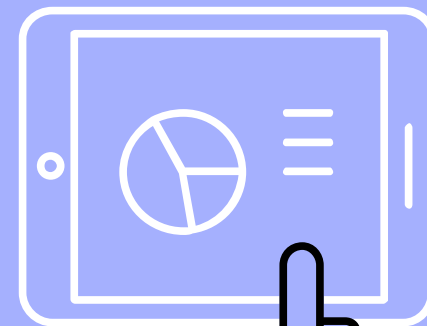
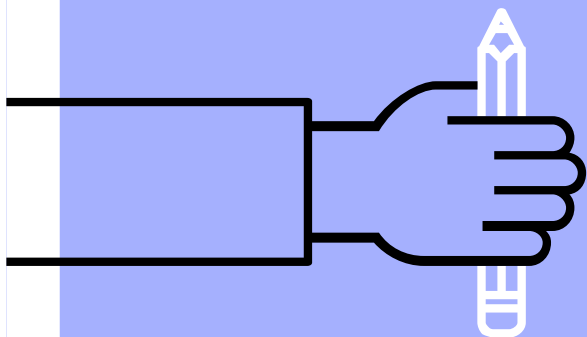
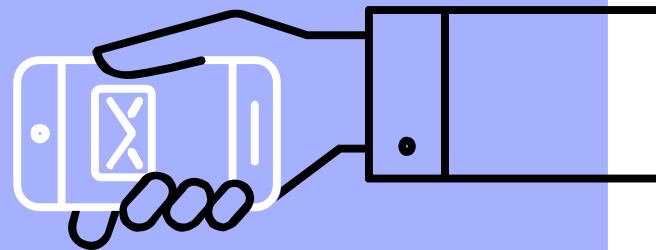
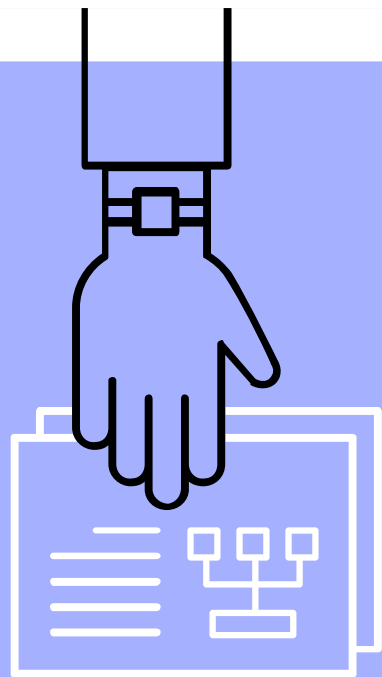
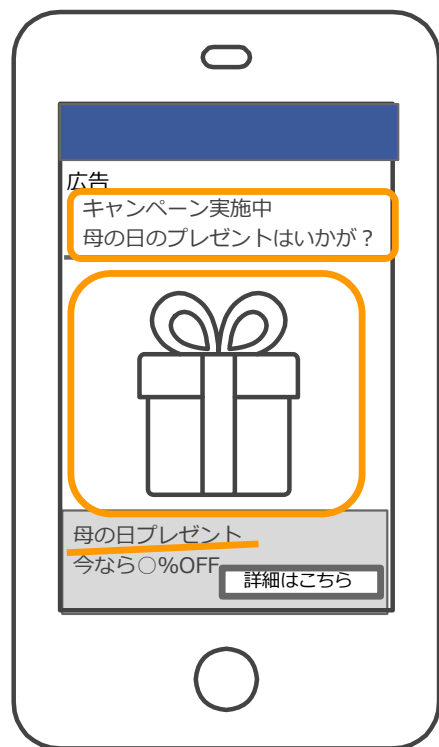


Facebook広告 CVに繋がる クリエイティブ

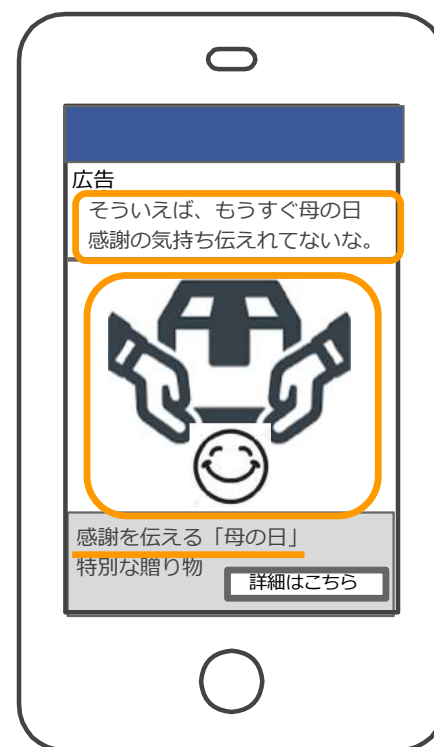


CVに繋がる「**クリエイティブ**」になってますか？

広告A



広告B



どっちがCVに繋がるクリエイティブ？

動画？ 静止画？

アイデンティティ
広告で表示するビジネスのアカウントを選択してください。

Facebookページ
広告にはビジネスのFacebookページが表示されます。 [Facebookページを作成することもできます](#)

