

WEBマーケティング サービスご紹介資料



WiUS

1.会社概要

会社概要

Vision・Mission

事業ポートフォリオ

マーケティングご支援における弊社の強み

2.デジタル広告の重要性

デジタル広告の市場

デジタル広告の特徴

多様なメディアでユーザーとの接点を持つ重要性

3.デジタルマーケティング事業

2つの支援体制について

取り扱い媒体

各領域でアプローチするターゲット層

各領域での運用の強み

広告運用をより強固にする支援体制

SNS公式アカウント運用について

ご支援実績

ご料金プラン

4.チャットボット事業

チャットボットとは

チャットボットの活用方法①

チャットボットの活用方法②

チャットボットの強み

具体的なアプローチの流れ

ステップ配信の特徴

LP遷移との比較

配信イメージ

ご料金プラン

会社概要

- 会社名 株式会社WiUs
- 設立 2020年9月16日
- 代表取締役 三木 謙斗
- 事業内容 デジタルマーケティング事業、チャットボット事業
- 所在地 東京都渋谷区渋谷
- 従業員数 10名(業務委託含む)
- 会社URL <https://wius.co.jp/>

Our Vision

マーケティングの力で、
世の中に価値を見出す。

Find value in the world with the power of marketing.

Mission / 経営理念

代表メッセージ

当社は「マーケティング」の力で、お客様の期待を超える確かな「価値」を見出せるよう企業活動に取り組んでおります。

近年「マーケティング」という言葉を謳う企業は多いですが、「マーケティング」、とりわけ「デジタルマーケティング」の世界では、

企業の事業フェーズや規模、また売り出したい商品のターゲットや認知度・ KGIによって取りうる戦略や戦術は何通りにも設計することが可能です。

そのため、私達は数ある広告代理店の中から広告主の皆様にお任せいただけるよう、企業の事業戦略や課題を細かにヒアリングした上で、

最適なプロフェッショナル人材をアサインし、その高い専門性と技術を活かして「結果」にコミットすることをお約束いたします。

「マーケティング」の可能性を誰よりも信じる当社だからこそ見出せる「価値」があると確信しております。

