

Trueviewアクションの情報も！

Youtube広告の運用で悩んだ時に見る資料



Trueviewとは

Trueviewとは

・ Trueviewは、世界最大の動画配信サービス「Youtube」上に掲載するプロモーション手法で、主にPC、スマホ、タブレットなどで掲載できます。お客様の動画・ムービーをユーザーに配信することで様々なアクションを促します。

Trueviewの種類

①スキップ可能なインストリーム広告



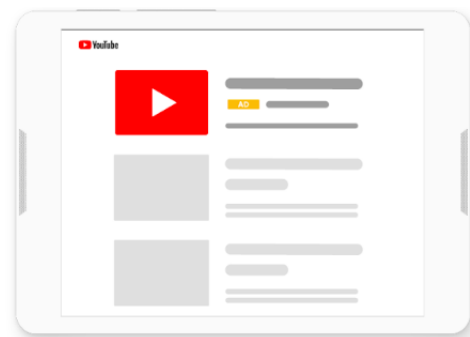
YouTube動画の再生前、再生中、または再生後に再生される広告で、再生開始から5秒が経過すると、ユーザーは広告をスキップできるようになります。様々な長さの動画を使って、ユーザーの興味関心を引きつけることができます。

②スキップ不可のインストリーム



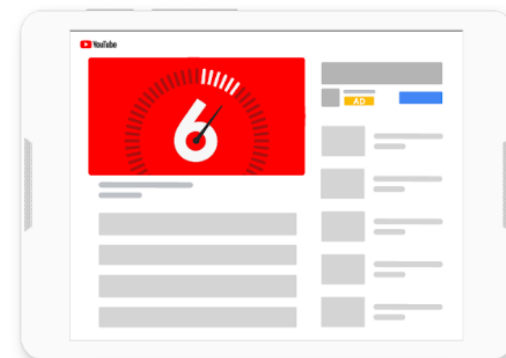
他の動画の再生前、再生中、または再生後に再生される15秒以下の動画広告です。この広告をスキップすることはできません。ユーザーはスキップができないため、メッセージ全体を視聴者に伝えたい場合に適切な形式です。

③ディスカバリー広告



YouTubeの関連動画の横や、検索結果の一部として、またはモバイル版YouTubeのトップページなど、ユーザーが探している場面で動画広告が表示されます。サムネイル画像をクリックしたユーザーに限定して、動画を再生させたい場合に適しています。

④バンパー広告



他の動画の再生前、再生中、または再生後に再生される6秒以下の動画広告です。この広告をスキップすることはできません。簡潔で印象的なメッセージで幅広いユーザーにリーチしたい場合に適しています。

Trueviewアクションの違い

Trueviewアクションとは

- ・ **Trueviewアクション**はTrueviewの中で、ユーザーに次のアクションに移しやすくするためのキャンペーンです。
- 動画広告に関心を持ったユーザーが商品の詳細を見たり、見積もりを依頼したり、カートに入れたりするよう促すことができます。
- 従来、Trueviewは認知獲得することに向いている動画広告ですが、**Trueviewアクション**はロゴや、見出し、フレーズを追加する機能があり、ユーザーを次のアクションに移しやすくなります。

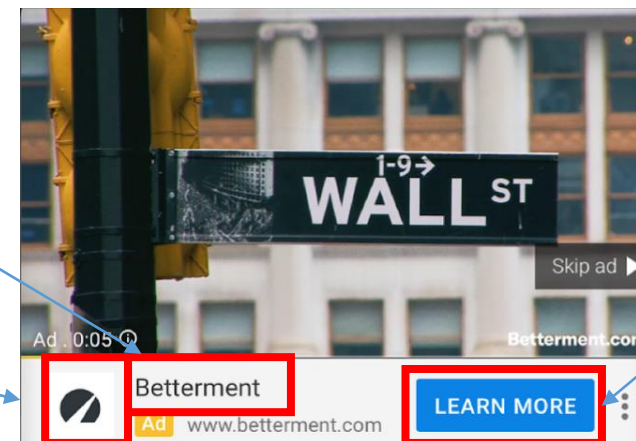
一般的なTrueview



認知獲得には向いているが、ユーザーに次のアクションを促すことには不向き。



Trueviewアクション



見出し

ロゴ

行動を促す
フレーズ

見出しや行動を促すフレーズをつけることで、ユーザーに次にアクションにつなげやすくなる。

Trueviewアクションの作成時の注意点

①目標

このキャンペーンで達成したい目標を選択 ②

 販売促進	 見込み顧客の獲得	 ウェブサイトのトラフィック	 商品やブランドの比較検討
 ブランド認知度とリーチ	 アプリのプロモーション	 来店数と店舗売上の向上	 目標を指定せずにキャンペーンを作成する

