



LinkedInで

Web広告を

始めたい時

見る資料

2021年6月版

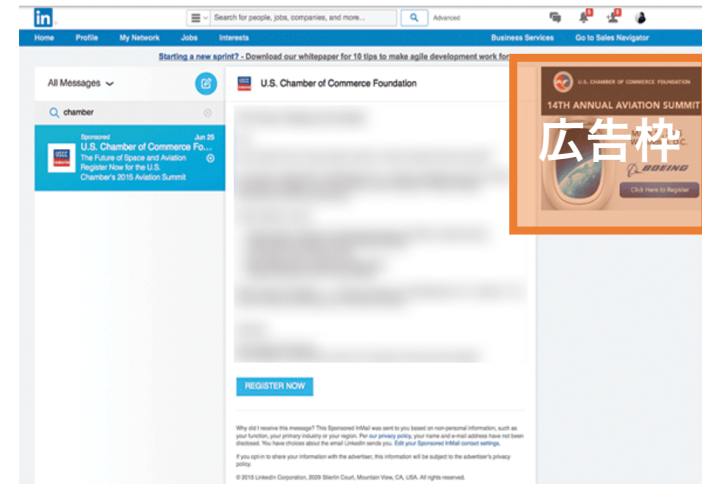


LinkedIn広告とは

LinkedInは、実名制であるため、信頼性が高いSNSで、30~40代が多く最も多く利用しています。

特長として、Facebookよりもさらにビジネスユースに特化しており、**BtoB商材や、転職などターゲットがニッチな場合に適した媒体です。**

プロフィール登録時に、企業名（企業のLinkedInに紐付け）をはじめ実績、役職、企業規模などを入力するため、他の媒体と比較しても最も高い精度で狙ったターゲットに対して広告を配信できます。



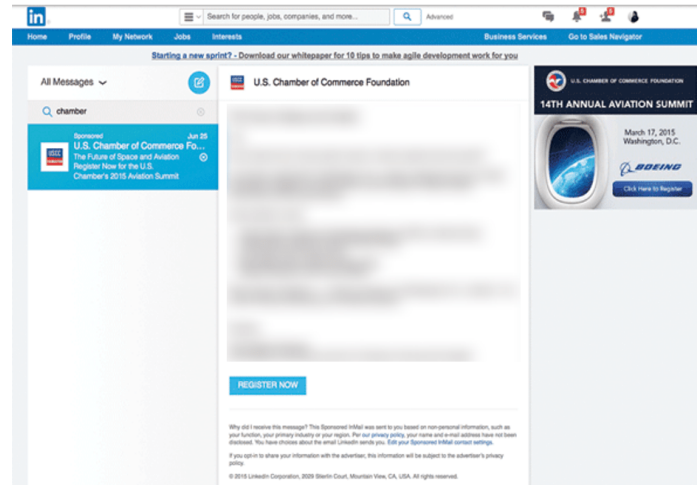
Facebook広告の種類

①インフィード広告



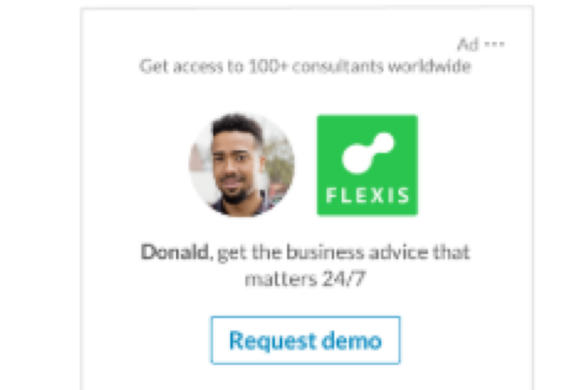
LinkedIn のニュースフィードに表示できるメニューです。Facebook 広告のタイムラインに表示される広告と似ています。リンクのクリックにつき課金するクリック課金と、広告の表示1000回毎に課金する CPM 課金を選ぶことができます。

②InMail (DM送付)



