

インソースマーケティングデザイン Web広告説明資料

(会社紹介・事例紹介)

2023年10月16日版

1.創業:1999年8月3日(創業25年目)

⇒Web業界の先駆者の存在

2.拠点

- ①宇都宮本社:栃木県宇都宮市東宿郷3-1-12 吉田ビル8F
- ②東京本部:東京都荒川区西日暮里4-19-12インソース道灌山ビル

3.社員数(スタッフ含む):32名

- ・Webデザイナー 6名
- ・Webクリエイター 9名
- ・システムエンジニア 8名
- ・Web解析士 12名

⇒Web制作・Webシステム開発・Web解析に必要な全ての技術者が在籍

4.業務内容

- ・Web制作
- ・Web広告
- ・Webシステム開発
- ・Webサーバ保守
- ・Web教育

⇒Webに関することなら、何でも対応可能

1. 貴社の課題を解決します！ ~20年以上にわたり培ってきたWebマーケティングノウハウ

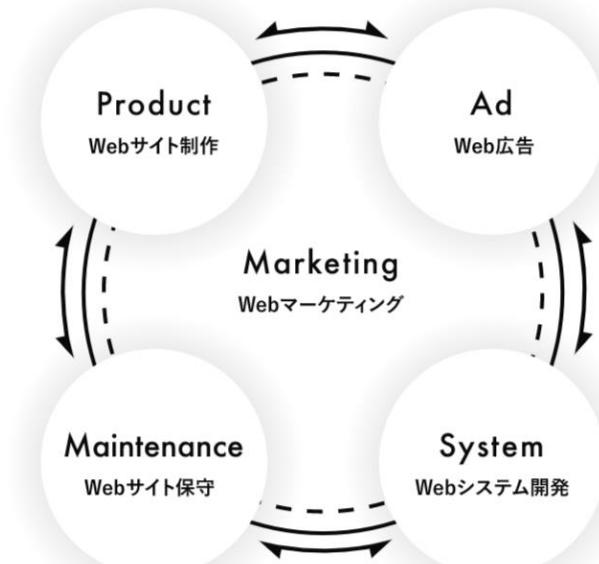
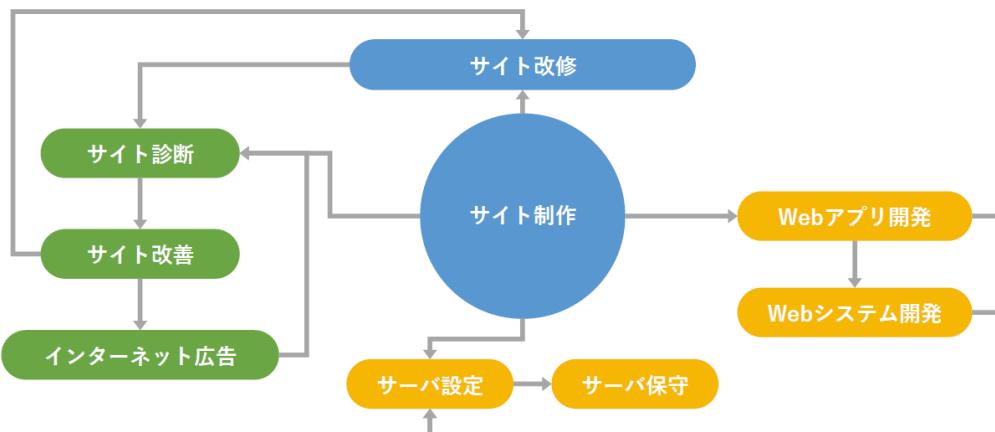
当社は創業から20年以上、Web関連事業を続けてまいりました。

これまで培った経験から、集客を増やす、売上を上げる、採用応募者を増やすなど、成果を上げるためのWebマーケティングノウハウを豊富に蓄積しています。

マーケターがお客様のご要望、お悩みを的確に捉え、最適な施策をご提案します。

2. ワンストップでご提供 ~だから早い！安い！

当社では、Webサイトの構築・運用からWebアプリケーションの開発まで、Webに関わるあらゆるサービスを提供しています。そのため、余計なコストを抑え、臨機応変かつスピーディーに対応することが可能です。