目標として、[販売促進]、[見込み顧客の獲得]、[ウェブサイトのトラフィック]のいずれかを選択します。

②キャンペーンタイプ

キャンペーンタイプを選択してください ②

<p>検索</p>  <p>お客様の商品やサービスに関心があるユーザーにテキスト広告を表示します</p>	<p>ディスプレイ</p>  <p>ウェブ全体にさまざまな種類の広告を配信します</p>	<p>ショッピング</p>  <p>ショッピング広告を使って商品を宣伝します</p>	<p>動画</p>  <p>YouTube とウェブ全体でユーザーにリーチします</p>
<p>ファインド</p>  <p>YouTube、Gmail、Discoverなどで広告を配信します</p>			

キャンペーンタイプタイプとして動画を選択します。

Trueviewアクションの作成時の注意点

③入札戦略

入札戦略

入札戦略を選択してください ②

目標コンバージョン単価

コンバージョン数の最大化

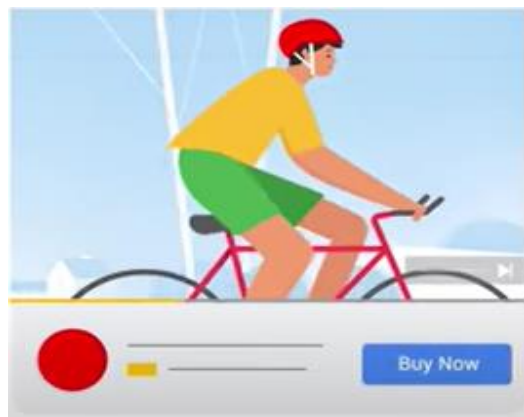
Google 広告では、予算内で最大限のコンバージョンを獲得できるよう入札単価が自動的に調整されます。

は使用できません。上限広告視聴単価、目標のインプレッション単価

詳細

入札戦略は [コンバージョン数の最大化] または [目標コンバージョン単価] に設定します。動画のCPAが決まっている場合のみ、[目標CPA] を選びます。初めての場合は目標コンバージョン単価を選びましょう。

