

2020年7月の最新実績

BtoBサイトでのリスティング広告 成功事例

2020年8月版



BtoBサイトの最新実績ご紹介

BtoB向けの通販サイト

NEW!
(2020年7月実施)

実施した内容：

5年以上運用しているアカウントで、新たな試みとしてRLSA配信（検索連動×リマケ配信）を行いました。

結果：

同じ予算で前月よりも、CV数1.5倍に増加しました。

RLSA配信の導入前は、特にビッグワードでのクリック単価高騰やCV率の悪化がありましたが調整が難しかったものの、リマケやリマケ類似配信に対象者を絞ったことでビッグワードからの獲得が明確に改善されました。

使用した広告媒体



目標KPI&結果

目標KPIは、CV数10件獲得（問い合わせ獲得）

コロナの影響をうけてこの2~3ヶ月は落ち込んでいましたが、CV数1.5倍に増加したことでKPI達成となりました。

実施した施策内容

- ・RLSA配信の導入
（これまでCV獲得にはつながっていたが、CPAが見合わないため弱めていたKWを中心にRLSAに切り替え）

媒体のご紹介

リスティング広告の概要



広告概要

ユーザーが検索エンジンでキーワードを検索した際に広告を表示。

今まさに検索しているユーザーであるので、ニーズが明確化した顕在層を獲得できます。

3つの特長

- ①：検索した人に広告を表示するため、刈取（売上、問い合わせの獲得）に最適
- ②：「自ら検索する」という顕在ニーズを取り込める為、意向の高い消費者にアプローチ可能
- ③：予算に合わせて柔軟に広告を調整できる

時計 通販

🔍 検索



なぜ「目標コンバージョン単価」が重要なのか

リスティング広告の運用では、通常「クリック単価」で運用をスタートすることが多いと思います。
「クリック単価」と「目標コンバージョン単価」には入札方式の点で、根本的な違いがあります。



「クリック単価」の場合

クリック単価が入札金額よりも低くなるかどうかを判断軸として入札を行う

「目標CV単価」の場合

CPAが目標CV単価の範囲内に収まるかどうかを判断軸として入札を行う

(たとえクリック単価が高くても過去の傾向からCVにつながる傾向があれば入札する)

BtoBにおけるWeb広告の優先順位

1



Google 広告

Google/Yahooリスティング広告

2



Google 広告

Google/Yahooディスプレイ広告

3



Facebook広告

4



Instagram広告



その他、SNS広告や
インフィード広告、ネイティブ広告など

BtoBビジネスでのWeb広告は、業種やサービス特性によって、おすすめの媒体が異なりますが、一定の検索ニーズがある商品サービスであれば、まずは「リスティング広告」がおすすめです。検索ニーズがない新しいサービスなどの場合は、バナー（GDN、YDN、Facebook）を通じた認知獲得がベターです。

