



ウェブ広告戦略資料

令和3年7月26日

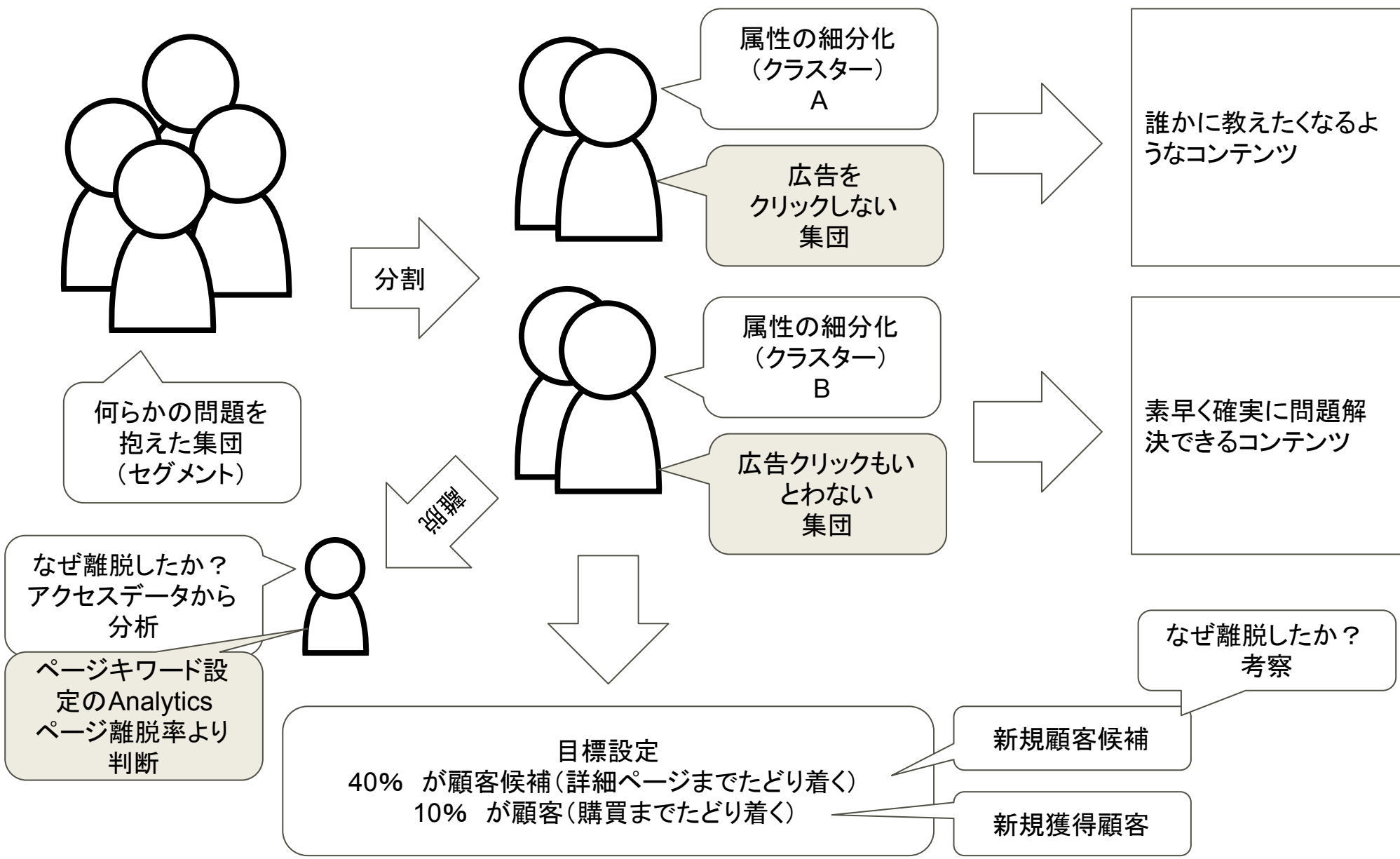
ことほむ合同会社

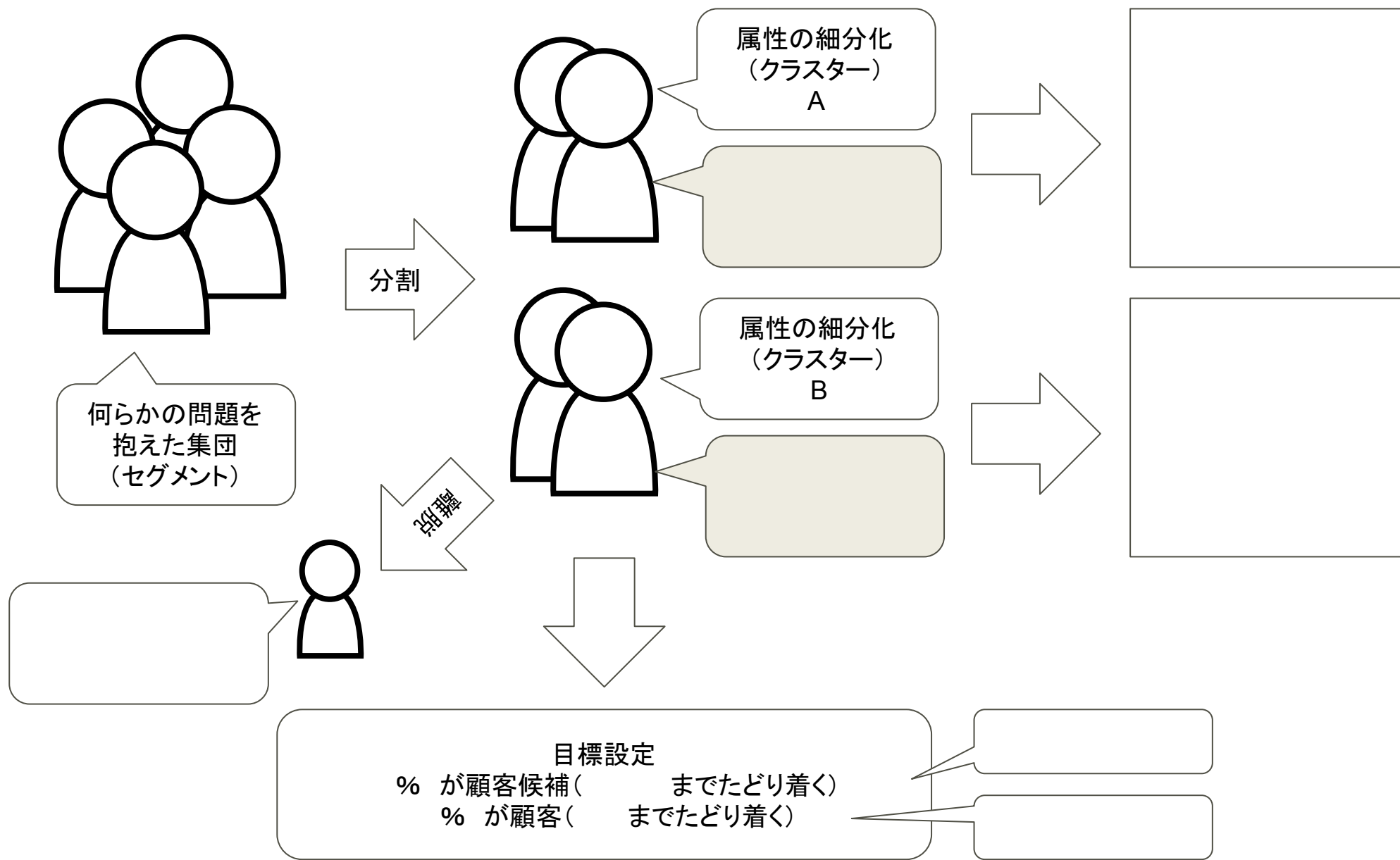
<https://kotohomu.com>



- ・ 目標設定
 - ・ 顧客層設定
 - ・ 顧客層ニーズ調査
 - ・ 購買パターン調査
 - ・ 商品設定
 - ・ 売上予測
 - ・ 売上目標設定
- ・ 広告計画
 - ・ SEO(検索エンジンからアクセスさせる)
 - ・ SNS(顧客とのコミュニケーション維持)
 - ・ ブログ(情報発信／新規顧客獲得)
 - ・ Google広告(バナー・テキスト・LPの設定)
 - ・ FB広告(イベント集客・キャンペーン集客)
- ・ 実測検証
 - ・ GoogleAnalytics分析(タグマネージャー設定)
 - ・ 商品売上分析
 - ・ KPI分析
 - ・ UX分析