④動画広告作成

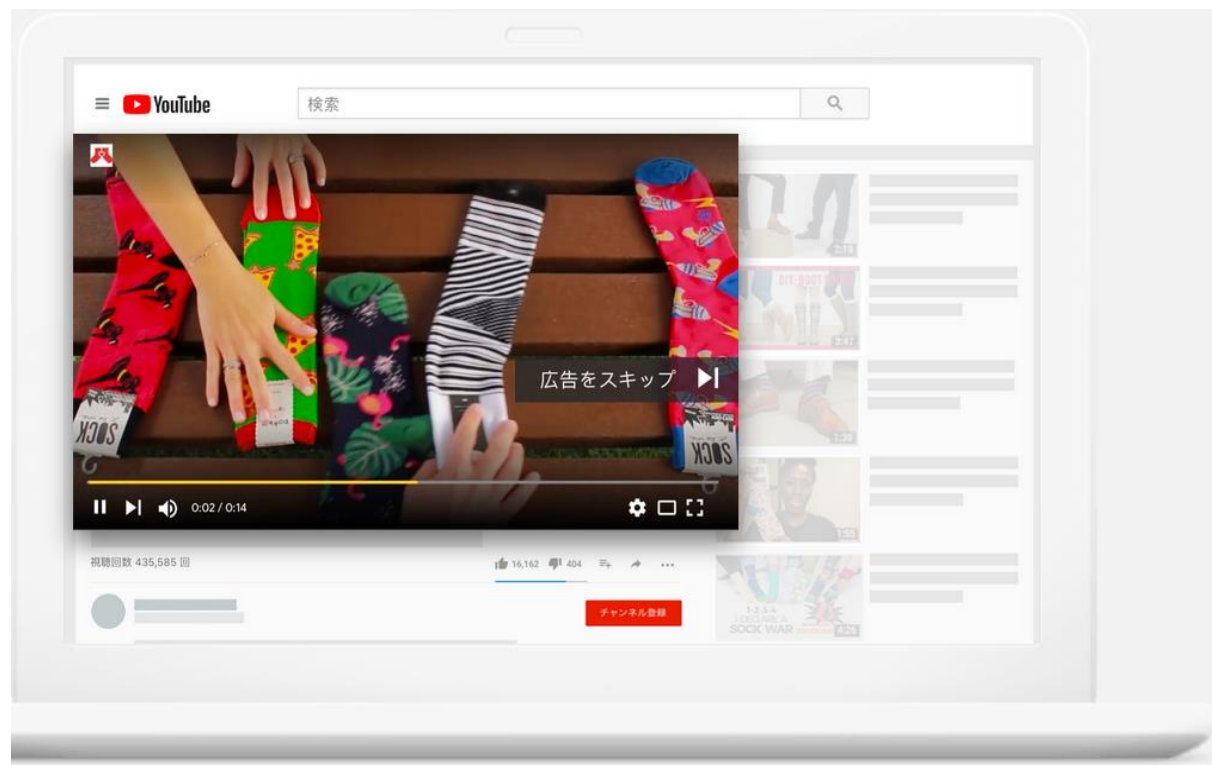


- ①[行動を促すフレーズの見出し]は全角7文字以内です。
- ②[行動を促すフレーズのボタン]は全角5文字以内です。最終ページURLへ誘導するため魅力的なものにしましょう。

広告フォーマットとして、「インストリーム広告」が自動的に選択されます。広告で使う動画の長さは、10秒以上にしてください。

Youtube広告とは

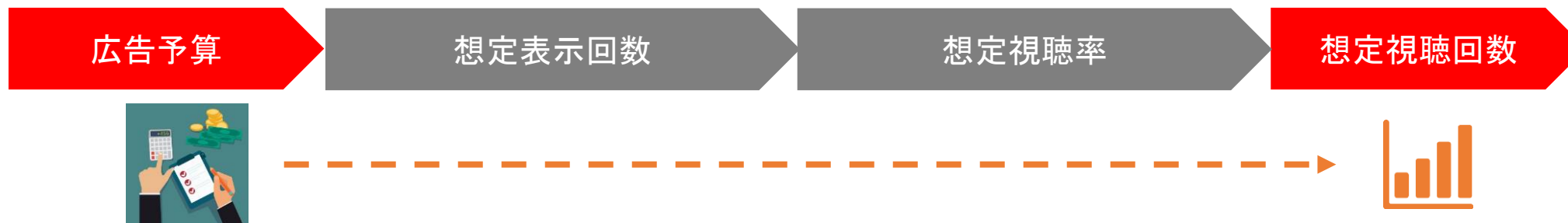
Youtube広告は、その名前の通り、世界最大の動画配信サービス「Youtube」上に掲載するプロモーション手法で、主にPC、スマホ、タブレットなどで掲載できます。お客様の動画・ムービーをユーザーに配信することで様々なアクションを促します。



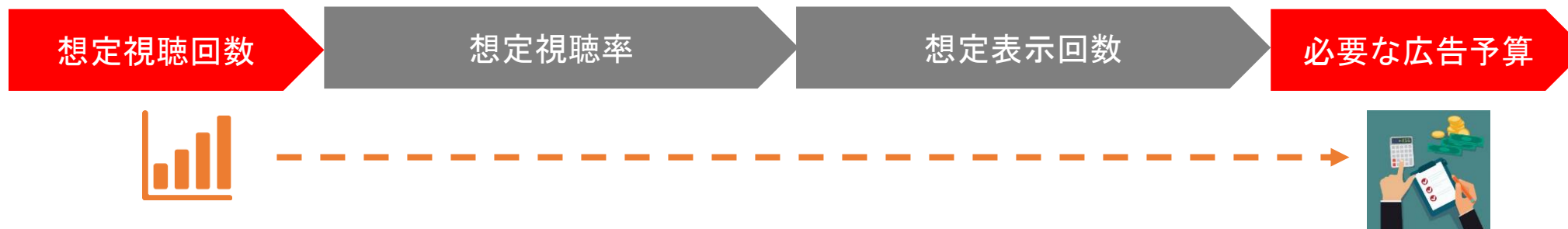
Youtube広告の特長

Youtube広告は、世界で最も普及している動画プラットフォームであるYoutube上で、広告を配信できるメディアです。ユーザーの行動や配信結果を予測し数値化できる、状況に応じて配信内容を柔軟に変更できるという点で、経営上の計画を立てやすく、ビジネスと相性の良いプロモーション手法です。