👤 ジェイワイヤー ▼

Instagramでの広告掲載
この広告をFacebookとInstagramの両方で同時に掲載して、さらに多くの人にリーチしよう。詳しくはこちら。

📷 Instagramの配置を追加

広告を作成 既存の投稿を使用 モックアップを使用

形式
広告の構造を選択してください。

カルーセル
スクロール可能な2件以上の画像または動画

1件の画像または動画
1件の画像または動画、あるいは複数の画像が含まれる1件のスライドショー

コレクション
モバイルのフルスクリーンで表示できるアイテムグループ

インスタントエクスペリエンスを追加
利用者が広告でアクションを実行したときに開く、モバイルに最適なフルスクリーンのランディングページまたはインタラクティブARエクスペリエンスを作成しましょう。詳しくはこちら

メディア
画像または動画を選択するか、テンプレートを使用して新しい動画またはスライドショーを作成してください。 [画像の要件と動画の要件](#)をご覧になることをおすすめします。

📷 メディアを... ▼ 🎞️ スライドショーを... 🎬 動画を作成



■ 画像広告の素材選び、伸ばし方

ユーザーは同じ広告は飽きる
(Amazonと違う)

クリエイティブの鮮度を保つため活用
「Shutter stock」

https://www.shutterstock.com/?kw=shutter%20stock&gclid=CjwKCAjwnlr1BR_AWEiwA6GpwNez-Mw48skDNW7eFlqNRi2n5TuFv0AHyZP7g0bkMd2nsilm47Sk16xoCJWoQAvD_BwE&gclid=aw.ds



テキスト20%ルールに注意

テキスト20%ルールがあります。

https://www.facebook.com/ads/tools/text_overlay

これは大丈夫？

テキストオーバーレイ
※低でも広告が止まる、
パフォーマンスが良くない

画像を外注する際、
テキストオーバーレイまで
チェックしてもらおう



Facebook 検索

Akira Tashiro ホーム 作成

画像テキストチェック

画像をアップロードすると、広告画像に含まれるテキストの量が測定されます。画像に対するテキストの割合が多すぎると、広告がターゲット層全体にリーチしない可能性があります。

宣伝される製品によっては、例外に該当するものもあります。例外について、詳しくはヘルプセンターをご覧ください。テキストを含む画像の例と詳細なガイドラインをご確認いただけます。

[アップロード](#)

画像内テキスト評価

- 画像内のテキスト: OK
広告は通常どおり掲載されます。
- 画像内のテキスト: 低
広告のリーチがやや少なくなる可能性があります。
- 画像内のテキスト: 中
広告のリーチが大幅に少なくなる可能性があります。
- 画像内のテキスト: 高
広告は掲載されません。

よくある質問

画像に含まれるテキストが多すぎるとはどういう意味ですか。

広告の画像に含まれるテキストには、写真やイラストに重ねられるテキスト、テキストベースのロゴ、広告の画像に使われるウォーターマークが含まれます。また動画のサムネイル画像や、宣伝するページのカバー写真やプロフィール写真に使われる画像のサムネイル画像内のテキストも含まれます。

広告の画像にはどれくらいの量のテキストを使えますか。

広告の画像にはテキストを含めないようにするか、含めるにしても少なくすることをおすすめします。テキスト量の多い画像は、Facebookの利用者にわずらわしいと思われる可能性があります。

テキスト量を減らすにはどうすればよいですか。

広告の画像にではなく、テキストボックスにテキストを入れるよう検討してください。どうしてもそのテキストが必要な場合は、小さなフォントを使って短めの言葉にし、画像に対するテキストの割合を減らすようにしましょう。画像内のテキストを減らしたら、ご確認ください。



■ 動画広告について

種類	静止画	動画
コンバージョン目的	<ul style="list-style-type: none">・トラフィック・コンバージョン	最初の目的「動画再生数アップ」 ➡コンバージョン
リタゲ基準	ビジターの上位 (5,10,25%)	動画を〇%視聴 (25,50,75,90%)
注意点	<ul style="list-style-type: none">・テキスト、見出しの出方・画像	静止画の注意点+ <ul style="list-style-type: none">・3秒で心を掴む（自分ごと）・字幕をつける（70%は移動中）・ベネフィットを訴求する・最後にアクション

リンクの確認！

The image shows the Facebook ad creation interface. On the left, the 'テキストとリンク' (Text and Link) section is visible, with three text boxes for 'メインテキスト' (Main Text), '見出し(任意)' (Headline), and '説明(任意)' (Description), each with a 1/5 character count. Below these is the 'リンク先' (Link Destination) section, where 'ウェブサイトのURL' (Website URL) is selected and the URL 'http://www.example.com/page' is entered in a field. A red warning icon is present next to the URL field. On the right, the 'モバイルニュースフィード' (Mobile News Feed) preview shows the ad as it would appear on a mobile device. The ad includes the advertiser name 'ジェイワイヤー 広告' (Jaywayer Ad), the text 'テスト' (Test), a target image, and the URL 'DISPLAYURL.COM テスト' with a '詳しくはこちら' (Learn more) button.

- ▶ メインテキスト：
125文字以内 ※必須
- ▶ 見出し：25文字以内
(一部表示では非表示) ※任意
- ▶ 説明：30文字以内
(一部表示では非表示) ※任意

■ 広告文は短く・読みやすく

SNSは長く読みにくい投稿は好まれない
広告であればなおさら。

(FBはSNS : ユーザー間のコミュニケーションを最も重視)

ユーザーが不快に感じる
➡ 広告の表示が抑制され、
割高で広告を配信することに

最初は出来る限り短い文章で伝える

読みやすさ ➡ 文章の中にもタイトルをつける
例【〇〇を解決する、オススメの方法】

友達の投稿➡長くても読む
(興味があるから)
広告➡長いと読まない
(あんた誰?)





次を見たくなる「**クリエイティブ**」になってますか？

広告 → 画像 → 文章 → 見出し → クリック

