

📖 新規アカウント開設者向け 📖

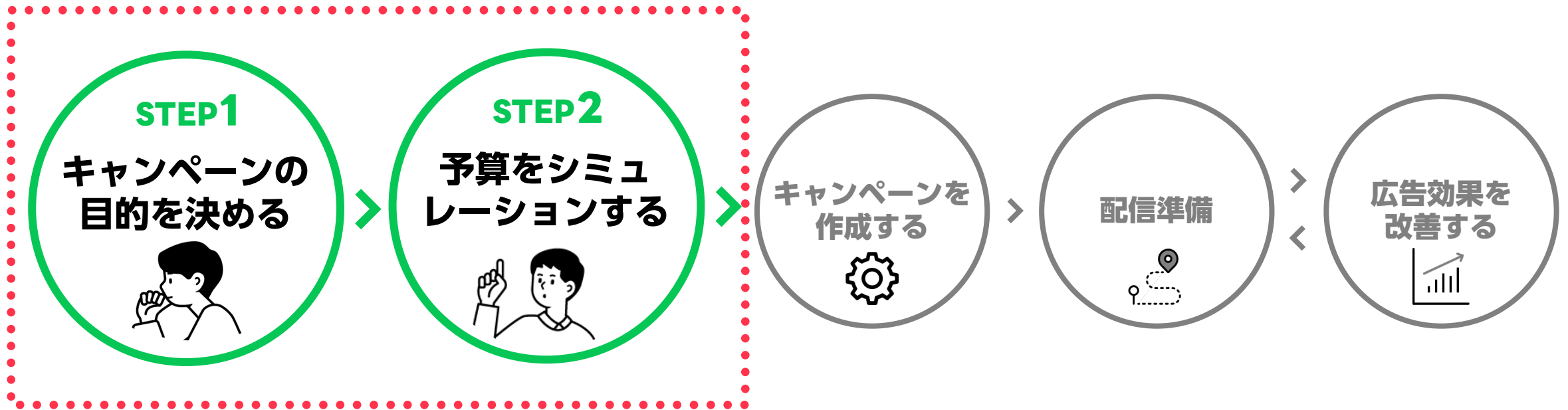
# LINE 広告

— 運用前のチェックシート —



LINE広告の運用効果を高めるためには、**目標をあらかじめ設定しておくことが重要**です。こちらの「運用前のチェックシート」を参考に、準備をしっかりと整えてから運用を始めましょう。

### 運用前のチェックシートの範囲



# STEP1: キャンペーンの目的を決める

✔ まずは、キャンペーンの目的と合わせて、ターゲットや配信KPIがどれにあたるか確認してみましょう。

## キャンペーンの目的

### 名称認知

(例) 新商品・新サービスのローンチ

### 特徴認知

(例) 競合との差別化、  
サービス詳細の伝達

### 利用意向

(例) 購入意向・興味関心・  
好意度の醸成

## ターゲット

### 広い

(商材の例) 飲料食品、通信キャリア、  
デジタルサービス

### 狭い

(商材の例) 20代女性向け化粧品、  
高級自動車、主婦層向け生活用品

## 配信KPI

### リーチ獲得

(例) 可能な限りターゲットに  
広告接触させたい

### 動画視聴

(例) 動画をみてもらうことで  
態度変容を促したい

### LP遷移

(例) LPでの情報伝達により  
態度変容を促したい

# STEP1: キャンペーンの目的を決める

- ✔ LINE広告を配信効果のアップにつなげるために、配信前に「キャンペーンの目的」「ターゲット」「配信KPI」の3つについて、合致するものにチェックしてみましょう。



## キャンペーンの目的



### 名称認知

(例) 新商品・新サービスのローンチ



### 特徴認知

(例) 競合との差別化、サービス詳細の伝達



### 利用意向

(例) 購入意向・興味関心・好意度の醸成



### その他

---

## ターゲット



### 広い

(商材の例) 通信キャリア、飲料食品、デジタルサービス



### 狭い

(商材の例) 20代女性向け化粧品、高級自動車、主婦層向け生活用品



### その他

---

## 配信KPI



### リーチ獲得

(例) 可能な限りターゲットに広告接触させたい



### 動画視聴

(例) 動画をみてもらうことで態度変容を促したい



### LP遷移

(例) LPでの情報伝達により態度変容を促したい



### その他

---

## STEP 2: 予算をシミュレーションする

- ✔ LINE広告を利用する際、入札方法を手動、自動のどちらに設定する際も**クリック単価**や**CPA**、**1日の予算**などを意識した入札設定が大切です。次ページからのシートでシミュレーションしてみましょう。

