭打ち感のあったCV獲得状況を大幅に改善。口座開設数 (=CV数) を月間平均**200%**超まで改善。
- ・ 新規ユーザー獲得を目的に配信。月間予算800万円程度。約3年間の取り組みの中で、
動的検索RLSAやトレンドキーワードの追加等を実施し、継続して**CVRが改善**。

改善前は、「フレーズ一致」によるキーワード登録が中心であり、マッチタイプによる機会損失が発生していた。

改善前

	キーワード	IMP	CTR	Click
1	"株 取引"	56,308	1.1%	617
2	"株 チャート"	12,797	0.7%	85
3	"株 購入"	33,863	2.1%	717
4	"株 手数料"	5,982	2.4%	144
5	"株 始める"	3,974	1.5%	60
6	"株式投資 初心者"	2,165	0.4%	9
7	"株 始め方"	4,985	3.1%	155
8	"株 やり方"	1,509	1.8%	27
9	"株 はじめ方"	874	0.2%	2
10	"株 はじめる"	792	1.5%	12
11	"株式投資 チャート"	75	4.2%	3
12	"株式投資 手数料"	130	1.1%	2
13	"株式 やり方"	0	0.0%	0
14	"株式投資 始め方"	157	0.1%	0
15	"株式投資 やり方"	75	0.0%	0
16	"株式 始める"	41	0.0%	0
	合計	123,986	1.5%	1,832

改善提案

	キーワード	IMP	CTR	Click
1	+株 +取引	67,570	1.2%	811
2	+株 +チャート	15,356	1.2%	184
3	+株 +購入	40,635	2.0%	813
4	+株 +手数料	7,178	1.8%	129
5	+株 +始める	4,768	1.4%	67
6	+株式投資 +初心者	2,598	0.8%	21
7	+株 +始め方	5,982	3.1%	185
8	+株 +やり方	1,811	0.9%	16
9	+株 +はじめ方	1,049	0.1%	1
10	+株 +はじめる	950	1.2%	11
11	+株式投資 +チャート	90	0.9%	1
12	+株式投資 +手数料	156	0.8%	1
13	+株式 +やり方	0	0.6%	0
14	+株式投資 +始め方	189	0.1%	0
15	+株式投資 +やり方	90	0.0%	0
16	+株式 +始める	49	1.2%	1
	合計	128,784	1.5%	2,242

柔軟な広告表示が可能な「絞り込み部分一致」に変更し、

IMPボリュームを増加させ、クリック数を**122.3%**増加させることに成功

改善前は、商材に関係のないキーワードで広告が表示されていました。

改善前

キーワード	IMP	Click	CTR	CPC	COST	CV	CVR	CPA	RANK
仮面ライダーカブト	320,185	892	0.28%	¥99	¥88,697	0	0.0%	¥0	1.2
スーパーカブ	267,391	380	0.14%	¥129	¥48,974	0	0.0%	¥0	1.6
着メロ	27,565	358	1.30%	¥121	¥43,397	0	0.0%	¥0	2.6
郵便 局	152,728	181	0.12%	¥199	¥35,985	0	0.0%	¥0	3.3
仮面 ライダー カブト	290,584	177	0.06%	¥191	¥33,880	0	0.0%	¥0	1.1
着メロ 無料	13,972	198	1.42%	¥126	¥24,860	0	0.0%	¥0	2.4
かぶと	8,724	68	0.78%	¥268	¥18,253	0	0.0%	¥0	1.7
カブ カスタム	68,621	153	0.22%	¥93	¥14,238	0	0.0%	¥0	1.2
合計	1,149,710	2,407	0.21%	¥129	¥308,284	0	0.0%	¥0	—

除外設定を行うことで、無駄なコストを削減し、獲得の取れるキーワードへ
予算を寄せ獲得効率を高めることに成功しました。

一度サイトへ来たユーザーへ後追いで広告を配信するリマーケティング広告において、前代理店ではサイト来訪ユーザーに一律で広告を配信していたが、現在は「どこで離脱したか」「どのページを見ているか」などユーザーのモチベーションごとにグルーピング。グループごとに入札強度を細かく調整することで、効率化を図った。