Webサイト制作を中心に、
関連サービスを組み合
わせ、お客様の課題を
解決するためのループ
を作りだしています

3. インソースグループだからこそできる幅広いご提案

当社は2021年に社会人教育を主力事業とする東証プライム上場企業の株式会社インソースのグループ会社となりました。

社内データの解析や営業支援など、お客様の課題を伺い、インソースの持つノウハウや教育コンテンツと、当社のWeb制作力を掛け合せた複合的なご提案も可能です。

インソースの強み

- ・業務プロセスのIT化と情報のデータベース化を徹底し、Webマーケティングに活用
→創業から20年以上、**増収を継続**(コロナ禍を除く)
→約22,000のWebページを0から作成し、現在は毎週約100件の問い合わせを獲得
- ・研修実施回数が**日本一**！
→年間研修実施回数29,376回 (2022年10月～2023年9月)
→お取引先数43,468組織 (2003年6月から2023年9月までに当社サービスをご利用いただいたお取引先累計)

【研修例】

- ・チラシ／WEBデザイン研修～顧客視点のクリエイティブディレクション
https://www.insource.co.jp/bup/bup_creative_direction.html
- ・HTML／CSS基礎研修（2日間）
https://www.insource.co.jp/bup/bup_shiniinit7.html
- ・WEBライティングの基礎講座～書く前の事前準備と書く技術を学ぶ
<https://www.insource.co.jp/bup/bup-web-writing-novice.html>
- ・ビジネスデータの分析研修～職場で活かせる統計の基礎とデータ活用法を学ぶ
https://www.insource.co.jp/bup/bup_business_data_analysis.html



IMDはWeb全般に強い会社

Webサービスのプロセスすべてにおいて自社完結可能なため、余分なコストを抑えスピーディーに対応可能です！

IMD

サイト制作・Webサイト保守・システム開発・Webプロモーション

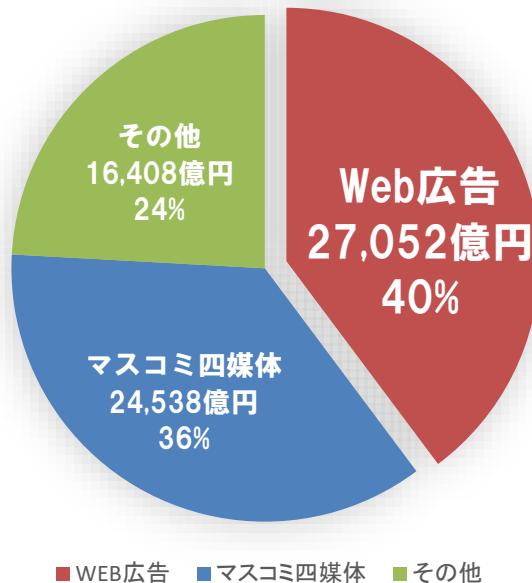
他社のWebサービスの一例

Webサービスのプロセスを、すべて一貫して対応できる会社は非常に少なく、外注費などの余分なコストがかかるケースが少なくありません。



Web広告は最も大きな広告媒体！

2021年 日本の総広告費



2021年 日本の総広告費前年比

	総広告費		媒体別前年比 (%)	
	金額 (億円)	前年比 (%)	マスコミ 四媒体	インターネット
2014年	61,522	102.9	101.6	112.1
15年	61,710	100.3	97.6	110.2
16年	62,880	101.9	99.6	113
17年	63,907	101.6	97.7	115.2
18年	65,300	102.2	96.7	116.5
19年	69,381	106.2	96.6	119.7
20年	61,594	88.8	86.4	105.9
21年	67,998	110.4	108.9	121.4