日辰広告のWeb広告運用の特長

広告用バナーをプロのデザイナーが無料で作成

広告用バナー（広告を目立たせる画像）は、バナー広告の効果を高めるためにとても重要です。

日辰広告ではバナー制作まで含まれたプラン料金です。

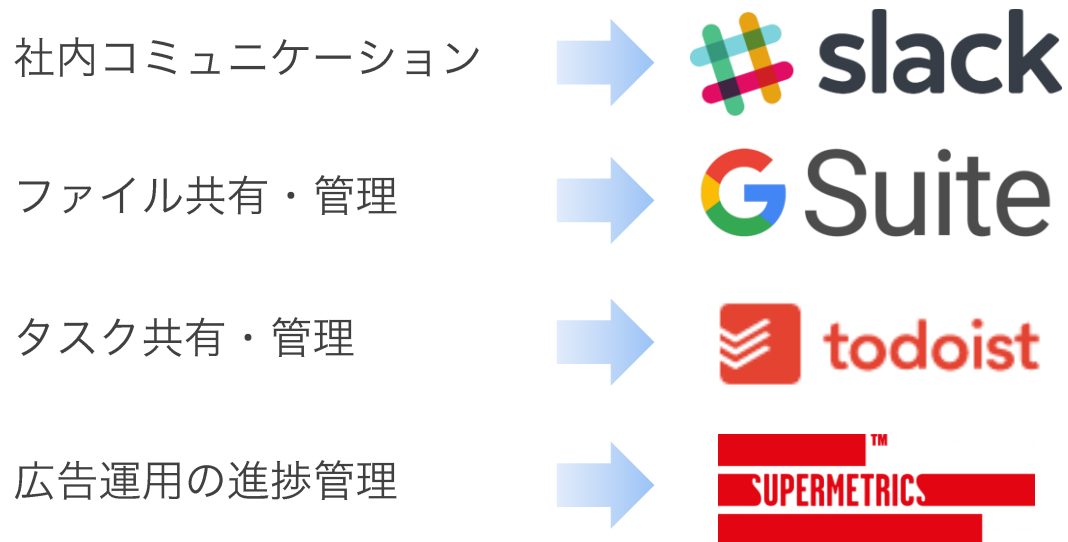


10の業務効率化ツールを導入し、お客様との「対話」を重視

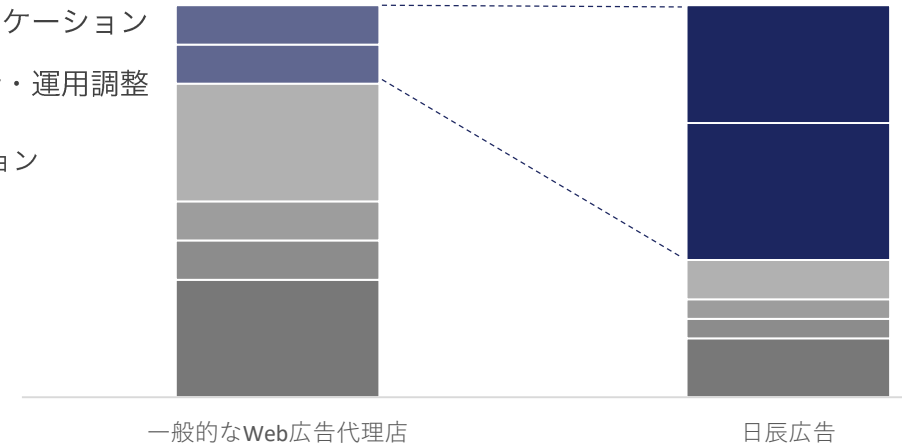
随所での積極的なオートメーション化の導入により、入稿設定や、数値レポートニングなどの機械的な業務においては、極限まで効率化を重視しています。

効率性を重視することで、お客様の目的達成に向けて最も重要である綿密な戦略設計や、お客様とのコミュニケーションといった業務に、時間をかけて対応することを可能にしています。