これからもその持続的成長のために、一人ひとりがマーケターとしてのプロフェッショナルリティを大切にし、日々精進して参ります。

代表取締役社長 三木 謙斗

事業ポートフォリオ



マーケティングご支援における弊社の強み

SMB・ベンチャー企業に 特化した支援体制

SMB企業・ベンチャー企業ならではの
マーケティング課題やリソース不足、
高いITリテラシー人材の欠如などを
補う支援が可能。

幅広い取り扱い媒体

各分野でスペシャリストを抱えているため、
特定のメディアに固執することなく
多様な選択肢の中から最適なご提案が可能。

新規ユーザーの集客から 顧客ロイヤリティ向上まで 一気通貫で対応

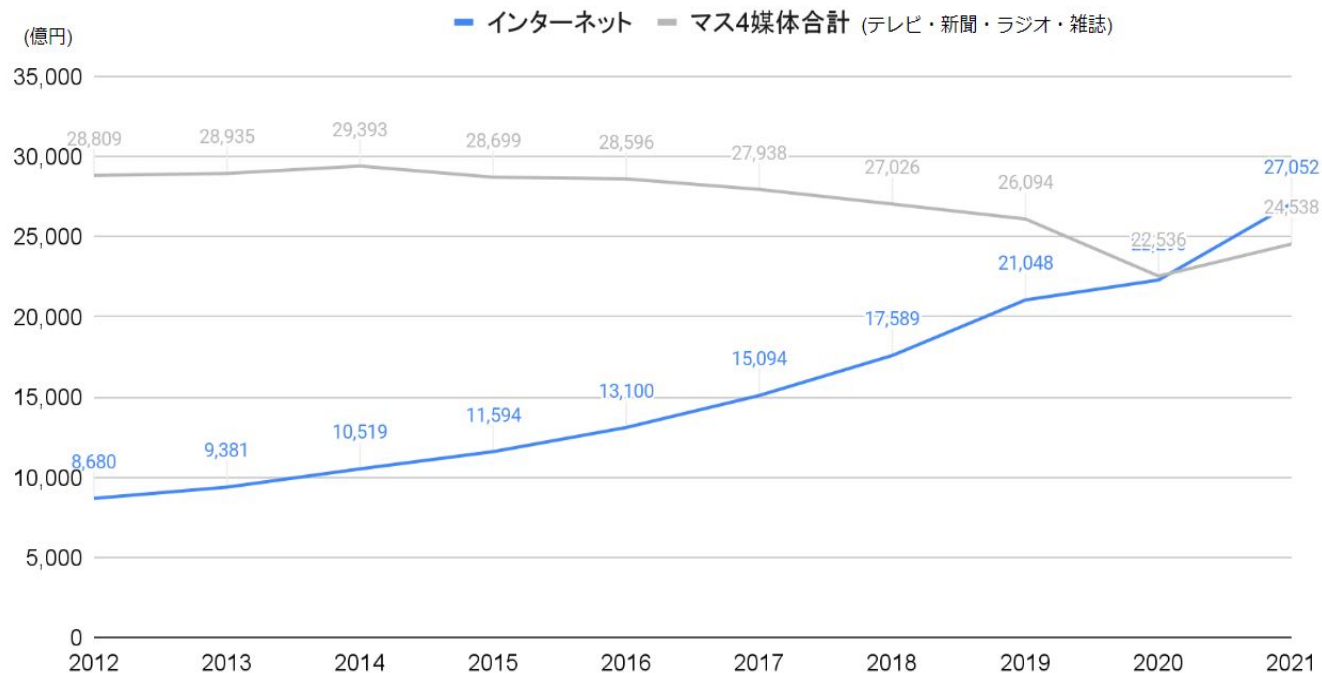
LP未訪問の新規ユーザーの集客と、
LP流入後のチャットボット活用を実施し、
よりユーザーに寄り添ったクリエイティブや
LPの提案を実施することが可能。

デジタル広告の重要性

デジタル広告の市場規模

デジタル広告の総広告費は2021年に4マスの出稿額を抜き、**2.7兆円まで増加**。

Covid-19をきっかけに、これまでデジタル広告を積極的に活用していなかった中小企業での活用が増加した。



デジタル広告の特徴



KPIに適した細かいセグメンテーション

ユーザー属性やオンラインでの行動履歴・行動パターンを基にターゲットとしたいユーザーを細かく絞り込んで配信することができるため、少ない広告予算でも高い投資対効果を実現できる。



広告効果の可視化

どのクリエイティブがどの属性のユーザーからのクリック率が高いか、CVIに繋がっているか等の細かいセグメントごとの広告効果を分析可能。直接的な広告効果の可視化だけでなく、ユーザー×クリエイティブ別の反応分析によりこれまで見ていなかったビジネスインサイトの検証等も可能。



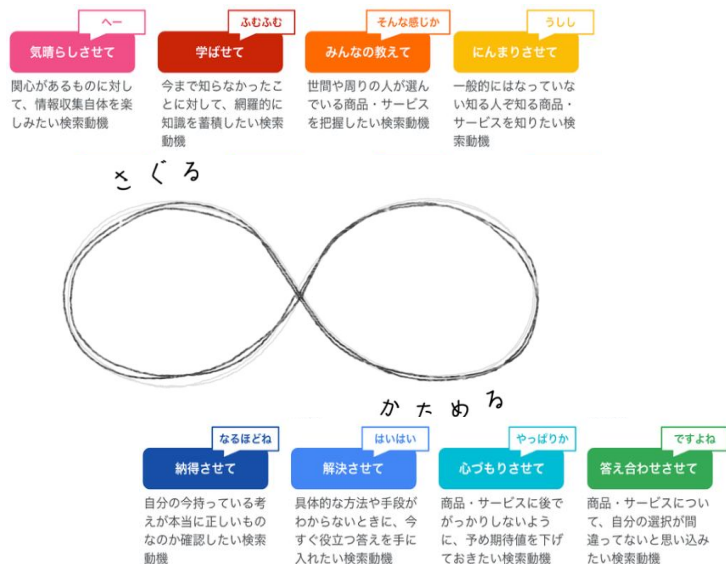
予算規模の柔軟性

細かいセグメンテーションが可能のため、最も購買確立が高いユーザー層に絞った少額のPOC配信が可能。運用改善を行い、購買単価・収益率を担保した状態で徐々に拡大していくことで、リスクを最小限に抑えた広告出稿ができる点が、4マス媒体と比較した際の大きなメリットとなる。

