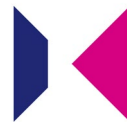


**広告運用開始前に
必ず決めておくべき合意事項**



**Keyword
marketing**

初期合意書（記入例）

記入例	商材：アクセス解析ツール	回答記入欄	注意点など備考
目的・ニーズ	WEB広告を行う目的	<ul style="list-style-type: none"> アクセス解析ツールの利用登録の促進 	ターゲットをむやみに狭めないようにする
	広告の対象となるターゲット	<ul style="list-style-type: none"> 個人でサイトを運営しており、他社サービスを利用していない人 企業のメディア担当で、他社サービスを利用している人 企業のメディア担当で、他社サービスを利用していない人 企業のSEO担当で、他社サービスを利用している人 企業のECサイト担当で、他社サービスを利用している人 	
課題	目的を達成する上で課題となっていること	<ul style="list-style-type: none"> 競合サービスが大手のため、CPAが高騰している 	
解決策方針	課題をどのように解決して、目的を達成するのか	<p>コンバージョンの見込みの低いキーワードが多く表示されているため、キーワードの精査を行い無駄を省く</p> <p>一方で、本来登録すべき、高CVRキーワードを追加し、効率を上げる検索広告以外でのコンバージョン獲得も狙っていく</p>	
目標	コンバージョンの定義	<ul style="list-style-type: none"> アクセス解析ツールの利用登録完了 	電話での問い合わせの扱いなど、しっかりときめておく
	予算を使い切るか、CPAを重視するか	<ul style="list-style-type: none"> 予算を使い切る 	
	目標値が明確に設定する	<ul style="list-style-type: none"> 広告予算：120万円 目標コンバージョン数：100件 目標コンバージョン単価：12,000円 	
スケジュール	LP未完成の場合、LP完成予定日	<ul style="list-style-type: none"> 2019年11月29日（金） 	「12月中旬」や「週明け」などはなく、休日でもいいので具体的な期日を必ず決める
	広告配信の開始予定日	<ul style="list-style-type: none"> 2019年12月6日（金） 	土日祝になっていないか注意

初期合意書

	確認すべき項目	回答記入欄	注意点など備考
目的・ニーズ	WEB広告を行う目的		
	広告の対象となるターゲット		ターゲットをむやみに狭めないようにする
課題	目的を達成する上で課題となっていること		
解決策方針	課題をどのように解決して、目的を達成するのか		
目標	コンバージョンの定義		電話での問い合わせの扱いなど、しっかりときめておく
	予算を使い切るか、CPAを重視するか		
	目標値が明確に設定する		
スケジュール	LP未完成の場合、LP完成予定日		「12月中旬」や「週明け」などはなく、休日でもいいので具体的な期日を必ず決める
	広告配信の開始予定日		土日祝になっていないか注意

本当に価値ある広告運用を提供する仲間を募集しています！



一緒に『誰かの人生の、分岐点になる広告を。』という ミッションの実現を目指してくれる仲間を募集しています！

キーワードマーケティングでは、2019年を「飛躍の年」と定め、様々な新しい取り組みを始めています。自社マーケティング部の立ち上げもそのひとつ。立ち上げから半年が経ち、ご相談いただく案件数も急増しております。現在49名の社員数も、2021年度中には80名を超える見通しで、募集職種も大幅に増やし、組織としてもいよいよ拡大期を迎えようとしています。

本格的に転職は考えていないけど、ちょっと話を聞いてみたいという方もまずはお気軽にカジュアル面談にお申し込みください。

[採用情報・社員インタビューを読む >>](#)

会社概要



会社概要

社名	株式会社 キーワードマーケティング
所在地	本社 〒104-0045 東京都中央区築地7-2-1 THE TERRACE TSUKIJI 2F 電話：03-6226-5880・FAX：03-6226-5882 九州佐賀支社 〒840-0816 佐賀県佐賀市駅南本町6-4 佐賀中央第一生命ビルディング8階 電話：0952-37-0730・FAX：0952-37-0731
設立	2004年7月12日
役員	代表取締役／広告事業部長 滝井 秀典 取締役COO／採用&マーケティング部長 瀧沢 貴浩 執行役員／インハウス支援室長 石川 優二 社外取締役／コンプライアンス責任者 松田 大学
資本金	11,000,000円
事業内容	<ul style="list-style-type: none">・ 運用型広告の運用代行・ 検索エンジンマーケティングの研究、教育事業
主要取引先	グーグル合同会社、ヤフー株式会社、フェイスブック ジャパン株式会社 Twitter Japan株式会社、LINE株式会社、CRITEO株式会社、