弊社が導入している業務ツールの一例



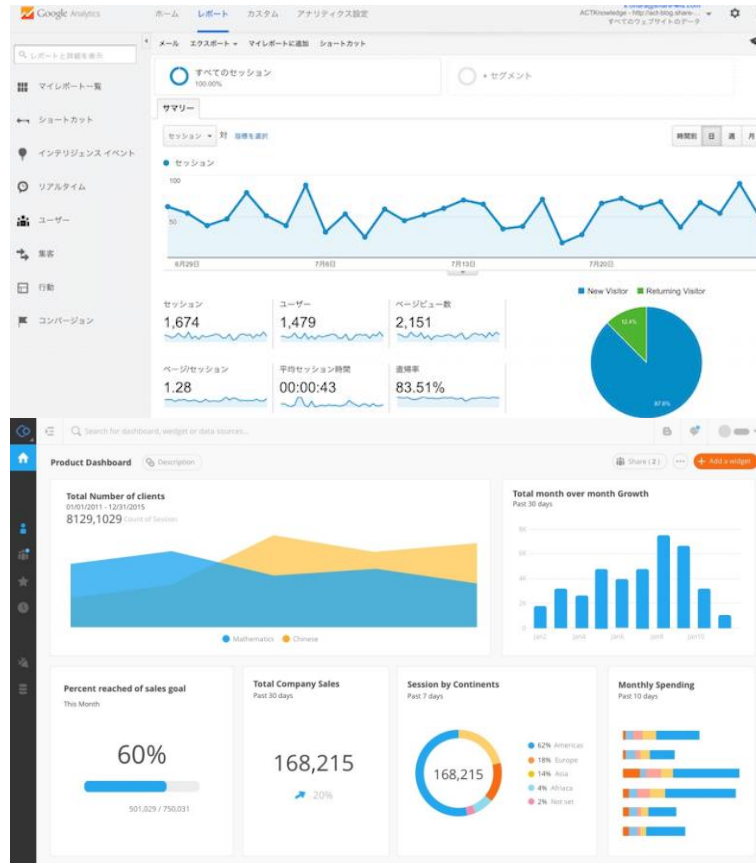
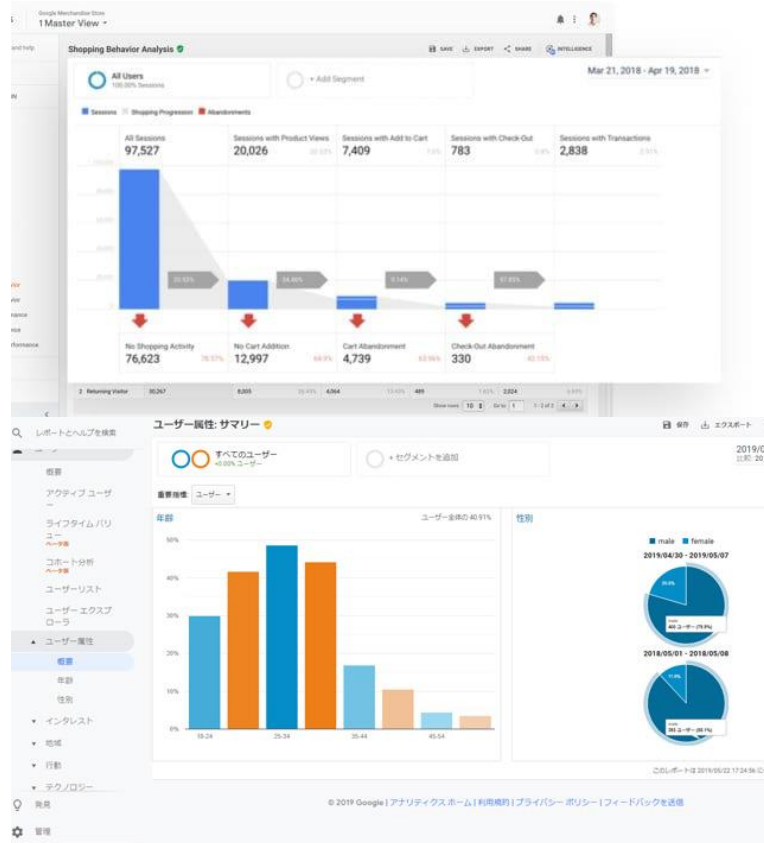
お客様とのコミュニケーション
広告運用の戦略設計・運用調整
社内コミュニケーション
ファイル共有・管理
タスク共有・管理
広告運用の数値管理



- 社内コミュニケーション
- タスク共有・管理
- お客様とのコミュニケーション
- ファイル共有・管理
- 広告運用の数値管理
- 広告運用の戦略設計・運用調整

ウェブ解析、データ活用にも精通したスタッフ陣

弊社の運用コンサルタントは、全員がGAIQ（Google Analyticsの認定資格）を所有しており、アクセス解析においても豊富な経験を持っています。Google Analyticsを活用して、目的に応じてデータの抽出や各種ツールとの連携を行い、広告配信への実装が可能です。