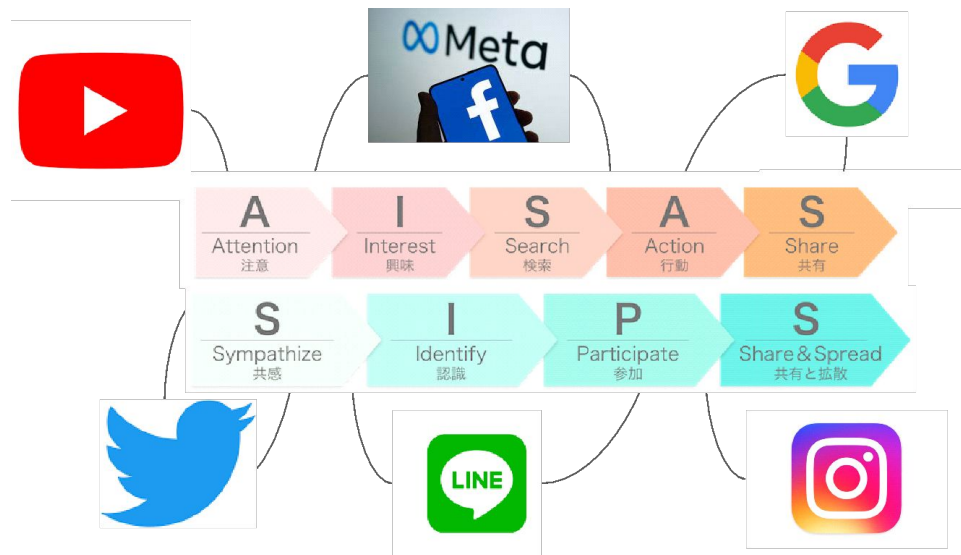
多様なメディアでユーザーとの接点を持つ重要性

近年、消費者は様々なSNS媒体、Webサイト、検索サイトを横断しながら様々な情報に触れるようになっており、消費者がそれぞれの媒体に求める価値や特性を理解した上で、適切な接点として組み込んでいく設計が必要不可欠

Googleの提唱する「パタフライサーキット」



消費者行動における各SNSの利用シーン



☞ 消費者は「さぐる」・「かためる」を行き来して様々な情報を探索する

デジタルマーケティング事業

取り扱い媒体

豊富な媒体運用ナレッジ・最新の施策実績を基に戦略をご提案



各領域でアプローチするターゲット層

ユーザーフェーズ・目的に合ったメディア選定を行うことで、ビジネスの拡大に繋げることが可能

潜在層

SNS公式アカウント系

Video媒体系領域

公式LINE、公式Instagram、Facebook、Tiktok、Youtube..

目的: 潜在層に対する認知拡大・ニーズの顕在化を目指す

準顕在層

SEM領域

検索広告・ディスプレイ広告(リターゲティング)

※一部SNSも含む

顕在層

目的: 認知施策でニーズが健在化したユーザーへの購買促進



各領域での運用の強み

最新の媒体推奨設計、運用手法を基に、目的に沿った運用設計の構築が可能

分類	アプローチ方法(実績あり)
 SEM領域	PMAx,MUGEN,DDA,DSA,RSA,SDC,PLA,AC,ASA..
 SNS	CAPI,Web site custom audience,Custom CV,LAL..
 Video	Trueview for action/reach,Lead form,short video..
 計測	基本設計,アトリビューション, Firebase..