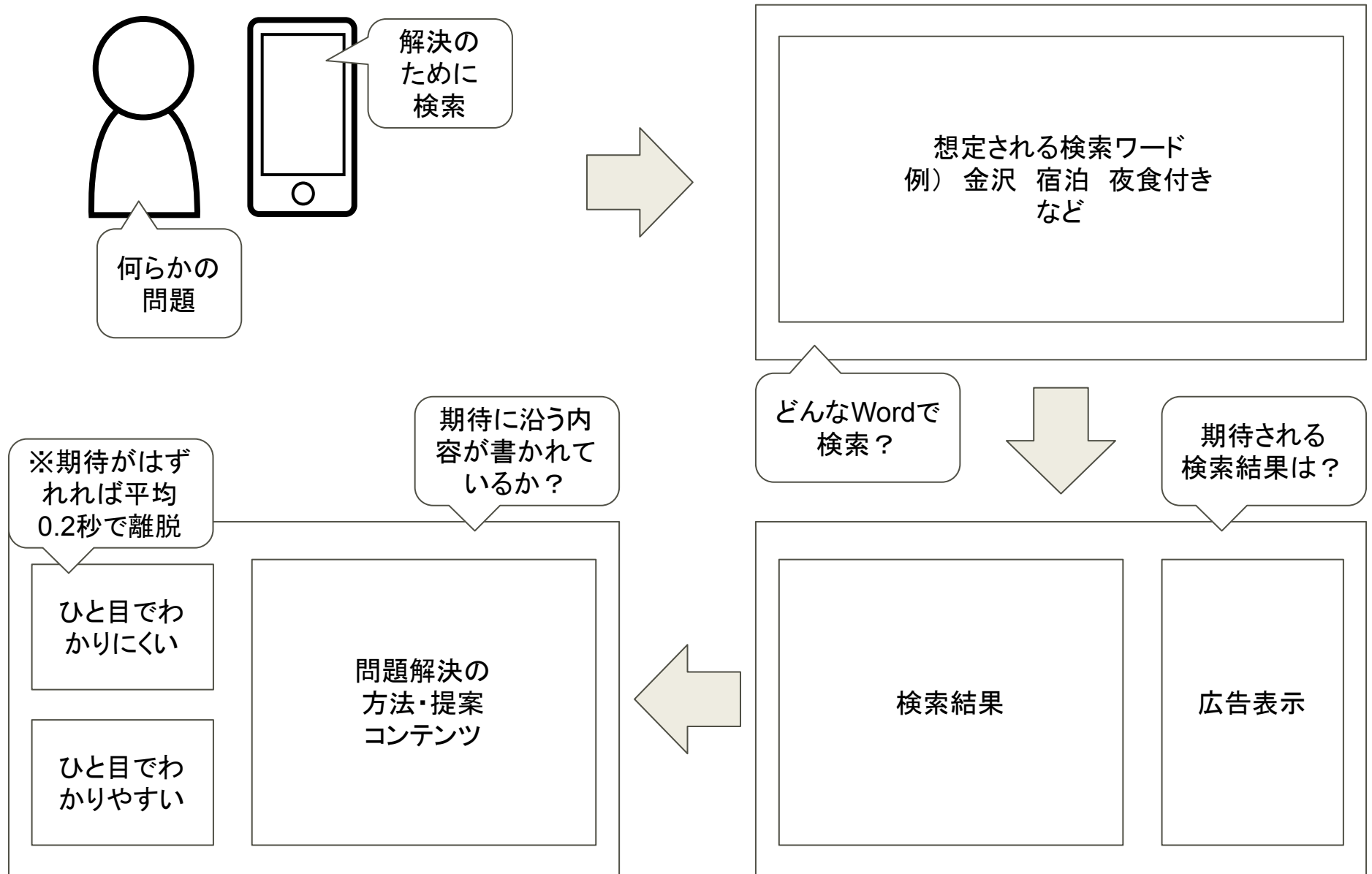
- ・ 顧客想定
 - ・ 顧客層(セグメント)データ
 - ・ ペルソナシート
 - ・ 顧客行動パターンシミュレート(カスタマージャーニーマップ)
- ・ 情報コンテンツ ※セールスツール
 - ・ CMS
 - ・ SNS管理ページ/アカウント ※CRM
 - ・ メールマガジン/LINE@ ※CRM
 - ・ GoogleAnalyticsアカウント
 - ・ Googleタグマネージャーアカウント
 - ・ Googleサーチコンソールアカウント
 - ・ ECシステム(設定による)
- ・ 広告関連 ※新規開拓
 - ・ 検索表示コピー(Google検索で表示される文字)
 - ・ バナー(世界標準規格)※必要な場合
 - ・ LP(バナー/テキスト広告とペア)
 - ・ インデックス用ページ・コンテンツ
 - ・ メールマガジン・コンテンツ