弊社の運用コンサルタントは、全員がGoogle Analyticsの認定資格保持者です



弊社にはウェブ解析士協会の認定資格者も在籍し、常にウェブ広告とウェブ解析を連動させています

豊富な業種・業界での取引実績

弊社は、渋谷で創業48年となり、お客様からのご紹介を中心に、多くのお客様とのお付き合いさせていただいております。

様々な案件規模・業種・業界や、目的に合わせて、最適な広告メニューをご提案いたします。

代表プロフィール



代表取締役 海老名 康

横浜市立大学・商学部・経営学科卒業。
Webマーケティング会社・イトクロにて博報堂など広告代理店を担当。

その後、総合広告代理店・NTTアドに勤務し、日本郵政グループ「かんぽ生命」や「ゆうちょ銀行」などのクライアントをAEとして担当し、各種キャンペーンの提案および実施に関わる。

2014年に日辰広告代表取締役に就任。

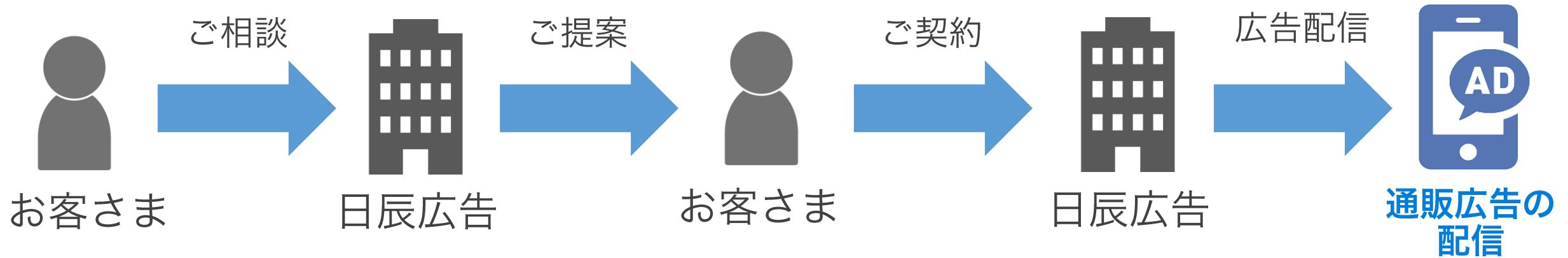
会社概要

商号	日辰広告株式会社
設立	1972年8月
所在地	東京都渋谷区渋谷1-1-10
TEL	03-6805-1283 (代表)
従業員	16名 (インターン含む)
事業内容	新規ビジネスモデルの構築支援 Web広告の運用管理 SEO等コンテンツマーケティング システム/アプリ開発 SNS運用 Webサイトのデザイン・制作

お申込み～広告配信までの流れ

通販広告の相談をするとどうなるの？

ご相談から実施、レポートまでのフローを
分かりやすく簡潔に。



【ヒアリング】

お客様のご状況や
通販広告の目的、目
標などをお聞きしま
す

【シミュレーション】

お聞きした目的・目標に
合わせた通販広告のプラ
ンや詳細をご提案しま
す

【準備】

広告配信のために必要な
登録や広告の設定準備を
進めます

ご料金プラン

ご予算に応じて3つの料金プランをご用意

ご予算に応じて、広告用バナー制作・GoogleAnalyticsアクセス解析レポートの部分が異なります。また、配信結果に応じて、ご予算の変更も可能です。

プラン（ご予算）	20万円プラン	40万円プラン	60万円プラン
制作するバナー数（各媒体ごと）	1種類	2種類	3種類
広告効果レポート	○	○	○
アクセス解析ツール導入 (Google Analytics)	○	○	○
アクセス解析レポート	-	○	○