アプローチ方法で3つ以上分からない単語があればお気軽にご相談ください！

広告運用をより強固にする組織体制

事業戦略・フェーズに合わせた 課題提起と戦略提案

クライアント様が本質的に求める価値を提供
するため、ご提案前のヒアリングを重視。

目的とする成果や事業フェーズに
沿った戦略策定・ご提案が可能

クロスメディアのサービス体制

幅広い広告媒体の運用実績を基に、
最適な媒体・運用手法での配信を実施。
複数メディアでの適切なタッチポイントを創出

Chat botを用いた顧客との 1to1コミュニケーション

ユーザーとのコミュニケーションをチャットボット
で最適化し、さらなるビジネスの拡大を模索。
広告効果の改善だけでなく、訪問ユーザーの優良
顧客化までを支援し、大幅なビジネス拡大に貢献

公式アカウント(SNS)の運用

各媒体の特性を活かし、潜在層へのアプローチ・ファン化を促進



ご提案可能な施策例

- フォロワー数増加・エンゲージメント率改善のための戦略立案
- LPや公式サイト、LINEアカウントへの誘導数拡大 (Instagram)
- アカウントの方向性・ブランディングの戦略立案
- 投稿内容の企画・制作から配信までの立案/実行 (TikTok)
- 動画をバスらせることで(フォロワー)を獲得/育成
- ショートムービーによる情緒価値・機能価値を訴求

ご支援実績：金融・保険業界

KPIの見直しと多様な広告施策の実施により、**前年比約6.5倍の問い合わせ獲得に成功**

マーケティング課題

- 成果地点：保険無料相談予約
- KPI：CPA 30,000円
- ご予算規模：月200~500万円
- マーケティングにおける課題
 - ↳ 広告費用対効果が高い(適切なKPIが定まっていない)
 - ↳ 適正な媒体選定ができているのかが分からない
 - ↳ 集客ユーザーの質が低い

具体的なご提案事項

□ 適切なKPIの設定

Web上の成果地点から奥の転換率やその後の契約率を加味した上で、広告費用対効果として許容できる獲得単価はいくらなのかを算出しご提案。

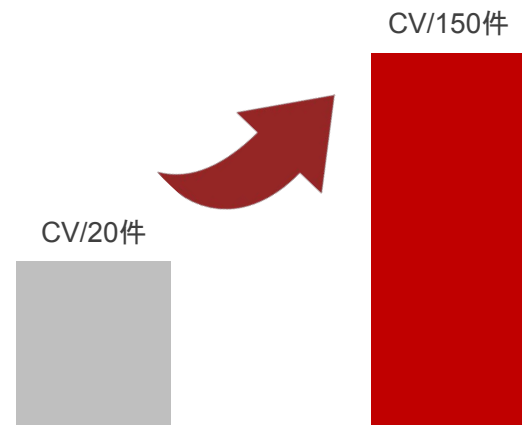
□ 改善施策のご提案

リスティング広告中心の配信からSNSや動画、リタゲ広告の配信を追加。リスティング広告でもアカウント構成の再構築やキーワードの見直し除外、DSAやRSAの活用をご提案。

□ チャットボットの活用による離脱ユーザー補完とユーザー接点の構築

LP離脱ユーザーに対してチャットボットを通じて具体的なお悩みやニーズをヒアリング。顧客との定期的な接点を創出することができ、広告予算を増やすことなくCVの積み上げが図れた。

問い合わせ(CV)件数
+650%増加



弊社ご支援前との比較

CPA：70,000円 → **30,000円 (57%改善)**

CV数：月20件程度 → **月150件 (650%増加)**

ご支援実績: 人材(業態／転職エージェント)

月ごとやユーザーファネルごとの広告予算配分の見直しにより、**支援前から約2.5倍の会員獲得に成功**

マーケティング課題

- 成果地点: 無料会員登録
- KPI: CPA 50,000円
- ご予算規模: 月200~300万円
- マーケティングにおける課題
 - ↳ サービス認知度が低い^{ため競合とのオークションに勝てない}
 - ↳ 広告予算が限られている・適切な年間予算配分が分からない
 - ↳ サービス展開地域が限られている