★広告予算から視聴回数を試算する場合



☆目標（視聴回数）から広告予算を試算する場合



Youtube広告の活用イメージ

Youtube広告の動画は訴求力が強く、商品・サービスの「認知獲得」、
「興味・関心獲得」に最適です。

商品・サービスを知ってもらう段階

Youtubeによる認知獲得
(動画広告/インターネットCM)

商品・サービスに興味をもってもらう段階

Youtubeによる興味・関心獲得
(動画広告/インターネットCM)

アクション

非認知層

サービスや会社を知ってもらう段階

潜在層

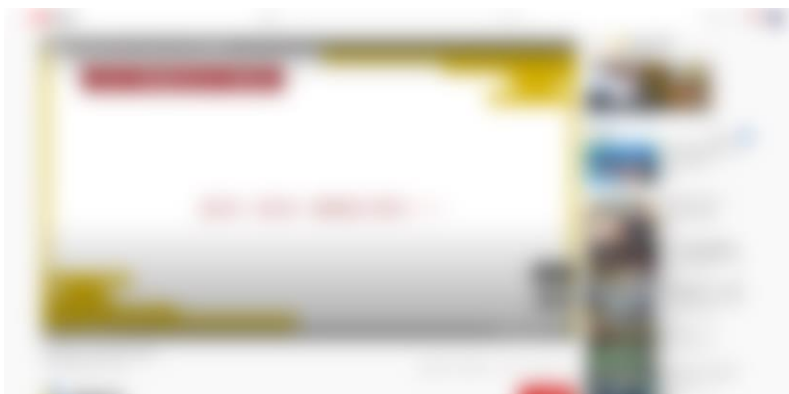
広告をきっかけに興味・関心を持つ段階

顕在層

強いニーズを抱いている段階

Youtube広告の実績ご紹介

某専門商社様のテレビCM動画



	YouTube広告実施前	YouTube広告実施後
広告費	0万円	240万円
視聴回数	なし	480,000回
視聴単価	なし	5円

某専門商社様のテレビCM素材をYouTube広告で配信した結果、
約240万円の広告費で約48万回の動画視聴を獲得しています。

Googleが所有する興味関心や属性情報を元に広告配信を行うことで、
視聴率を高めることができ、多くの視聴獲得に繋がりました。

日辰広告のYoutube広告の特長

特長1：配信ターゲットを細かく設定し結果にこだわります

①配信動画・チャンネル・ページを細かく設定

想定されるペルソナに沿って、対象のターゲットが普段見ている動画を配信先に設定します。また、youtubeチャンネル全体に配信するだけでなく、対象の商品・サービスに関連の高い動画に限定して配信することで、よりCV確度の高いユーザーに絞って、効率よくYouTube広告を掲載することができます。

- ターゲットが閲覧している動画
- ×
- 商品・サービスが紹介されている動画
- ×
- 対象キーワードと関連性の高いページ

②配信ユーザーを細かく設定

想定されるペルソナに沿って、今回配信すべきユーザーのデモグラフィック情報(年齢、性別、仕事、子供の有無など)や、興味・関心を洗い出します。また、プロモーションを実施する中で、商品・サービスに興味を持ったユーザーのリストを収集し、優先的にYouTube広告を掲載します。

- 属性セグメント
- ×
- 訪問者リスト
- ×
- 訪問者類似ユーザー
- ×
- 興味・関心カテゴリー

③クリエイティブの最適化

タイプの異なる2パターン以上のクリエイティブを同時並行で配信し、クリック率の高いクリエイティブに最適化を行います。運用から制作まで社内で一貫して対応可能なため、クリエイティブにおいても、分析→課題→改善のPDCAサイクルを素早く回すことができます。