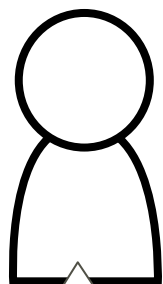




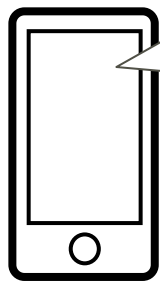
情報の問題	商品の問題
対応策	

検索表示の問題	情報表示の問題
対応策	

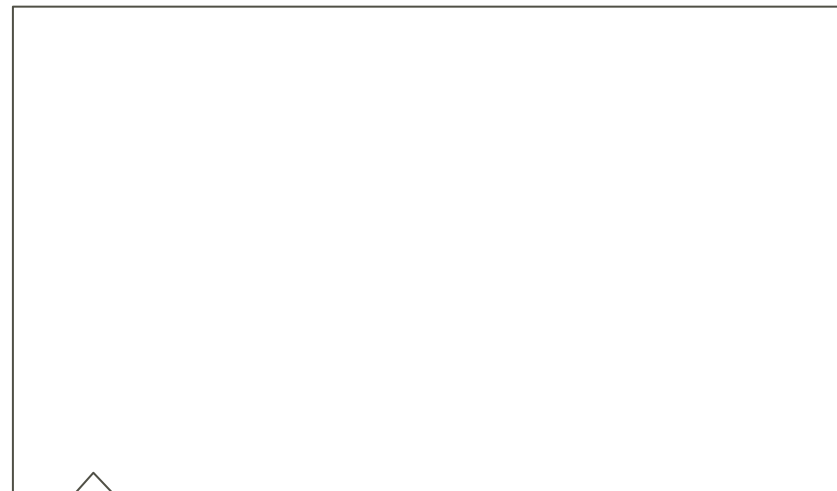
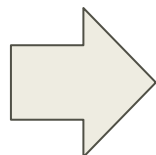