会社概要

キーワードマーケティングは、Google, Yahoo!, Facebook, Twitter の正規代理店です。



グーグル合同会社
(正規代理店)



ヤフー株式会社
(正規代理店・二つ星)



Facebook Japan株式会社
(正規代理店)



Twitter Japan株式会社
(認定代理店)

広告に関すること、お気軽にご相談ください

私たちがご提供する 3 つのサービス

広告運用をアウトソースしたい
企業様向け

リスティング広告、 SNS 広告の運用代行

リスティング広告やSNS広告などの運用型広告をお客様の代わりに運用いたします。運用開始前のヒアリングでは広告だけでなくビジネス全体の課題を明確にし目標設定を行います。

主な対応媒体

Google広告

Yahoo! プロモーション広告

Facebook 広告

Twitter 広告

LINE Ads Platform

Criteo など

インハウスで広告運用している
企業様向け

広告運用コンサルティング

自社で広告運用している方へのコンサルティングを提供いたします。常時300アカウント以上を運用しているノウハウから、業種・業態に適した最新の広告提案をいたします。



ご自身で広告運用したい方向け

広告運用プロフェッショナル 養成講座

運用型広告で継続的に成果を出せる人材を養成します。600社以上の広告運用の研究データより得たノウハウをもとに理論化した売上に直結する広告運用の手法を学んでいただけます。

開催講座

検索キーワード広告プロフェッショナル

ディスプレイ広告プロフェッショナル

ホームページ制作プロフェッショナル

マーケティング力アップ

オフィシャルパートナーのご紹介

キーワードマーケティングでは、SEOのプロフェッショナルとパートナーシップを結び、運用型広告以外の分野に関する高い水準のサービスをご紹介できる体制を整えています。

言葉を磨く、絆を紡ぐ



お客様より評価をいただく3つのポイント



お客様より評価をいただく3つのポイント

1. 3年以上先を見据えた長期的な事業成長を考慮した広告運用

短期的なコンバージョン数やCPAの達成だけではなく、**中長期的な事業成長に貢献**するべく 広告運用を行っております。中長期目標達成のためのマーケティングプランを設計し、実行することで貴社の成長に貢献します。年間継続率は**90%以上**（業界最大手が70%）

10年以上継続運用の実績があります。



お客様より評価をいただく3つのポイント

2. 弊社運用に切り替え後、95%以上のアカウントでパフォーマンスが良化

無駄な投資と機会損失を最小限に抑えるアカウント設計で、95%のアカウントが改善されております。
CPA30%以上良化、コンバージョン数1.5倍増というケースも少なくありません。