具体的なご提案事項

□ ユーザーファネルごとの媒体選定

サービス認知向上〜顕在層の刈り取りまで、各ファネルごとの適正媒体CPIをご提案。

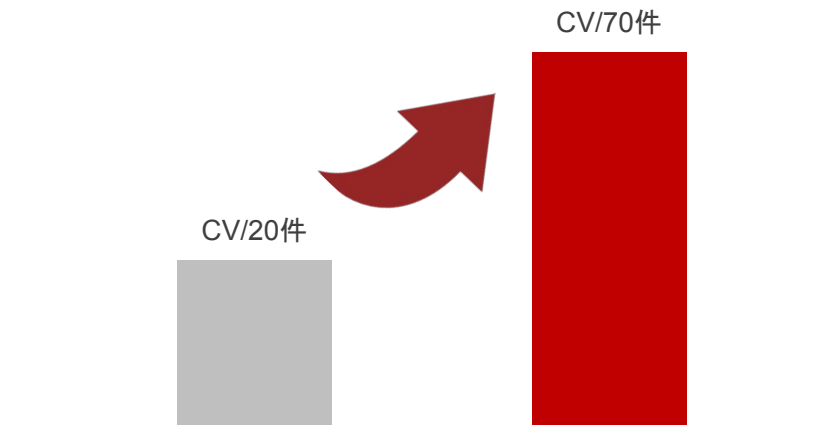
□ 年間シミュレーションのご提案

業界全体の月ごとの予算のかけ方や繁忙期、競合要因の影響を分析した上で、年間のシミュレーションをご提案。

□ LPの改善

ユーザーがどこで離脱しているかや、どこを重視しているか、コンテンツや訴求に不足や見直すべき点がないかを分析し改善をご提案。

会員登録(CV)件数
+250%増加



弊社ご支援前との比較

CPA: 70,000円 → **40,000円 (43%改善)**
CV数: 月20件程度 → **月70件程度 (250%増加)**

ご支援実績:家電EC

アカウント診断書の作成とそれに伴う各種運用施策の実施により、**支援前から200%以上の売上増加に成功**

マーケティング課題

- 成果地点:購入完了
- KPI:CPA 10,000円
- ご予算規模:月1,000~2,000万円
- マーケティングにおける課題
 - ↳ 広告費用対効果を改善させたい
 - ↳ 取り扱い媒体を拡大して売上を上げたい

具体的なご提案事項

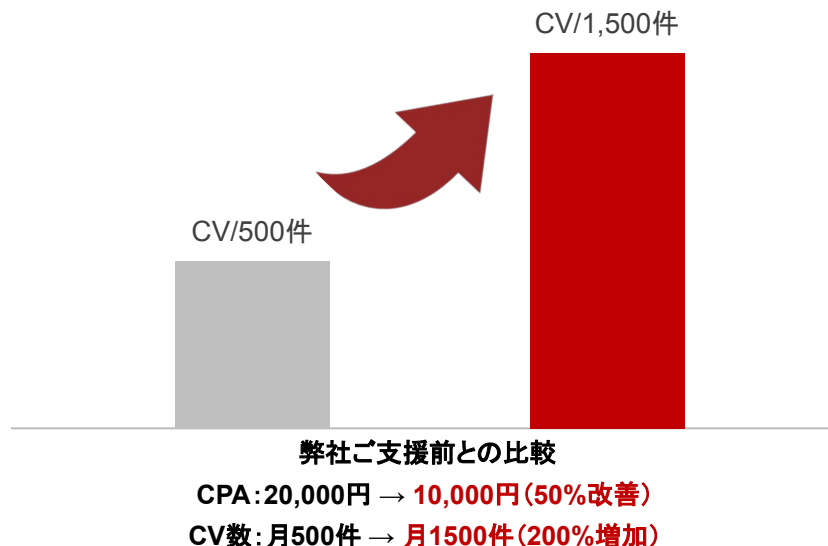
□ 媒体ごとの改善施策の洗い出し

現状のアカウント診断書を作成し各媒体ごとにロードマップを作成。
各媒体ごとに課題を洗い出し、改善インパクトを具体的なシミュレーションにてご提案。

□ 新規広告媒体のご提案

商材特性やターゲットユーザーを分析した上で、新規媒体をご提案。
売上を上げるためには認知施策や公式アカウント活用の重要性をお伝えした上で、
ユーザーファネルに応じた適正媒体&PIをご提案し実施。