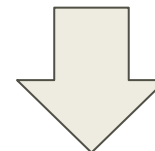
何らかの
問題



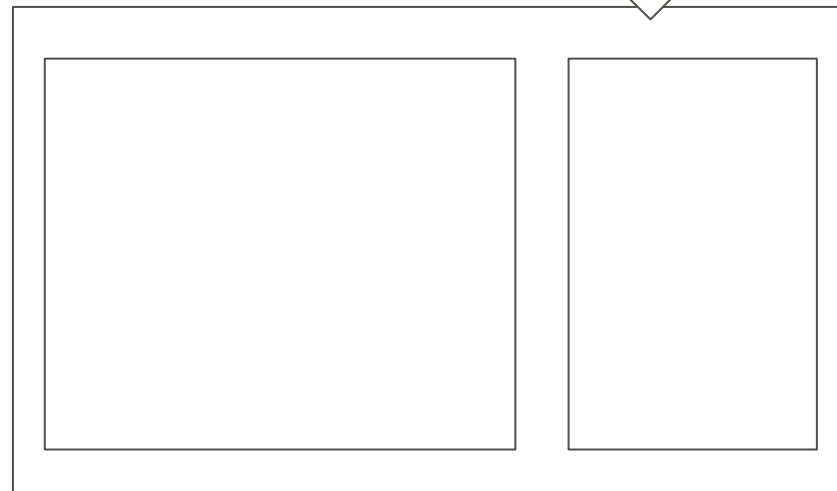
解決の
ために
検索



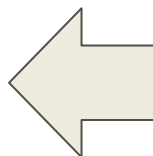
どんなWordで
検索？



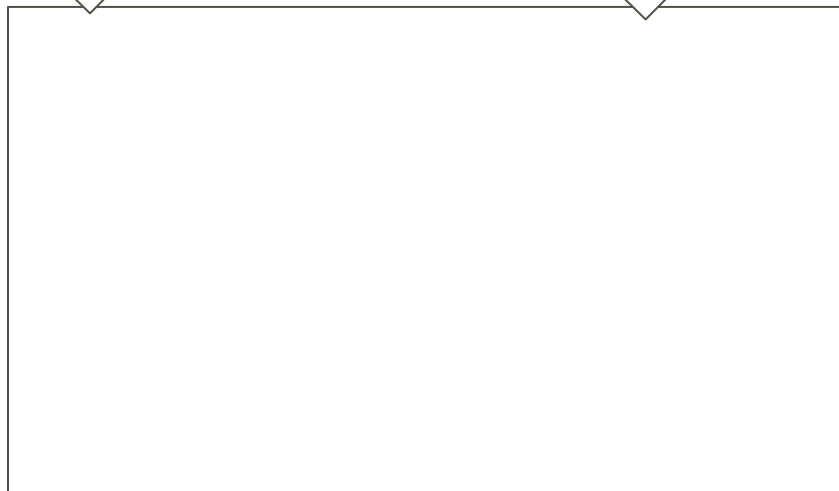
期待される
検索結果は？



期待に沿う内
容が書かれて
いるか？



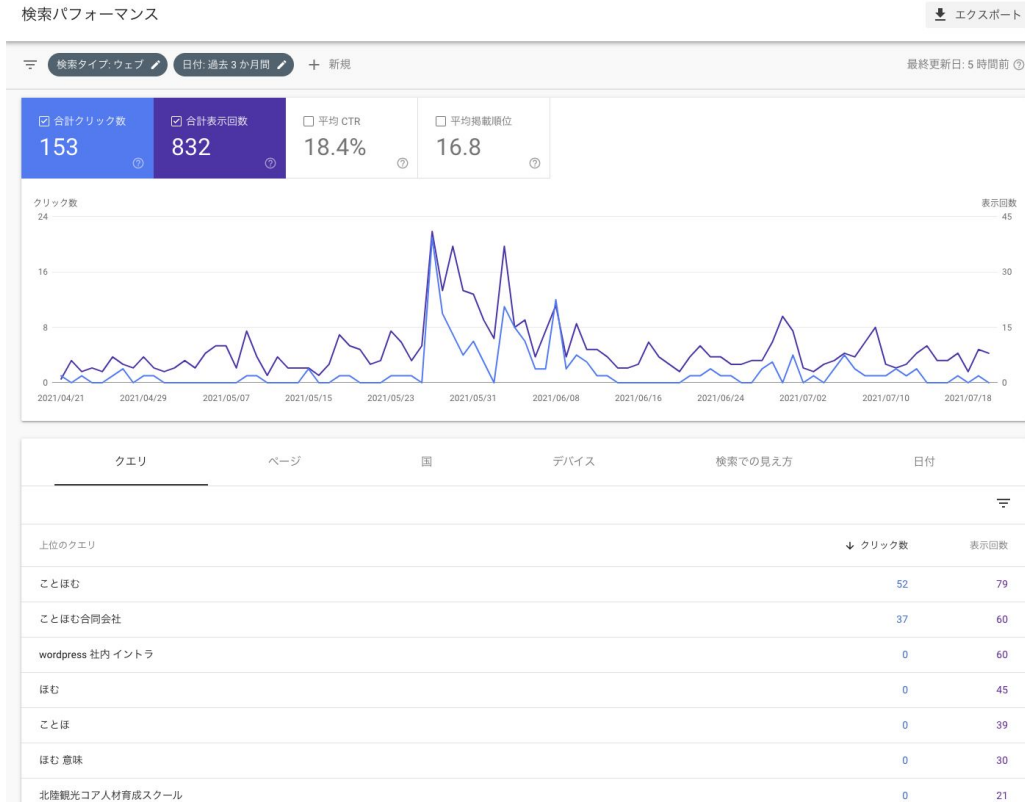
※期待がはず
れれば平均
0.2秒で離脱



site:https://hoge hoge.com で検索

インデックスされている情報→

↓ サチコの情報



<https://kotohomu.com>

[ことほむ 合同会社 | 設定時代考証・文化財観光活用・イントラ ...](#)
設定時代考証・文化財観光活用・イントラ運用、WordPressシステム相談。

<https://shop.kotohomu.com>

[「ことほむ」ダイレクトショップ「ことほむ」ダイレクト ...](#)
2021/04/12 — ことほむ 合同会社の商品直販サイトです。

<https://kotohomu.com> page

[2ページ目 \(5ページ中\) | 設定時代考証 ... - ことほむ 合同会社](#)
設定時代考証・文化財観光活用・イントラ運用、WordPressシステム相談。

<https://kotohomu.com> author fukukiharu

[加賀支社 \(ことほむ 合同会社 の投稿者\)](#)

加賀支社 の記事. ことほむ 合同会社 設定時代考証・文化財観光活用・イントラ運用、WordPressシステム相談。

<https://kotohomu.com> page

[4ページ目 \(5ページ中\) | 設定時代考証 ... - ことほむ 合同会社](#)
設定時代考証・文化財観光活用・イントラ運用、WordPressシステム相談。

<https://kotohomu.com> page

[5ページ目 \(5ページ中\) | 設定時代考証 ... - ことほむ 合同会社](#)
設定時代考証・文化財観光活用・イントラ運用、WordPressシステム相談。

<https://kotohomu.com> page

[3ページ目 \(5ページ中\) | 設定時代考証 ... - ことほむ 合同会社](#)