■ 2021年の年間総広告費は6兆7,998億円

■ Web広告は、従来のマスコミ四媒体(新聞、雑誌、ラジオ、テレビ)をも上回る

■ Web広告は毎年大きな伸びをみせている

※ dentsu 「2021年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」より抜粋

	Web広告	紙媒体	テレビ媒体
メリット	<p>短期間で効果を出しやすい</p> <p>細かい効果測定と分析がしやすい</p> <p>広告内容の変更がしやすい</p> <p>少額から始められる</p> <p>ターゲットを絞って配信しやすい</p>	<p>保管性が高い</p> <p>信頼性が高い</p> <p>視認性が高い</p> <p>手触りなど五感を刺激できる</p>	<p>記憶・印象に残りやすい</p> <p>購買促進につながりやすい</p> <p>サービスイメージの構築</p> <p>視覚・聴覚両面からのアプローチが可能</p>
デメリット	<p>キーワードによっては費用が異なる ※競合他社の有無により変動</p> <p>効果測定に専門知識が必要</p>	<p>修正が難しい</p> <p>出稿までの時間が長い</p> <p>情報量に上限がある</p> <p>効果測定がしにくい</p>	<p>コストが他媒体と比べて高い</p> <p>ターゲティングの精度は低い</p> <p>効果測定がしにくい</p>

各媒体事では、上の表のようにいくつもメリットとデメリットが挙げられます。
 Web広告が選ばれる要因としては、「短期間で効果が出る」「分析しやすい」「内容の変更がしやすい」などがあります。

IMDに任せておけば…

適切なターゲットに絞って集客し、無駄なコストを抑えます。

広告設計・広告運用・効果測定などもすべて対応可能です！

検索

検索エンジン ※1

サイトにアクセス

エントリーフォーム

Google

コンバージョン数
UP ※2

各フェーズの問題点を一つ一つ解決



問い合わせボタン



ウェブ解析士の資格を保有した弊社担当者が
最適な広告運用を行います。

※1 GoogleやYahoo!に代表される、インターネット上のさまざまなコンテンツを探すサービスの総称

※2 コンバージョンとは、お問い合わせや購入などの目標を数値化したものの総称

■ 種類・参考価格早見表 ※1

リスティング	ディスプレイ	Facebook	Instagram
Google・Yahoo！のキーワード検索の結果画面に広告を表示	ブログなどのWeb上のページや動画、アプリなど、さまざまな場所に表示	Facebookのタイムライン上に表示	フィード上に写真広告や動画広告が表示
主なターゲット			
自社サービスに関連するキーワードを調べている方を自社サイトに誘導	既存顧客と同じ特徴を持つ方を自社サイトに誘導	主に管理職や経営者、ビジネス利用のユーザーを自社サイトに誘導	主に若年層や女性を自社サイトに誘導
ご依頼の多い価格帯（月額・税抜き）			
50万円	20万円	30万円	30万円

※1 掲載している金額はあくまで参考金額です。業種や投稿内容により、価格帯が異なります。

■ 種類・参考価格早見表 ※1

YouTube	リターゲティング
YouTube内や、Google動画パートナー上に配信	自社サイトを訪れたユーザーに絞って広告を表示させる
主なターゲット	
自社サービスに関連する動画を見ている方を自社サイトに誘導	過去に自社サイトを訪れた方を追客したい
ご依頼の多い価格帯（月額・税抜き）	
30万円	20万円

※1 掲載している金額はあくまで参考金額です。業種や投稿内容により、価格帯が異なります。

Google・Yahoo!の検索結果上位に広告を表示

Google検索結果画面。検索語は「ホームページ制作」。検索結果数は約1,450,000,000件。上位に複数の広告が表示されている。

1位: [Wix](http://ja.wix.com/) - ホームページ作成ならWix | 簡単・無料で自由にデザイン | wix.com

2位: [Jimdo](http://jp.jimdo.com/) - No.1ホームページ作成ツール | 簡単・無料で大人気 | KDDIグループ

3位: [Dcoms](http://www.dcoms.co.jp/) - 下請け、もうやめませんか? | 建設業界専門/ホームページ制作

4位: [Hnavi](http://www.hnavi.co.jp/) - ホームページ制作会社を一括見積 | 豊富な1500社からご提案

Yahoo!検索結果画面。検索語は「ホームページ制作」。検索結果数は約512,000,000件。上位に複数の広告が表示されている。

1位: [Homepage296](http://www.homepage296.com/) - 宇都宮市でホームページ作成なら | 手間と費用をかけずH...