■ サイト来訪～口座開設完了するまで



前代理店よりコンバージョン率を5倍に、CPAは5分の1に改善

弊社の運用実績

大手フィットネスジム運営会社様

大手人材紹介会社様

大手ECサイト様

大手家庭教師派遣会社様

総合型フィットネスジムとマシンジムにおける事例です。

フィットネスの場合は、月の前半と後半にCVRが上がる傾向にあることから、**最適な予算配分となるよう設計。**

リスティング、リマーケティングにおいて、安定した成果を出せるアカウント構築をしています。

■総合型ジムとマシンジム専門における実績

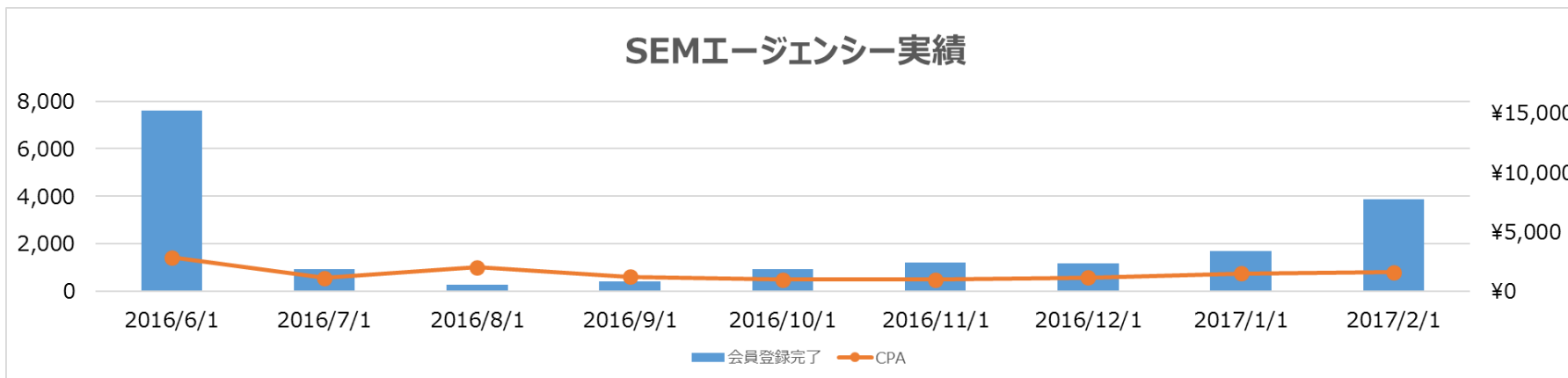
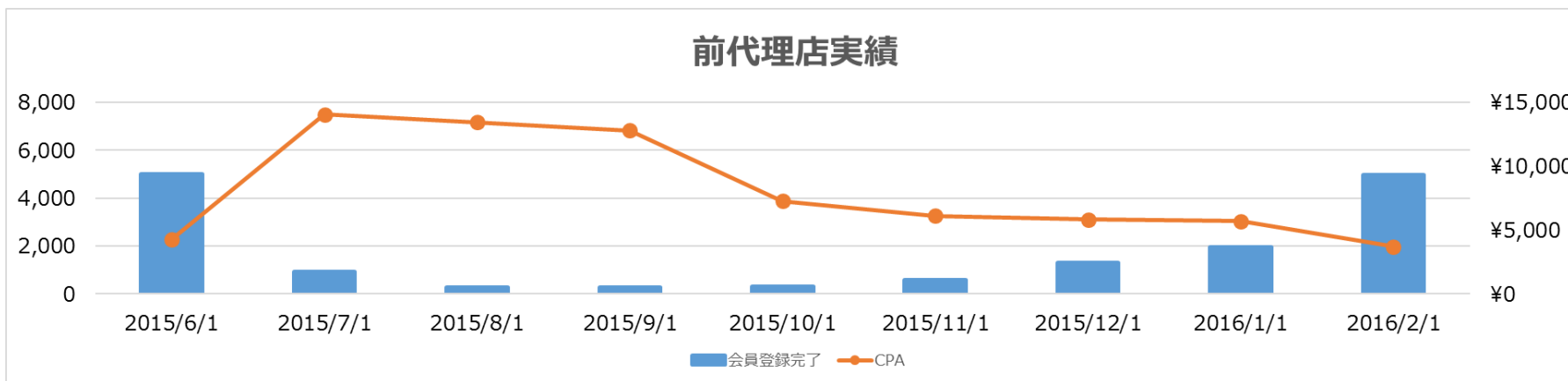
	通常月（予算200万円程度）	繁忙月（予算900万円程度）
総合型ジム	CPA	CPA
ブランド名	¥800	¥1,500
一般キーワード	¥5,000	¥9,000
リマーケティング	¥3,000	¥7,000