3. 早さだけでなく正確さを重視したオペレーション体制

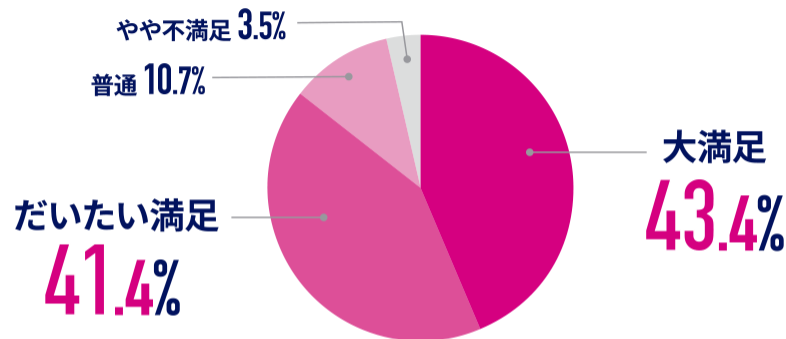
運用開始後は運用担当者が直接窓口となるため、スピーディーな対応が可能です。

弊社では、佐賀オペレーションセンターの連携によって「ミスゼロを目指した運用体制」を整えております。

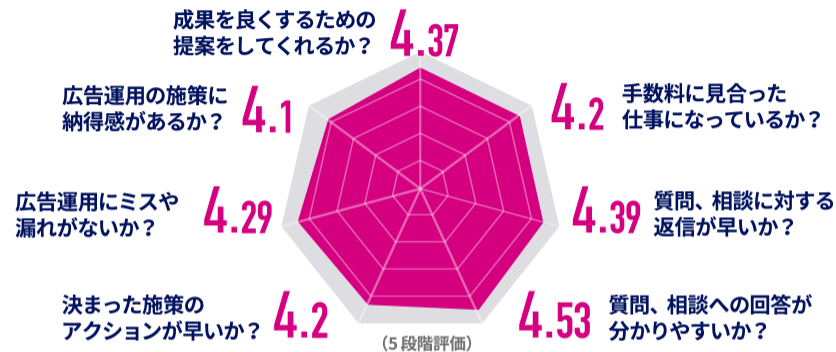
2019年8月にお客様満足度アンケートを実施しました

キーワードマーケティングでは、半年に1度、広告の運用代行をさせていただいているお客様を対象にお客様満足度アンケートを実施しています。（有効回答数：51）

84.8%のお客様が「大満足」「だいたい満足」を回答いただきました。



その他の評価項目についても、高い評価をいただきました



お客様の声



やり取りに関してストレスがありません。広告の成果は市場の動向や弊社の予算もあり、難しい状況が続いておりますが、いつも報告等を頂きますので、広告オペレーションで何をやっているかわからないというような状況は無く、信頼してお任せできております。



積極的に広告の改善提案などをしていただけるので助かります。また提案した内容でも効果が低いと判断すると迅速に変更するなど、クライアント目線で運用してくださるので安心感があります。



直接広告運用に関わる問題だけでなく、Web マーケ全般に関する相談に幅広く対応いただき、毎回とても感謝しています。

運用実績

業種	実績
医療法人	年商数千万円 ⇒ 10億円規模へ
税理士法人	年商1億円 ⇒ 20億円規模へ
オリジナルプリント業	年商数千万円 ⇒ 7億円規模へ
建材業	年商数千万円 ⇒ 10億円規模へ
法人向け販促グッズ業	年商数千万円 ⇒ 年商6億円規模へ
女性向けアパレル通販	C P A 基準を変えずにコンバージョン数を2倍以上へ
社会人向けセミナー業	C P A 基準を変えずにコンバージョン数を3倍以上へ
防災グッズ通販	年商数千万円規模 ⇒ 年商5億円規模へ
上場企業婚活サイト	C P A 20%以上良化、コンバージョン数1.7倍以上へ
買取業	C P A 10%以上良化、コンバージョン数10倍以上へ
レンタル業	C P A 20%以上良化、コンバージョン3倍以上へ
観光業	スマホサイト C P A 50%以上良化、コンバージョン数1.8倍以上へ

弊社には様々な業種、商材での運用実績・ノウハウがございます

広告運用体制



広告運用体制

広告戦略立案をメイン業務とする「東京」と、オペレーション業務を行う「佐賀」との分業によって、従業員の負荷を軽減しながらミスなく、素早く、最短距離で高い広告効果を実現する体制を整えました。

広告事業部



最高責任者 滝井 秀典



東京・広告運用チーム（15名）

広告戦略の立案や実行、クライアントワークを担当



佐賀・オペレーションチーム（13名）

広告運用にかかわる、広告入稿業務などのオペレーションを担当

クリエイティブの制作

独自の広告文作成メソッド「クリエイティブシート」

クリエイティブ制作時のステップ

1. 1次情報、1.5次情報の収集
2. セグメント分け・ターゲットの決定
3. ターゲットのニーズ（不安・不満）を定義
4. メッセージへの変換
5. 各種媒体への出し分け

メニューを検索 (Alt+F)				
fx	A	B	C	D
1				※季節、LP不一致 MVとか期間限定CP
2				訴求ポイント(不安・不満、興味、期待)
3	X	全セグメント共通		<p>＜店舗クリーニング関連＞</p> <ul style="list-style-type: none">・店舗まで持っていく、持って帰るのが面倒・量が多いと車でないと無理・袋に入れて持っていくのがめんどくさい・受付で待つ時間が長い・近くにクリーニング屋さんがない・近所のクリーニング屋さんがきちんと汚れを落としてくれなかった <p>＜宅配クリーニング関連＞</p> <ul style="list-style-type: none">・宅配クリーニングを使ったことがないのでよく分からない。めんどくさい・どこがメジャーな企業なのか分からない・対面しないサービスなので、雑に扱われそう・いざとなったら苦情言いたいので、地域が近いと嬉しい・クリーニングでわざわざ遠く（関東の人が関西まで）送りたくはない・雑な段ボールに入れて送ると汚くなりそうで嫌だ
4	A	冬の終わりから春（3月1日～4月30日）に、クリーニングを検討している「男性」		<p>＜該当季節限定＞</p> <ul style="list-style-type: none">・ダウンやコートといったアウターを、クリーニングしたい・アウターは1個1個のクリーニング代が高い・アウターは高いので、きちんと汚れを落としてほしい・冬物は重たいので、クリーニングに出すのが特に面倒くさい・店舗だと、持っていくのも、持って帰るのも、車でないと大変・冬物をまた仕舞うのが面倒くさい、クローゼットが狭い・全部クリーニングに出すと、また寒くなったときに困る・マフラーもクリーニングしたい・革のジャケットもクリーニングに出せるのか知りたい・フーがつぶれないか不安 <p>＜男性特有＞</p> <ul style="list-style-type: none">・スーツをクリーニングに出したい・スーツはたくさん持っていないので、早めに返ってこないと困る・ネクタイもクリーニングしたい
5	B	冬の終わりから春（3月1日～4月30日）に、クリーニングを検討している「女性」		<p>＜該当季節限定＞</p> <p>同上</p> <p>＜女性特有＞</p> <ul style="list-style-type: none">・冬物のワンピースをクリーニングに出したい