※他にもご予算の都合があれば、お気軽にご相談ください。

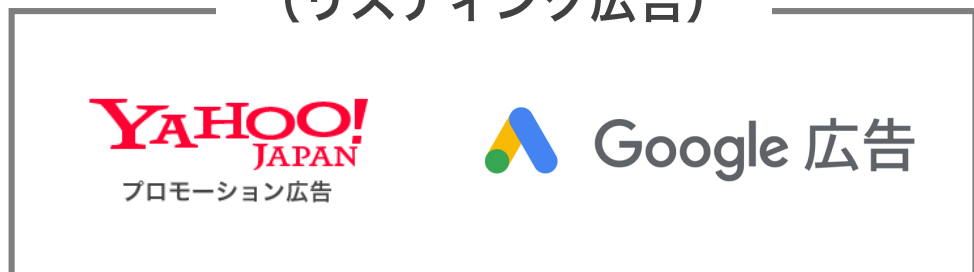
上記の媒体以外にもご提案できます

目的や予算に応じて、ご紹介した広告以外にも展開可能です

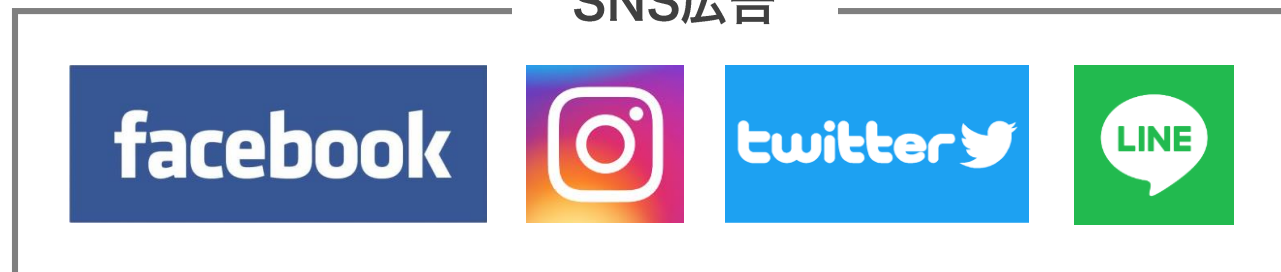
目的やご予算によっては、Google/Yahoo広告以外の広告展開もご提案します。

場合によってはGoogle/Yahooの広告が適さず、他の広告手段の方が良い場合もござ

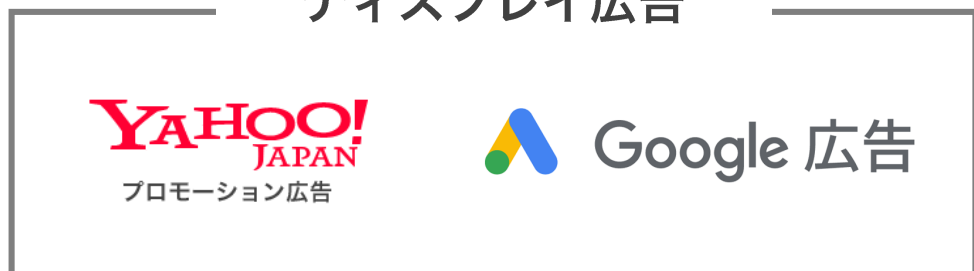
検索連動型広告
(リスティング広告)



SNS広告



ディスプレイ広告



その他



上記メディア以外にも目的やご予算に応じて最適なメディア・手法をご提案します

ご相談、お問合せについて

日辰広告はしつこい営業はしません

弊社はこれまで積極的な営業手法で業績を伸ばしてきた会社ではありません。実際に売上や実績が伸びたお客さまから、新たなお客さまをご紹介いただき、徐々にお客さまが増えていった経緯があります。

まずは一度、現在考えていることを整理する意味でもご相談ください。一緒になって解決策を探ることができればと思います。



【プロモーションや売上増加に関するご相談】

- ・メールでのご連絡先：info@nissinko.net
- ・お電話でのご連絡先：03-6805-1283

※現在、新型コロナの影響でリモートワークを実施しており、お電話でのご相談が承れない可能性もありますので、あらかじめご了承下さい。