- クリエイティブA/Bテストの実施
- 運用から制作まで社内の一貫して対応

特長2：わかりやすいご報告・レポートにこだわります

③詳しく、分かりやすいご報告資料を送付

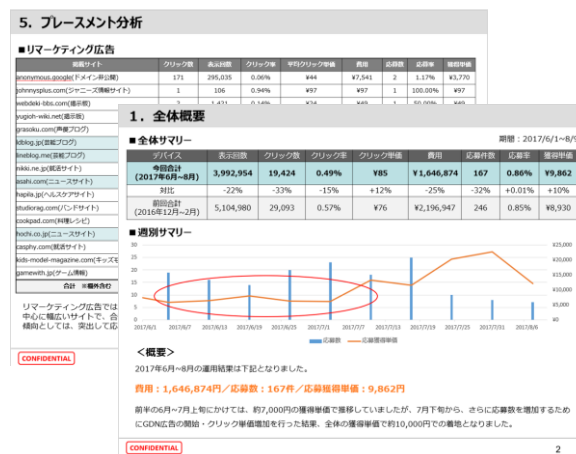
中間報告、最終報告のタイミングで、「エクセル版」「パワポ版」のご報告レポートをお送りいたします。
 具体的には、以下の指標となります。

■エクセル版レポートの指標

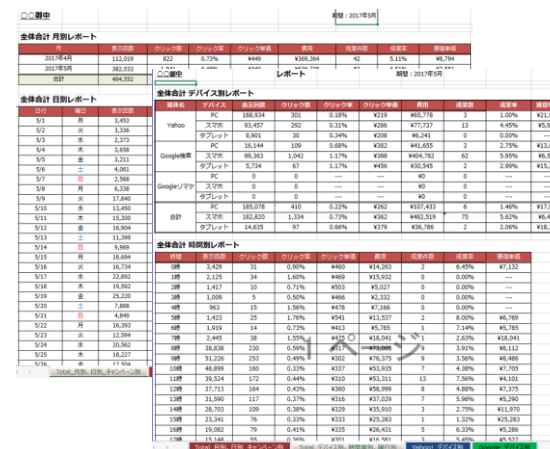
日別・プレースメント別・動画別の基本数値(表示回数／視聴回数／平均視聴時間／クリック数／CV数／CV単価など)