2位: [Wix](http://ja.wix.com/) - 無料&簡単でホームページ作成 | かんたん作成ツール決定版

【特徴】

- ・特定のキーワードで検索された場合に広告が配信される
- ・例: 宇都宮のWeb制作会社の場合、「宇都宮 Web制作」で検索された場合などに広告を配信

【配信目的と価格帯】

- ・自社サービスに関連するキーワードを調べている方を自社サイトに誘導
- ・ご依頼の多い価格帯:
50万円/月程度

【事例】リスティング広告：NAS製品向け広告

媒体：
Google

目的：
お問合せ獲得

対象：NAS
(ネットワークストレージ)

月間予算：
20万円程度

【背景・課題】

- ・Webサイト立ち上げ時に集客はWeb広告をメインで活用したい旨、ご相談いただく
- ・クライアントは該当のNAS製品の代理店のため、競合に勝つためにWeb広告を活用

【施策ポイント】

- ・「製品名+価格」「類似製品名」に加えて、「製品型番」で細かく設定を行った
→検討段階のユーザーの集客に成功

【成果・評価】

- ・月間のお問い合わせ数は20～30件程度、成約率は30～40%
- ・年間数千万円の売上に貢献！



Webサイト上に表示される画像広告



【特徴】

- Googleが保有している、情報(場所・年齢・性別・興味関心など)に基づき、広告を配信
- 例:都内のエステ会社が広告を配信したい場合に、「都内在住」の「20～30代」の「女性」をターゲットし広告を配信

【配信目的と価格帯】

- 既存顧客と同じ特徴を持つ方を自社サイトに誘導
- ご依頼の多い価格帯: 30万円/月程度

【事例】ディスプレイ広告：クリニックへの集客

媒体：
Google

目的：
電話またはお問合せ

対象：
歯科クリニック

月間予算：
40万円程度

【背景・課題】

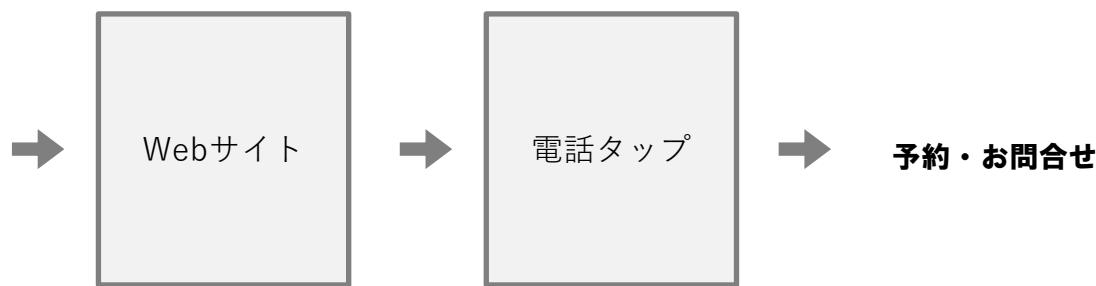
- ・Webサイトを活用し新規顧客を獲得したい
- ・キャンペーン実施時などに広く見込みユーザーへ周知したい