購入(CV)件数
+200%増加



二つの支援体制

貴社のビジネス課題やリソース・ご要望に応じたフレキシブルな支援が可能

与件定義の知見・リソースがある

広告代理店型のご支援



事業課題

KPI設計

計測環境構築

RFP

ヒアリング

広告KPI設計

配信準備

運用調整

貴社からの与件定義を受け、ビジネス拡大のための
広告配信設計からレポート・分析まで一貫して対応

与件定義の知見・リソースの準備が難しい

コンサルティング型のご支援



事業課題

KPI設計

長期ビジョン

サービス理解

ヒアリング

広告KPI設計

配信準備

運用調整

前提の与件定義や、他代理店との折衝等
設計・コミュニケーション部分まで包括して対応

ご料金プラン

ご支援体系	料金モデル	詳細
代理店事業	マージン	・原則広告配信費用の 20%でサポート ・マージンは広告予算の規模に応じて応相談
コンサルティング事業	フィー	・ご対応内容に応じて月額固定の費用でサポート
公式SNS運用事業	応相談	・企画、制作内容により費用をご相談

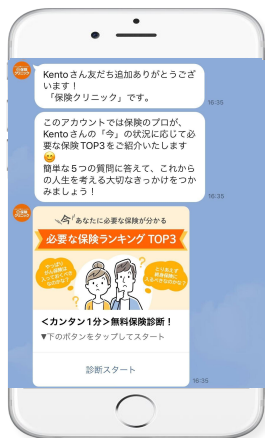
☞まずは一度お気軽にお問合せください

チャットボット事業

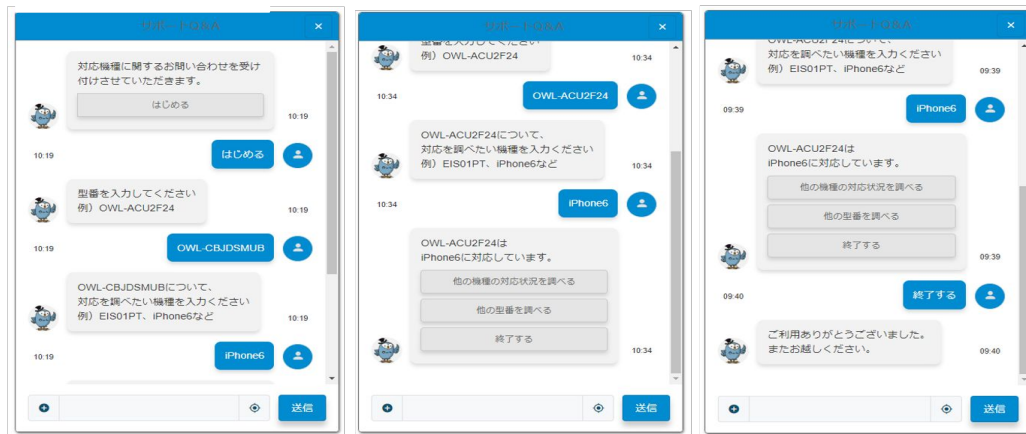
チャットボットとは

「チャットボット」とは、自動的に会話を行うプログラム。

接客画面イメージ



コミュニケーション内容

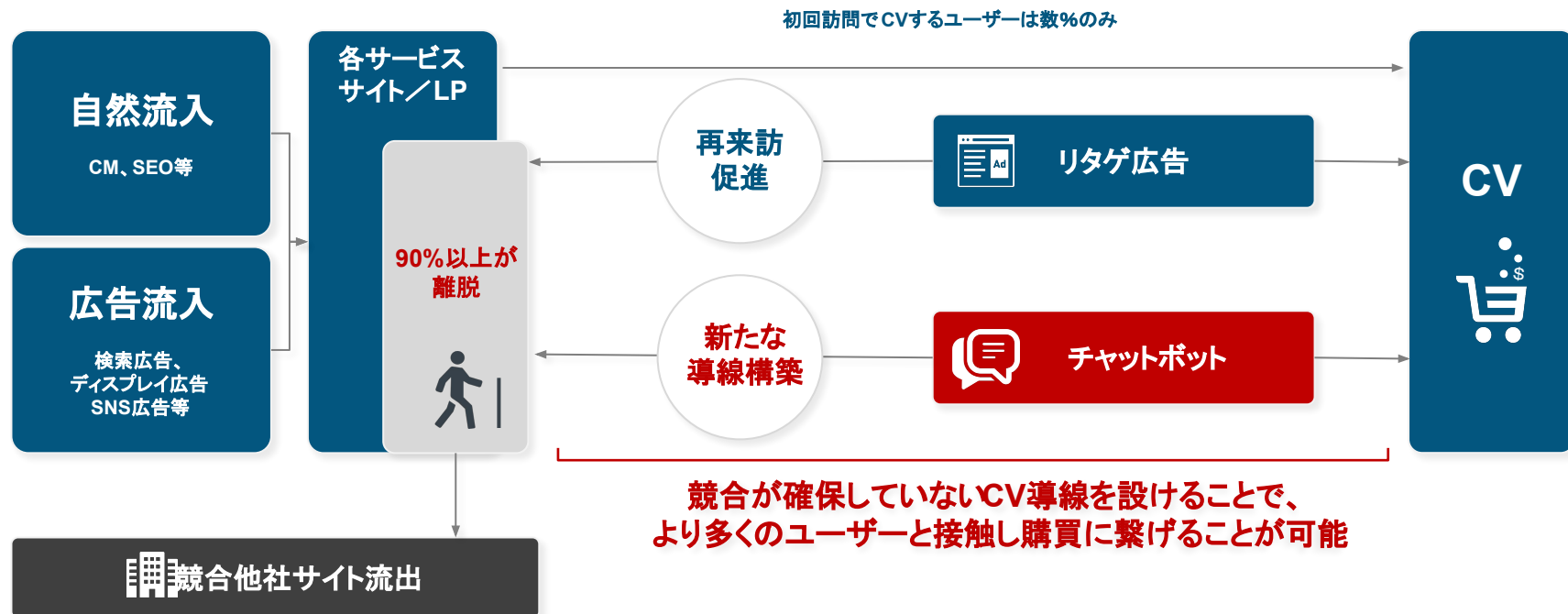


LINEチャットボットでの接客体験を通して、

ユーザーの購買行動や意思決定を後押し

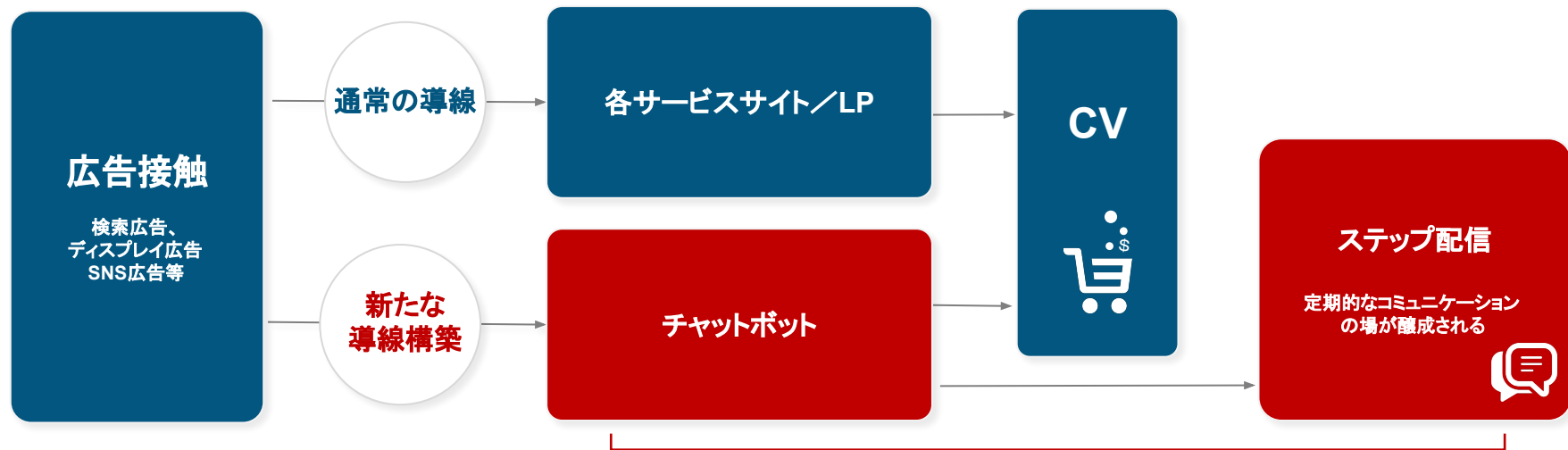
チャットボットの活用方法①:LP離脱施策

サイト訪問ユーザーの内、**90%以上は離脱**し、他社サイトへと流入することが推測される。
サイト来訪済みの顕在層に対して、広告と並行してチャットボットへの流入を施し、購買に繋げる。