■パワポ版レポートの指標

ユーザーの興味・関心別分析/時間帯・曜日別分析/動画別分析/プレースメント別分析/今後の運用方針/など



パワポ版レポート例



エクセル版レポート例

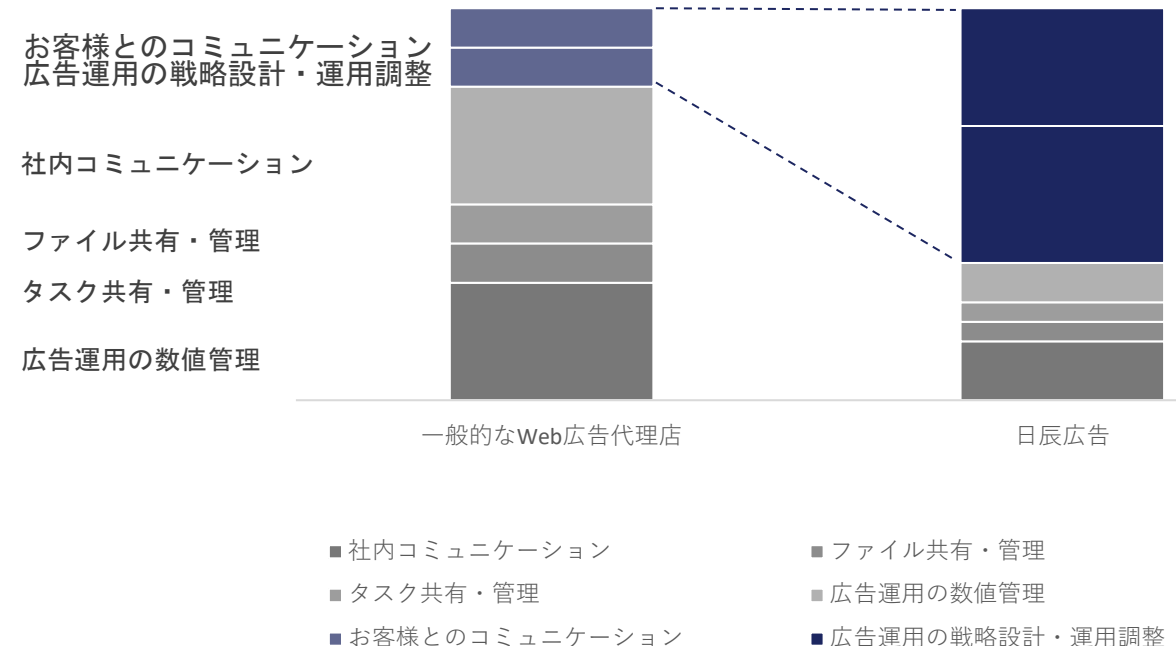
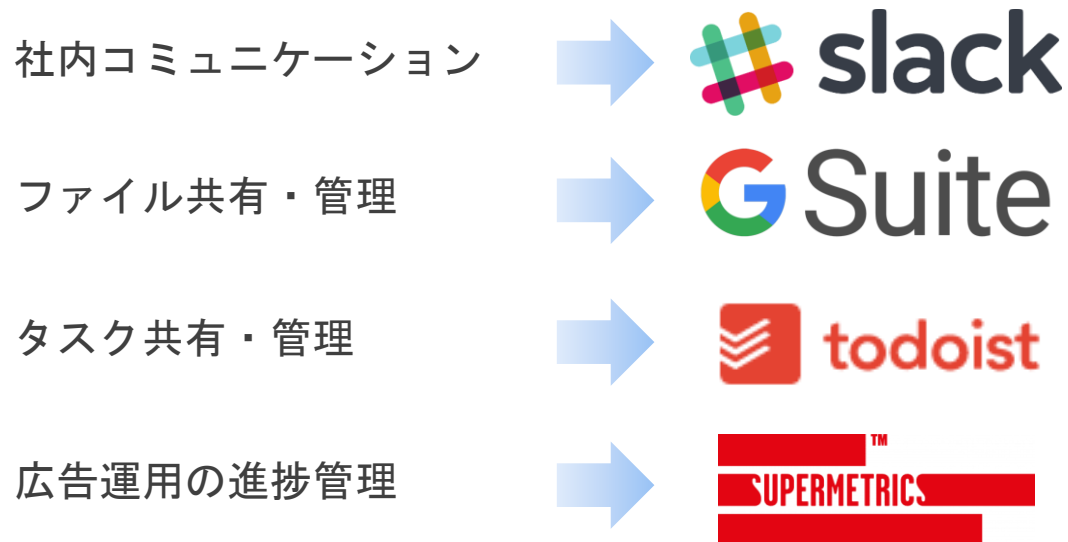
※実際のレポート内容は、要ご相談となります。