LinkedIn 内のメールボックス (InMail) に広告を配信できるフォーマットです。学歴・企業規模・業種・役職などの登録情報からターゲットを抽出し、対象ユーザーに対して直接メッセージを送付することができます。

③動的広告



ニュースフィードをはじめとした LinkedIn 内のさまざまな掲載枠に表示されます。登録情報 (想定年収・企業規模・役職など) に応じて、表示する画像や広告文を動的に変更することができ、最適なメッセージをユーザーに届けられます。

LinkedIn広告の活用イメージ

LinkedIn広告は、オンラインのサービス・商品はもちろん、幅広い業種のお悩みを解決できます。

業種

通販サイト



Webサービス



店舗



レジャー・旅行



お悩み



- ・サイトに人が集まらない
- ・売上が低下している
- ・検索順位が低下した

- ・サービスを認知させたい
- ・サービス登録者を集めたい
- ・有料会員を増やしたい

- ・店舗に人を集客したい
- ・来店予約を獲得したい
- ・新店舗を認知させたい

- ・旅行予約を集めたい
- ・サイトに人が集まらない
- ・新ツアーを認知させたい

解決方法



対象のユーザーに
**LinkedIn広告で購
入を促進**

Webサービスの顧客に
なる見込みが高いユー
ザーに**LinkedIn広告
を配信**

来店促進企画を実施し、
**LinkedIn広告で
告知・拡散**

Web上で旅行関連の検
索を頻繁に行っている
ユーザーに
**LinkedIn広告を
配信**

LinkedIn広告の概要

LinkedIn広告の概要について

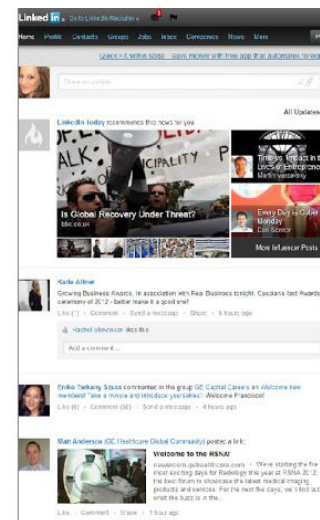


広告概要

LinkedInは、**ビジネスに特化したSNS**です。ユーザーは、ビジネスにおける人脈構築や新しいキャリアチャンスを求め、日々情報の収集と発信を行っています。（国内：200万人）

3つの特長

- ①：**エグゼクティブ層**の登録数が群を抜いて多い
- ②：ユーザー情報が実データに基づいているため正確
- ③：細かいターゲティングセグメントが可能（企業規模、企業名、業種、役職など）



LinkedIn広告の活用事例

(ご参考) LinkedIn広告の活用事例

①リクルートキャリア



LinkedIn広告の「②InMail (DM送付)」を活用して、個人に対してスカウトメッセージを送付し、登録獲得を図っています。

企業アカウントに紐付いた**個人アカウントから送付することで、さらにクリック率を高めることを狙っている**と想定されます。

姓名・企業名・業種などはカスタムフィールドを活用することで、動的に変化させられるため、より個別のメッセージ性が高くなります。

②メルカリ



メルカリでは、自社の採用にLinkedInを活用しています。

活用媒体としては「②InMail (DM送付)」になりますが、単にLinkedInを通じてスカウトメッセージを送付するのではなく、**採用したいユーザーに対して、同じ職種の人を集めた「ミートアップ」を提案し気軽に飲み食いしながら話せる場所を提供**しています。