【施策ポイント】

- ・ターゲットは対象地域×美容・ファッショニに興味関心が高い×購買意欲が高い×女性に設定
- ・Webサイト上の電話クリックをカウントすることで効果測定を実施

【成果・評価】

- ・他社から弊社へ広告管理会社に乗り換えたことによって、スマホでのお問合せ回数が倍になった



実名データを活用したターゲティング精度の高い広告



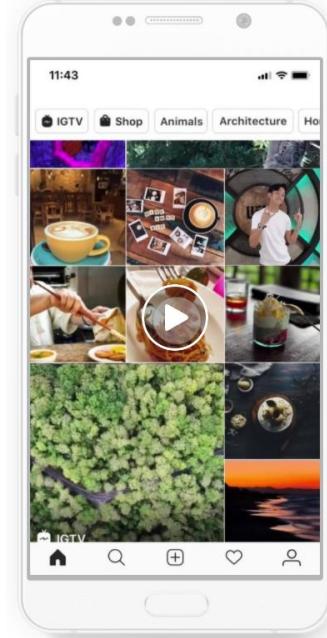
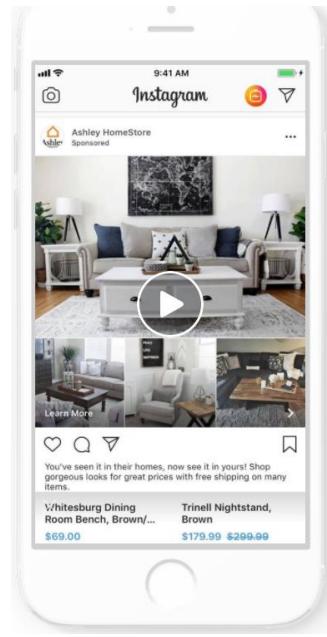
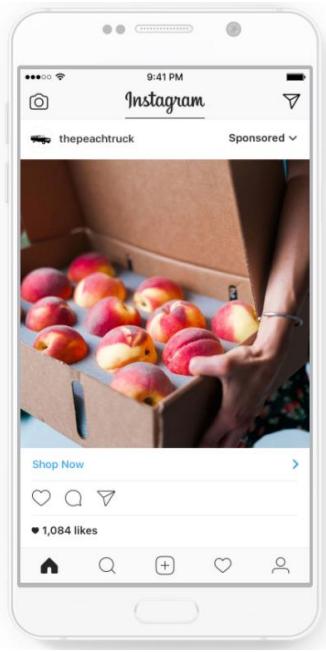
【特徴】

- ・個人がFacebook上に登録している情報(年齢・性別・興味・関心など)やいいね!したページなどを基に、精度が高いターゲットへの広告を配信

【配信目的と価格帯】

- ・主に管理職や経営者、ビジネス利用のユーザーを自社サイトに誘導
- ・ご依頼の多い価格帯:
10万円/月程度

若年層や女性からの支持が高く、認知～購買の訴求が可能



【特徴】

- Instagramに登録している情報(年齢・性別など)や、Instagramが蓄積している情報(興味・関心など)を基に、広告を配信する

【配信目的と価格帯】

- 主に若年層や女性を自社サイトに誘導
- ご依頼の多い価格帯:
10万円/月程度

【事例】Facebook/Instagram広告：イベント集客

媒体：
Facebook/Instagram

目的：
イベント申込み

対象：
採用系イベント

予算(3~4週間)：
100万円

【背景・課題】

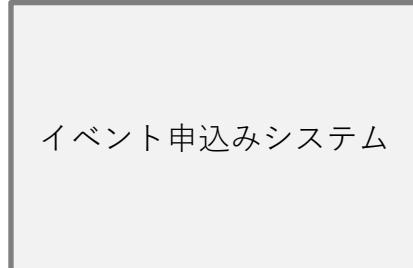
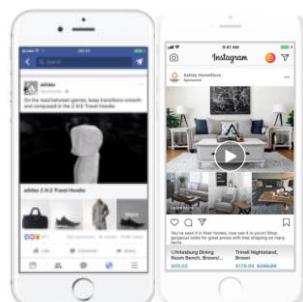
- ・IT人材向け採用イベント実施に伴いユーザーを絞って集客を実施したい
- ・ユーザーへ響く表現を探るため、複数のバナーでデザインの比較を実施したい