特長3：10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。

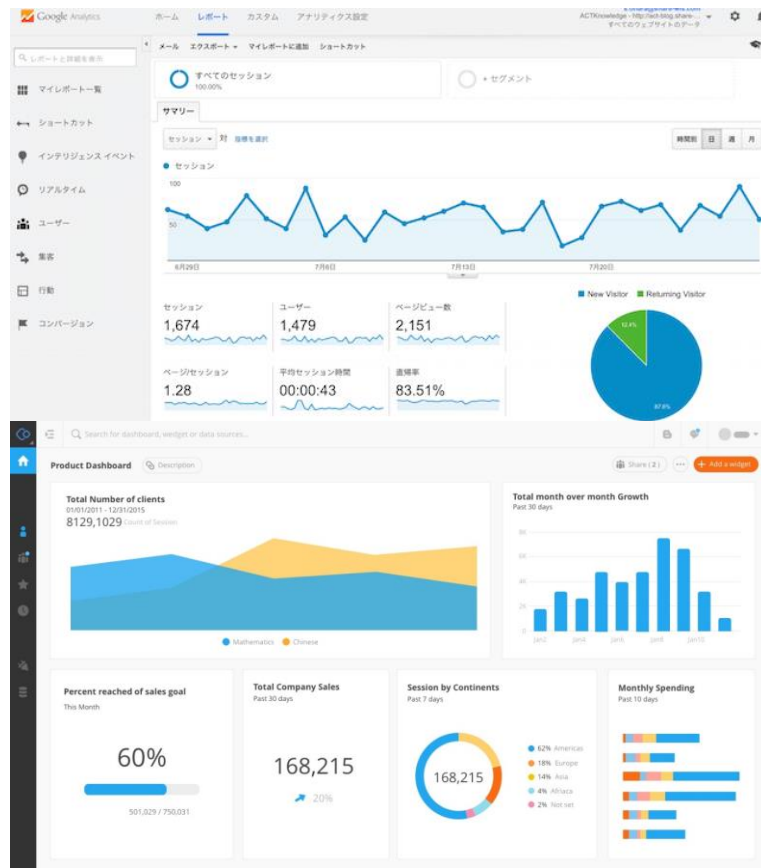
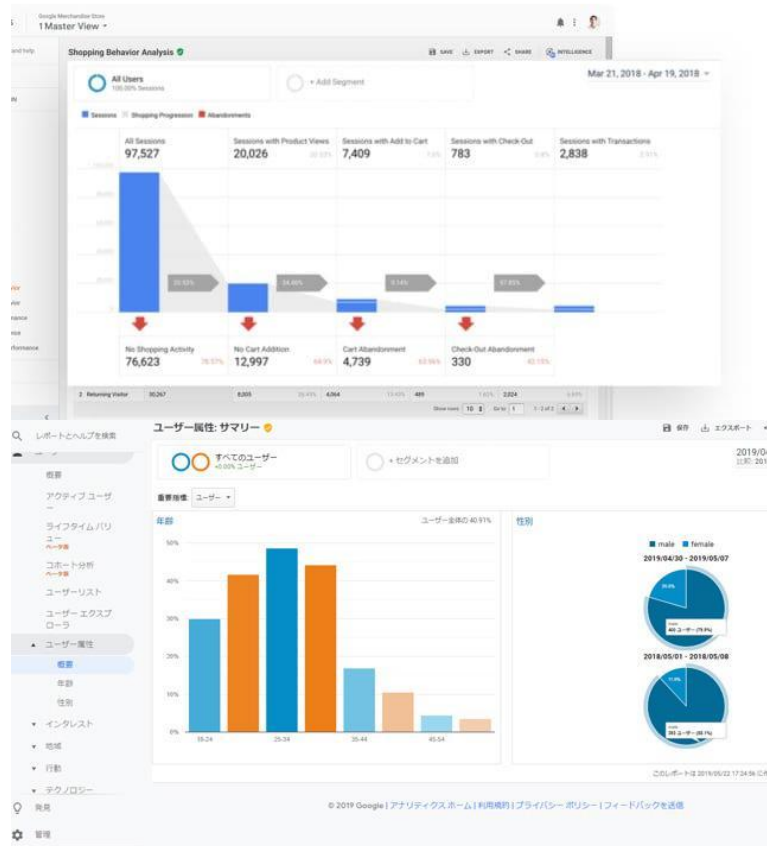
効率性を重視することで、お客様の目的達成に向けて最も重要である綿密な戦略設計や、お客様とのコミュニケーションといった業務に、時間をかけて対応することを可能にしています。

弊社が導入している業務ツールの一例



特長4：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。

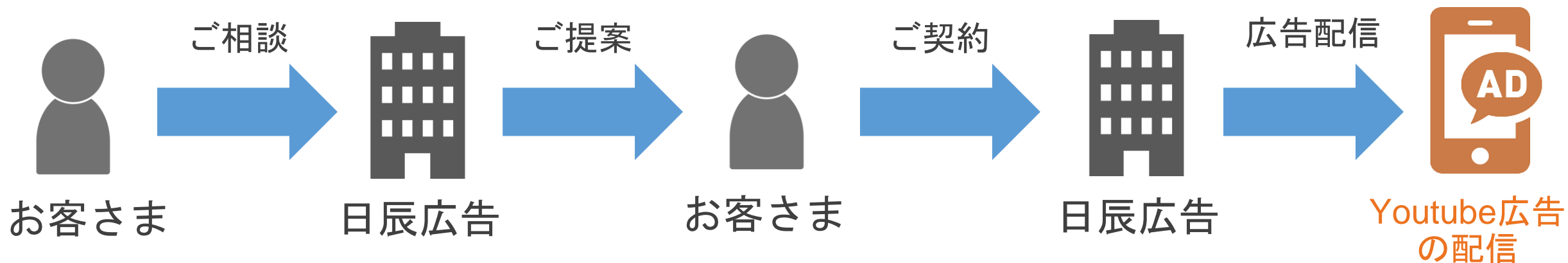
会社概要

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

Youtube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
Youtube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Youtube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、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
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。

Youtube広告以外にもご提案できます

目的や予算に応じて、Youtube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、Youtube広告以外の広告展開もご提案します。
場合によってはYoutubeが適さず、他の広告手段のほう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。