こうして自社のファンを集めることで、自社で働ける魅力を伝え採用につなげています。

日辰広告のLinkedIn広告の特長

LinkedIn広告用バナーをプロのデザイナーが無料で作成

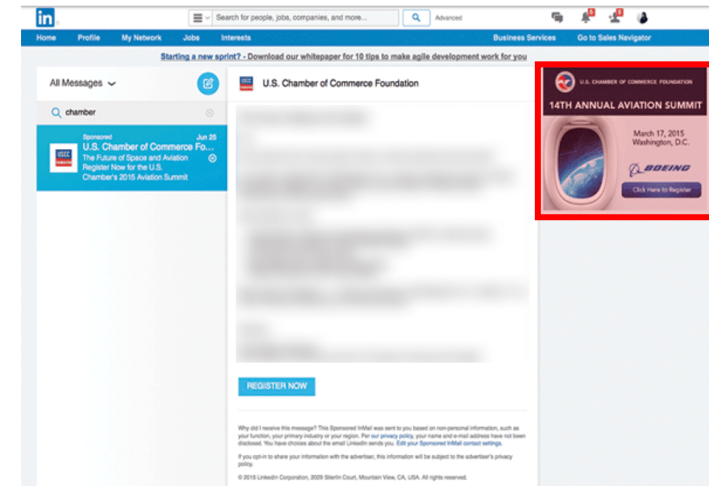
広告用バナー（広告を目立たせる画像）は、LinkedIn広告の効果を高めるためにとても重要です。