クリック  
単価



広告が1回クリック  
されるのにかかる費用

CPA



ユーザーを獲得する  
(コンバージョン)  
のにかかる費用

1日の  
予算



全体の予算から  
1日かけられる予算

## STEP 2: 予算をシミュレーションする - クリック単価

### ✔ クリックをもとにシミュレーションしましょう。

※予算は「1日の予算」です。広告の実施期間を踏まえて、施策全体の予算感も意識してみましょう。



広告予算が決まっている場合はこちらから！

$$\begin{array}{|c|} \hline \text{1日の予算} \\ \hline \\ \hline \text{円} \\ \hline \end{array} \div \begin{array}{|c|} \hline \text{1日に獲得したい} \\ \text{クリック数} \\ \hline \\ \hline \\ \hline \end{array} = \begin{array}{|c|} \hline \text{目標クリック単価} \\ \hline \\ \hline \\ \hline \text{円} \\ \hline \end{array}$$



広告予算が決まっている場合はこちらから！

$$\begin{array}{|c|} \hline \text{目標CPC} \\ \hline \\ \hline \text{円} \\ \hline \end{array} \times \begin{array}{|c|} \hline \text{1日に獲得したい} \\ \text{クリック数} \\ \hline \\ \hline \\ \hline \end{array} = \begin{array}{|c|} \hline \text{1日の予算} \\ \hline \\ \hline \\ \hline \text{円} \\ \hline \end{array}$$

#### ポイント

初めての出稿の際は  
目標CPCに対して2倍  
以上の単価を目安に設  
定して、そこから徐々  
に目標CPCに近づける  
ことがおすすめです！

## STEP 2: 予算をシミュレーションする - コンバージョン

### ✓ コンバージョンをもとにシミュレーションしましょう。

※予算は「1日の予算」です。広告の実施期間を踏まえて、施策全体の予算感も意識してみましょう。



広告予算が決まっている場合はこちらから！

$$\begin{array}{|c|} \hline \text{1日の予算} \\ \hline \\ \hline \text{円} \\ \hline \end{array} \div \begin{array}{|c|} \hline \text{獲得したい} \\ \text{コンバージョン数} \\ \hline \\ \hline \\ \hline \end{array} = \begin{array}{|c|} \hline \text{目標CPA} \\ \hline \\ \hline \\ \hline \text{円} \\ \hline \end{array}$$



広告予算が決まっている場合はこちらから！

$$\begin{array}{|c|} \hline \text{目標CPA} \\ \hline \\ \hline \\ \hline \text{円} \\ \hline \end{array} \times \begin{array}{|c|} \hline \text{獲得したい} \\ \text{コンバージョン数} \\ \hline \\ \hline \\ \hline \end{array} = \begin{array}{|c|} \hline \text{1日の予算} \\ \hline \\ \hline \\ \hline \text{円} \\ \hline \end{array}$$

#### ポイント

初めての出稿の際は  
目標CPAに対して2倍  
以上を目安に設定して、  
そこから徐々に目標  
CPAに近づけることが  
おすすめです！

# Appendix: 運用型広告に関する語句解説 - 1 -

✔ 運用型広告を利用する上でおさえておきたい用語をまとめました。

インプレッション	広告がユーザーに閲覧され、その広告が画面上で表示された回数のこと。
クリック	表示された広告を、ユーザーがクリック（タップ）したこと。
CPC	Cost per Clickの略で、1クリックあたりに費やした「クリック単価」。 広告運用を始める前に目標CPCを算出し、実際のCPC（利用金額÷クリック数）と比較できると良い。
CTR	Click Through Rateの略で、広告の表示回数に対してどの程度クリックされたかの「クリック率」。 CTRは、クリック数÷インプレッション数で算出できる。
コンバージョン	CVと表記されることが多い、広告をクリックしたユーザーがWeb上で起こすアクション。 商品購入、資料のダウンロード、問い合わせ、会員登録、アプリのインストールなど、広告を配信する目的によってその定義はさまざま。
CPA	Cost Per Actionの略で、1人のユーザーを獲得するために費やした「顧客獲得単価」。 広告運用を始める前に目標CPAを下記のように算出し、実際のCPA（利用金額÷コンバージョン数）と比較できると良い。



# Appendix: 運用型広告に関する語句解説 - 2 -

✔ 運用型広告を利用する上でおさえておきたい用語をまとめました。

アカウント構造	広告がどのように構成されているかを示したもの。 LINE広告は、グループ、広告アカウント、メディア（アプリ、画像、動画）、キャンペーン、広告グループから成り立っており、それぞれ設定する項目が異なる。
タグ	広告の配信効果を分析するために、あらかじめWeb上の任意のページに埋め込むもの。 LINE広告では「LINE Tag」というタグを用いて、コンバージョン数などを計測する。
SDK (Software Development Kit)	Software Development Kitの略で、ソフトウェア開発キットを指す。 アプリ案件ではタグで効果計測ができず、媒体ごとに指定されたSDKを利用することで各アプリのインストール数のほか、継続率やアプリ内でユーザーが取ったアクションなどを確認することができる。
管理画面	広告の運用を行う専用画面。LINE広告では「LINE Ad Manager」という管理画面が提供されており、各種設定のほか、支払いに利用するクレジットカード登録などを行う。