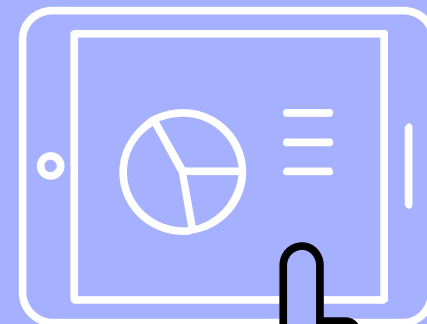
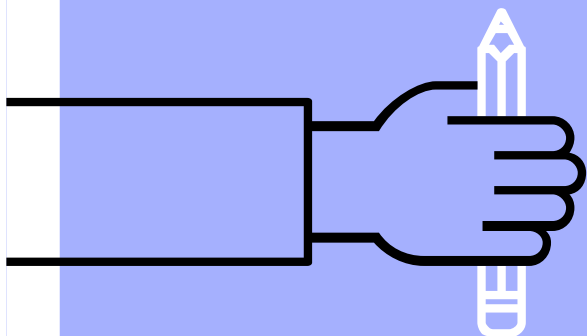
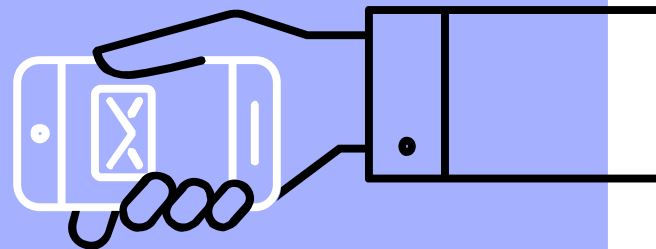
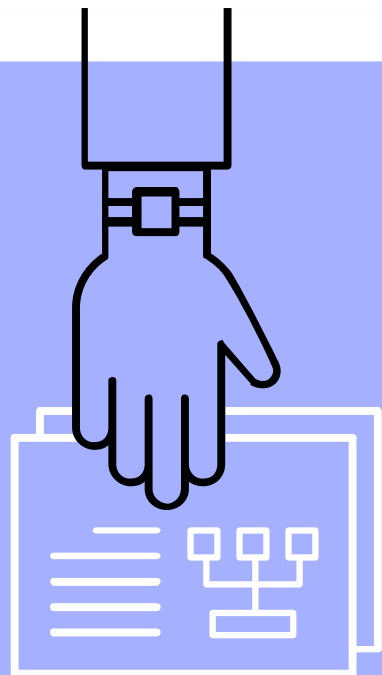


Facebook広告 インスタと配信を 分ける理由



■ FB、インスタでは見え方が違う

FB広告とインスタ広告。

最初はこの2つに絞って配信

※もしかしたらCPAの高い広告配信先
(つまり広告コストが高い場所) に偏るかも

インスタは**見出しがない**

テキストだけで内容を伝える

FB広告は実は配信先が4つあります。

- ・ Facebook 広告
- ・ インスタグラム広告
- ・ オーディエンスネットワーク
- ・ Facebookメッセージ



広告を出す場所

配置

適切な場所で適切なターゲット層に広告を配信できます。

自動配置(推奨)
自動配置を使用して予算を最大化し、より多くの人広告を表示することができます。Facebookの配信システムが最もパフォーマンスが高くなる可能性が高い配置を予測し、

手動配置
広告を表示する場所を手動で選択します。選択する配置の数が多いほど、ターゲットオーディエンスにリーチしてビジネスの目的を達成する可能性が高くなります。
[詳しくはこちら](#)

すべてのデバイス

プラットフォーム

Facebook Instagram
 Audience Network Messenger

配信

▼ フィード
フィードに広告を掲載して表示を増やすことで、ビジネスをアピールできます

- Facebookニュースフィード
- Instagramフィード
- Facebook Marketplace
- Facebook動画フィード
- Facebook右側広告枠
- Instagram発見タブ
- Messenger受信箱

▼ ストーリーズ
没入感あふれる縦型のフルスクリーン広告で、色彩豊かなビジュアルストーリーを伝えることができます

- Facebookストーリーズ
- Instagramストーリーズ

オーディエンスサイズ



オーディエンス設定が少々広すぎます。

潜在リーチ: 36,000人¹

1日の推定結果

7-dayクリック、1-dayビューコンバージョンウィンドウを使用

リーチ¹
488~1.4K

コンバージョン¹
< 10

推定値は、過去のキャンペーンデータ、入力された予算、マーケットデータなどの要素に基づいています。この数値は、あくまで指定された予算でのパフォーマンスの大まかな推定値で、結果を保証するものではありません。
これらの推定は役に立ちましたか？



フィード
正方形(1:1)の画像と縦型(4:5)の動画がおすすめです。

Facebook インスタ 表示が違う

■ FB、インスタのイメージ

イメージ

Facebook : 30~50代の男性

➡実は年齢・性別ともにまんべんなく、
幅広い層が利用している
人脈づくりのビジネス目的も多く、
BtoCだけじゃなく、BtoBも相性が良い

イメージ

インスタ : 10~20代の女性

➡実際そうだが、最近は10~20代の男性、
40~50代の男女も増えている。最近では
40代以上も有効なアプローチ