日辰広告ではLinkedInバナー制作まで含まれたプラン料金です。

インフィード広告



InMail広告

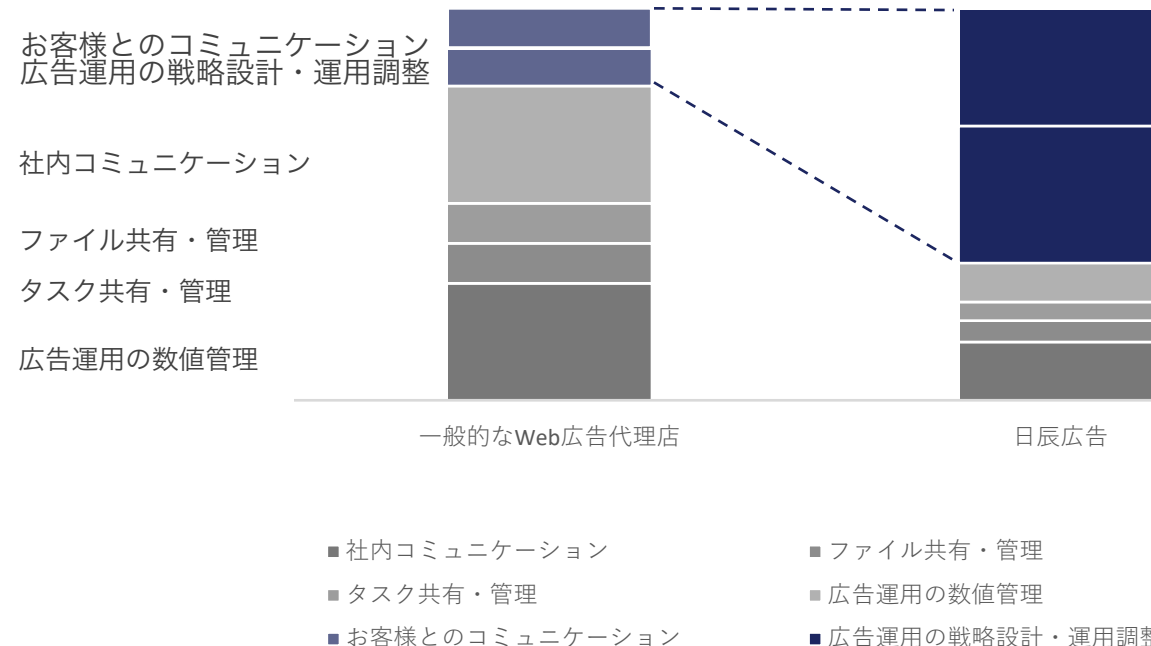


10の業務効率化ツールを導入し、お客様との「対話」を重視

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。

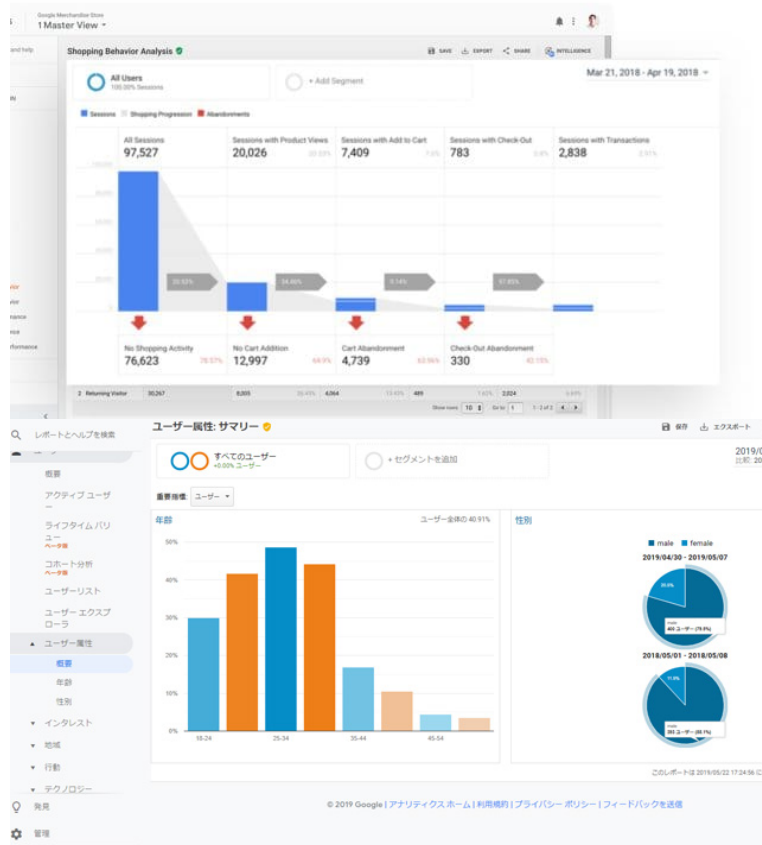
効率性を重視することで、お客様の目的達成に向けて最も重要である綿密な戦略設計や、お客様とのコミュニケーションといった業務に、時間をかけて対応することを可能にしています。

弊社が導入している業務ツールの一例



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。

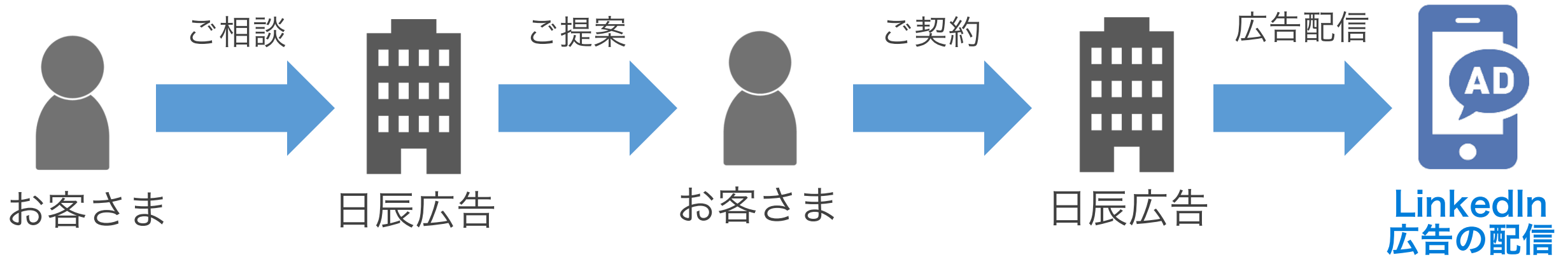
会社概要

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

LinkedIn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】

お客さまのご状況や
LinkedIn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LinkedIn広告の
プランや詳細をご提案し
ます