	通常月（予算50万円程度）	繁忙月（予算300万円程度）
マシンジム専門	CPA	CPA
ブランド名	¥700	¥1,000
一般キーワード	¥2,000	¥5,300

■月におけるCV推移の特徴

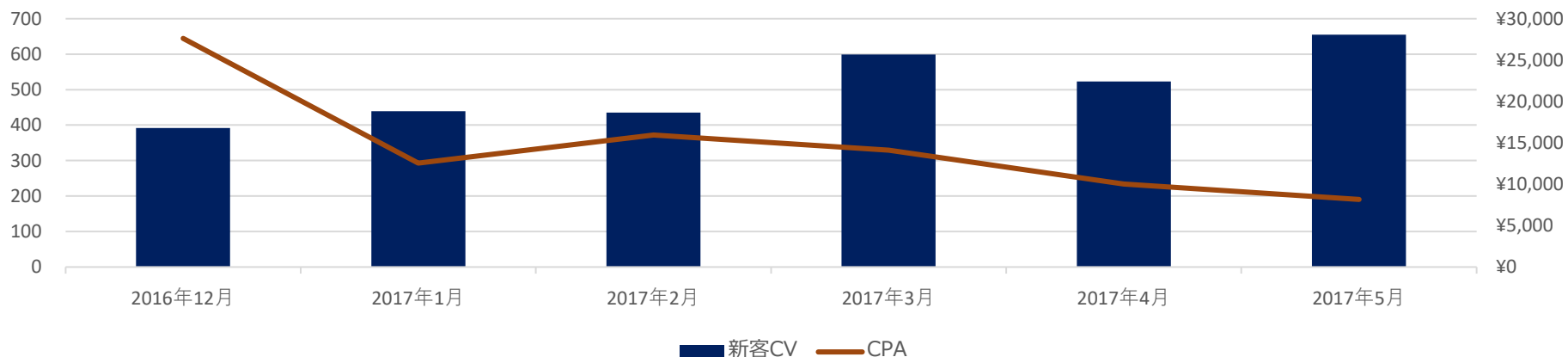


比較	COST	CPA	会員登録完了
前代理店	¥83,489,909	¥5,392	15,483
SEMI-ジェンシー	¥35,669,113	¥1,974	18,072
率	-57%	-63%	+16%



- ・ 前代理店運用からCOST、CPA大幅にカット（約60%減）
- ・ その上で会員登録数約15%増加

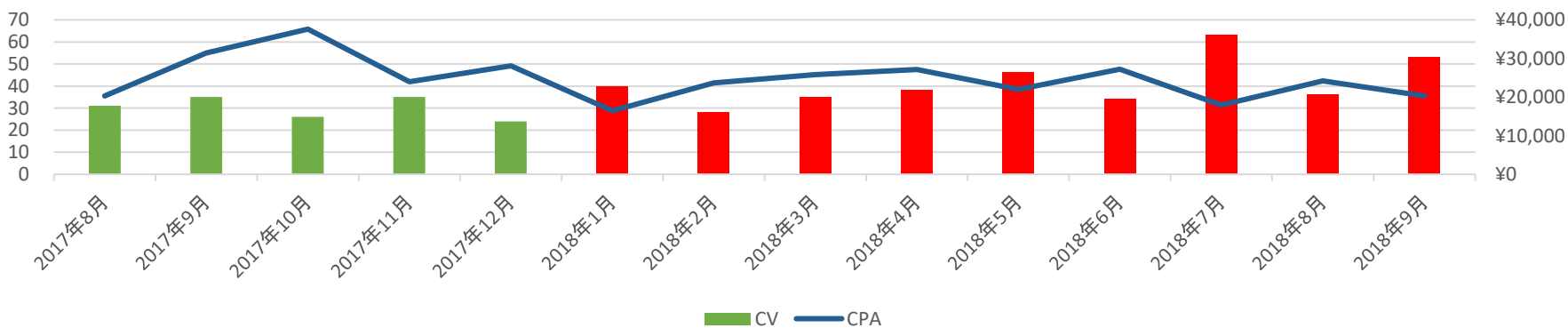
月	配信金額	新客CV	新客CPA
2016年12月	¥10,830,623	392	¥27,629
2017年1月	¥5,504,224	439	¥12,538
2017年2月	¥6,931,065	435	¥15,933
2017年3月	¥8,462,358	599	¥14,127
2017年4月	¥5,242,734	523	¥10,024
2017年5月	¥5,351,088	655	¥8,170