設定時代考証・文化財観光活用・イントラ運用、WordPressシステム相談。

<https://kotohomu.com> kihonho_leaflet PDF

[文化芸術基本法 - 文化庁](#)

2017/06/23 — わからない願いである。また、文化芸術は、人々の創造性をはぐくみ、その表現力を高める。とともに、人々の心のつながりや相互に理解し尊重し合う土壌を ...

8 ページ

ページがモバイル フレンドリーではありません。

<https://shop.kotohomu.com> wp_olivecart shoppingcart

[ShoppingCart - 「ことほむ」ダイレクトショップ](#)

このページにショッピングカートの内容が表示されます。このページを削除するとショッピングカートが動作しません。

<https://shop.kotohomu.com> wp_olivecart login

[Login - 「ことほむ」ダイレクトショップ](#)

... 合同会社の商品直販サイトです。商品ページ一覧、ホーム、商品ページ一覧、Login、ログイン。

現状問題点(検索結果)	現状問題点(サチコ検索パフォーマンス)
対応策	対応策

広告の目的	クリック単価予算
<p>キャンペーンによる新規顧客集客</p>	<p>テキスト広告: 20円~50円 バナー広告: 50円~100円</p>
ターゲット	出稿予算回収方法
<p>問題を抱えているが、商品の購入によって問題を解決できると考えられるセグメント</p>	<p>キャンペーン対象商品購入に加えて、通常商品の抱き合わせによる利益から回収。 回収に伴う損失: 30%まで許容。 ※購買成立後に割引クーポンを添付することによるリピート化を狙う。 →リピートへのつなぎとめにはメールマガジンを利用。</p>

広告の目的	クリック単価予算
ターゲット	出稿予算回収方法

バナー(キャッチ)	LP(リード)
キャラクターを使ったバナー 期間限定を強調	キャラクターに説明させる。 主に商品のメリットを語らせる。 キャンペーンのお得感を説明させる。
出稿場所	LPの次段階ページ設計
Google広告	LPからEC商品ページへ直接リンク。 ECカゴ入れ後に関連おすすめ商品レコメンド。 チェックアウト後、メールマガジンの登録ページへ 遷移。

バナー(キャッチ)	LP(リード)
出稿場所	LPの次段階ページ設計

広告認知率の遷移(横軸は/月)・実測値平均より算出

セグメントWeb広告認知率