【準備】

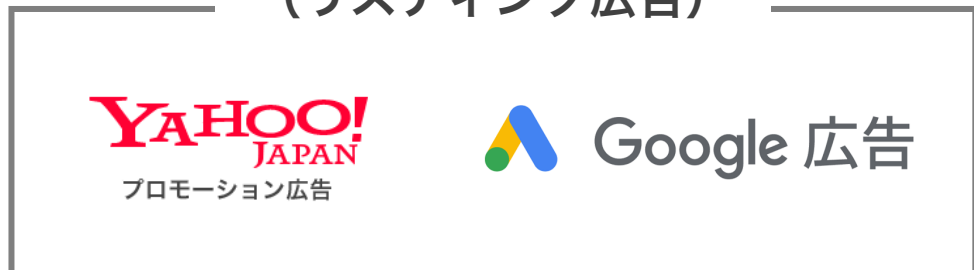
広告配信のために必要な
登録や広告の設定準備を
進めます

LinkedIn広告以外にもご提案できます

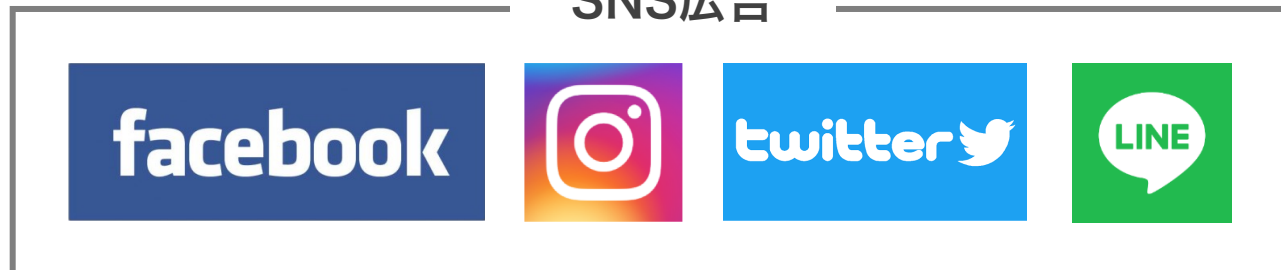
目的や予算に応じて、LinkedIn広告以外にも広告展開可能です

目的やご予算によっては、LinkedIn広告以外の広告展開もご提案します。
場合によってはLinkedInが適さず、他の広告手段の方が良い場合もございます。

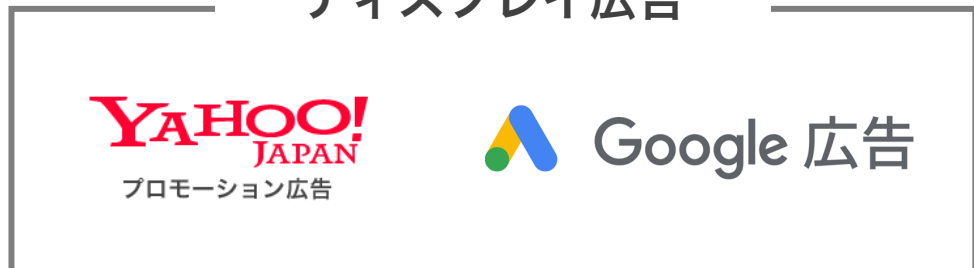
検索連動型広告 (リスティング広告)



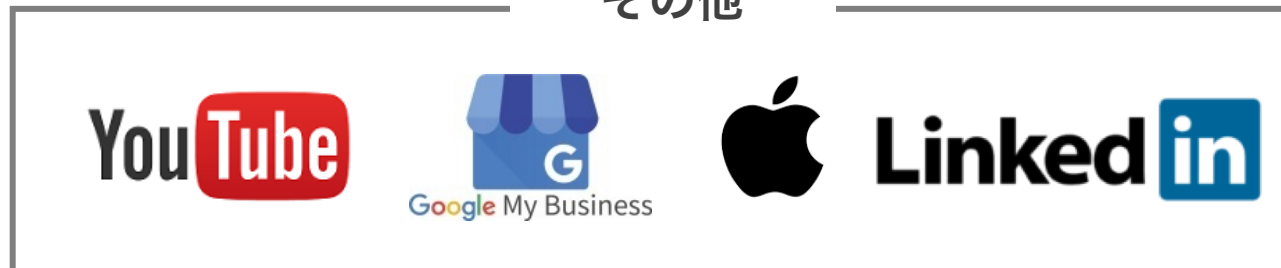
SNS広告



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。