- ・新規顧客の獲得をCVとして設定
- ・初月においては、セールのため配信量を拡大
- ・半年後では、配信金額 **約50%減**、新客数 **約240%増加**、CPA **約70%減** を達成

オンラインなどで家庭教師を派遣するクライアントの事例。2017年12月に大幅にアカウント構成を変更。過去の実績から獲得の少ないキャンペーン、キーワードを停止し、新たにクエリからキーワードを精査して、新たにキャンペーンを追加。広告文・リンク先の設定を細かく調整。結果、CPAを下げつつ、CV数増を実現。

MONTH	IMP	CT	CTR	CPC	COST	CV	CPA	CVR
2017年8月	145,037	2,092	1.44%	¥300	¥627,998	31	¥20,258	1.48%
2017年9月	170,572	2,912	1.71%	¥377	¥1,098,876	35	¥31,396	1.20%
2017年10月	162,484	2,490	1.53%	¥392	¥977,175	26	¥37,584	1.04%
2017年11月	141,730	2,118	1.49%	¥396	¥837,765	35	¥23,936	1.65%
2017年12月	268,911	2,229	0.83%	¥303	¥674,979	24	¥28,124	1.08%
2018年1月	209,399	1,983	0.95%	¥332	¥658,382	40	¥16,460	2.02%
2018年2月	215,690	1,827	0.85%	¥363	¥663,823	28	¥23,708	1.53%
2018年3月	432,557	3,180	0.74%	¥284	¥903,298	35	¥25,809	1.10%
2018年4月	303,645	3,888	1.28%	¥265	¥1,030,968	38	¥27,131	0.98%
2018年5月	482,712	3,328	0.69%	¥304	¥1,012,583	46	¥22,013	1.38%
2018年6月	490,474	4,116	0.84%	¥225	¥924,314	34	¥27,186	0.83%
2018年7月	1,062,616	7,096	0.67%	¥159	¥1,130,957	63	¥17,952	0.89%
2018年8月	734,033	5,970	0.81%	¥146	¥870,743	36	¥24,187	0.60%
2018年9月	600,371	4,945	0.82%	¥217	¥1,075,142	53	¥20,286	1.07%



その他の事業について

インフルエンサー事業

メディア運営

弊社のインフルエンサー事業の特徴と主な実績は下記のとおりです

- ✔ 登録者へのダイレクトアサインによって、費用が抑えることが可能
- ✔ フォロア単価 3円～ また予算に応じたプランニングも可能
- ✔ 提携エージェントを通じてYoutuberなどのアサインも可能
- ✔ 大小様々な施策の実績が豊富。また企画段階からの参画も可能。
- ✔ 広告運用（獲得）とセットにした全体施策のご提案も可能。

業種・業態	実施内容	メディア
コスメ	新商品発表会	Instagram/Instagramストーリーズ
コンビニチェーン	新商品発表会	Instagram
結婚式場	オープニングセレモニー	Instagram
飲食店 / チェーン店	新メニュー試食	Instagram
脱毛サロン	集客プロモーション	Twitter広告と連動
下着メーカー	新キャンペーンプロモーション	Instagram
飲料メーカー	ハロウィンイベントプロモーション	Instagram/Twitter
服飾雑貨	タイアップ企画プロモーション	Instagram
フィットネスクラブ	体験会参加	ブログ
地方自治体	イベントプロモーション	Instagram

弊社のインフルエンサー事業の活動実績の様子をご紹介します



新商品発表会



新商品体験会



新商品体験会



イベント
プレオープン



商業施設
プレオープン



新メニュー試食会



施設体験



新商品発表会イベント

弊社では下記メディアを運営しています。



カワコレメディア

<https://media.kawa-colle.jp/>

女の子の、女の子による、女の子のためのメディア。多くの女子が関心の高いコンテンツ（スイーツ、コスメ、お出かけなど）を中心に掲載。

- ▼コンテンツ制作/取材
- ▼広告企画
- ▼モデルキャスティング
- ▼インフルエンサー企画



美女マンガ

<http://bijomanga.com/>

美人モデルが「私の人生を変えたマンガ」を紹介。

- ▼コンテンツ制作
- ▼広告企画
- ▼モデルキャスティング
- ▼インフルエンサー企画

問い合わせ先

info@sem-agency.co.jp

03-6419-7171

資料内でご紹介した以外にも多くの事例を取り揃えております。
また改善提案、シミュレーション作成なども承っておりますので、
お気軽にお問合せください。