クリエイティブの制作



生まれ変わったGoogle広告の使い方
一冊にまとめました

Google広告の活用マニュアル (34ページ) を
先着300名様に無料プレゼント!

【内容を一部紹介】

- ・リニューアル版画面の基本操作
- ・アカウント状況をひと目で把握する方法
- ・LPごとの結果を一瞬で確認する方法
- ・世帯収入でターゲティングする方法
- ・掲載結果をスムーズに確認する便利機能
- ・ショートカットキー早見表



KWM.CO.JP

【無料e-Book】新しくなったGoogle広告の管理
画面を使いこなす! 便利になったポイントと基...

ダウンロード



生まれ変わったGoogle広告の使い方
一冊にまとめました

Google広告の活用マニュアル (34ページ) を
先着300名様に無料プレゼント!

【内容を一部紹介】

- ・リニューアル版画面の基本操作
- ・アカウント状況をひと目で把握する方法
- ・LPごとの結果を一瞬で確認する方法
- ・世帯収入でターゲティングする方法
- ・掲載結果をスムーズに確認する便利機能
- ・ショートカットキー早見表

非常に高い成果の出たクリエイティブ例

広告パフォーマンス診断のご案内



広告パフォーマンス診断（無料）について

代理店を通して広告運用している方や自社で広告運用中の方で、

現在の広告運用が不安な方、正しく運用されているか知りたい方は、ぜひ広告パフォーマンス診断をご利用ください。

分析・提案内容（例）

アカウント分析

- 広告の目的、現状の課題、解決策の整理
- 登録キーワード案
- 予算調整不足による機会損失の発見
- 無駄な広告費の発見
- 「予算消化だけが目的の無駄な入札調整」の発見

機会損失③ 予算が調整が適切にされていない

【貴社ご提供の1月Google広告レポート】

日	曜日	クリック数	コンバージョン数	クリック単価	コンバージョン単価
2019/1/13	Sun	475	1	475.00	475.00
2019/1/14	Mon	448	1	448.00	448.00
2019/1/15	Tue	474	1	474.00	474.00
2019/1/16	Wed	468	1	468.00	468.00
2019/1/17	Thu	468	1	468.00	468.00
2019/1/18	Fri	468	1	468.00	468.00
2019/1/19	Sat	468	1	468.00	468.00
2019/1/20	Sun	468	1	468.00	468.00
2019/1/21	Mon	468	1	468.00	468.00
2019/1/22	Tue	468	1	468.00	468.00
2019/1/23	Wed	468	1	468.00	468.00
2019/1/24	Thu	468	1	468.00	468.00
2019/1/25	Fri	468	1	468.00	468.00
2019/1/27	Sun	0	0	0	0
2019/1/28	Mon	0	0	0	0
2019/1/29	Tue	0	0	0	0
2019/1/30	Wed	0	0	0	0
2019/1/31	Thu	0	0	0	0

月末にかけて配信が弱まっている
12月、2月も同じ傾向がみられる
→ 機会損失が発生しています

月末にかけて配信が弱まっている傾向があります。
1月に関しては完全に配信が止まっている状態のため、
競合他社にユーザーを奪われてしまっています。
月の予算が決まっている場合でも、特に成果の良い時間帯や曜日などに予算を寄せることで、
配信を止めずに配信することができ、**機会損失を防ぐことができます**

(C) Copyright Keyword Marketing Inc. All rights reserved. No reproduction without written permission.

お客様ごとに弊社運用担当者が数時間かけて分析を行い資料をお作りします。

Web広告の効果を高めていきたい方、課題を感じている方は、ぜひ広告パフォーマンス診断をご活用ください。

広告パフォーマンス診断はこちらをクリック