【施策ポイント】

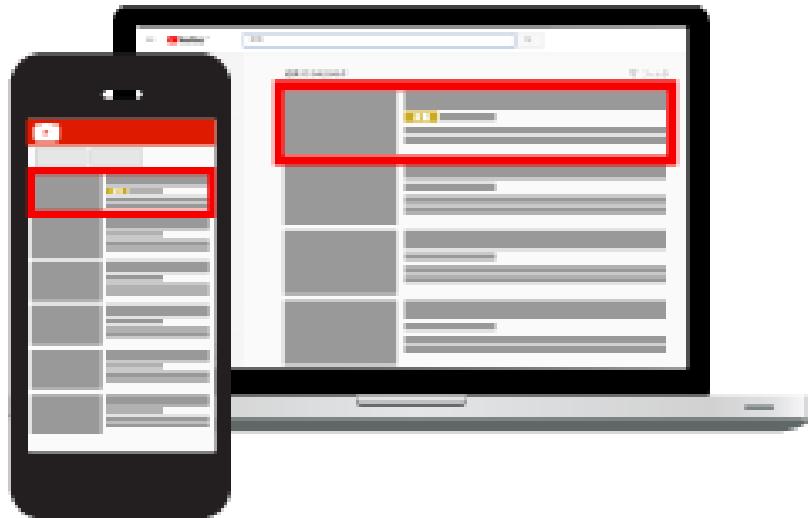
- ・ターゲットは年齢×地域×プログラミング言語・マーケティング・DX・データ分析などに興味・関心のあるユーザーを細分化して設定
- ・1ターゲットに対して、2~4のバナーを用いてアクセス比較を実施

【成果・評価】

- ・イベント総応募数250件以上 ※当初200名上限となっていたため席数を増やしての開催となった
- ・バナー比較の結果、シンプルなバナーかつ「一緒に○○をしませんか？」といった参加型のメッセージが効果的という結果となった



YouTubeに配信される動画広告



【特徴】

- YouTube上で閲覧している情報(動画の種類・登録チャンネルやキーワードなど)を基に広告を配信する

【配信目的と価格帯】

- 自社サービスに関連する動画を見ている方を自社サイトに誘導
- ご依頼の多い価格帯:
10万円/月程度

【事例】YouTube広告：サービス認知拡大

媒体：
YouTube

目的：
認知拡大

対象：
資産形成サービス

月間予算：
20万円

【背景・課題】

- サービスの認知拡大を図るため、動画を使用して見込みユーザーに広くアプローチしたい

【施策ポイント】

- ターゲットは年齢×地域×1日の広告の接触回数制限広めのターゲットで運用スタート
- 別途、年齢×地域×1日の広告の接触回数制限×金融関連の動画に絞っての配信も実施

【成果・評価】

- 月間広告再生数：520,000回 ※一般的に、同様のターゲットで350,000回程度
- CPM（1,000回あたりの視聴単価）：360円程度 ※一般的には400～600円程度



1度自社サイトを訪れたユーザーを、サイト離脱後も追跡する広告



【特徴】

- 一度自社サイトに訪れ、商品やサービスを知ったユーザーを追跡して、別サイト上で自社サービスの広告を再訴求できる

【配信目的と価格帯】

- 過去に自社サイトを訪れた方を追客したい
- ご依頼の多い価格帯：
20万円/月程度

【事例】リターゲティング広告

媒体:
Google

目的:
メール・電話問合せ

対象:
学習塾

月間予算(リターゲティングのみ):
15万円

【背景・課題】

- 通常のリスティング広告に加えて、**より広告効果を高めるためにリターゲティング広告を活用**

【施策ポイント】

- ターゲットは塾名で検索したユーザー、サイトアクセスから7日以内のユーザー、入塾見込みユーザーなど複数の設定で運用
- 季節講習やイベントなど、情報連携を密にし**最新の情報をWeb広告で配信**

【成果・評価】

- 閑散期のWeb経由のお問合せ数 **前年比250%**
- 繁忙期のWeb経由のお問合せ数 **前年比120%**

※リターゲティング広告含む、Web広告全体の結果