チャットボットの活用方法②: 広告遷移

広告の遷移先としてLPと並行してチャットボットへの流入を施すことで、商材によっては LPよりも高いCVRが見込める。顧客ロイヤリティの向上にも寄与。



検討期間が長い商材など即座に購買には繋がらないケース
においては、LPよりも高いCVRが見込める。

チャットボットの強み



Cookie制限(リタゲ)の補完施策となる

プライバシー保護への意識の高まりで、Cookieの使用制限が段階的に行われているため、近年リターゲティング広告の手法は減少している。
それを補完する離脱施策として有効。



広告体験価値の向上

ユーザーとのコミュニケーションを通じた接客となるため、個々にパーソナライズされた広告(シナリオ)を届けることが可能になり、一回あたりの広告体験価値の向上が見込める。



顧客ロイヤリティ向上

ユーザー一人ひとりのお悩みやニーズをヒアリングした上での“接客”となるため、納得感を持った状態でCVに至る。
そのため、通常の広告と比較して優良顧客となる可能性が高い。

具体的なアプローチの流れ

一度LPを訪問した顕在層に対して、“会話”を通しておすすめの商品やサービスの提案をしたり、
離脱した理由(不安や悩み)を払拭することで **ユーザーの意思決定の後押しをする**。



高い成果を実現するためのポイント①: 初期会話の設計力

ユーザーのLP離脱要因を分析し、商品やサービスを再検討してもらいやすいシナリオを設計。
再検討・購買までのシナリオに沿った、カスタムメイドなコミュニケーションを実行する。



高い成果を実現するためのポイント②:ステップ配信の設計力

初期会話のデータを分析し、それぞれの **ユーザーニーズ**や**お悩みに合わせたコンテンツ**を**配信**することで、**疎まれにくいコミュニケーションが可能となり、顧客ロイヤリティの向上に繋がる。**



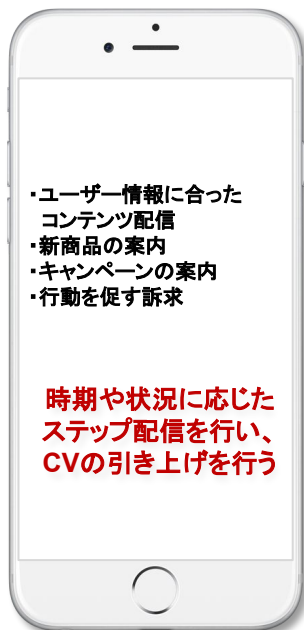
ステップ配信の特徴

流入の後日定期的にステップ配信をすることで、**CV数の引き上げに寄与**。
ステップ配信は、流入日を起点に自動で設定することも可能。

通知



内容確認



チャットボット活用による引き上げ効果

- **CV全体の約50%がステップ配信からの引き上げ**
- 友だち追加から一定期間(一ヶ月や一年)が過ぎても、コンテンツ内容やニーズの顕在化により、CVが発生する
- 回答情報に合わせたシナリオ配信が可能。
※ユーザーのニーズや属性データなど

LP遷移とチャットボットの比較

	LP遷移	チャットボット
離脱率	一方通行での情報収集となるため 離脱率が高い	<u>対話型</u> での情報収集となり、 必要な情報だけを提供できるため <u>離脱率が低い</u>
離脱ユーザーとの接触	リタゲ広告で一部ユーザーと接触可能	<u>必要なときに</u> LINEで コミュニケーションが可能 ※ユーザータグに応じたコミュニケーションが可能
検討期間が長い商材	一度の広告でCVに至りにくい ※フリークエンシーが重要	定期的な接点を作るため、 <u>ユーザーニーズの強いタイミング</u> での CV獲得が可能
商品の種類やサービス ・プランが多い商材	意思決定に時間がかかる、または 自分に合った商品が分からず再離脱	<u>一人ひとりに合った商品提案が可能</u> LPよりもCVRが高い
顧客ロイヤリティ	ニーズが浅いユーザーも CVしているため、優良顧客が少ない	“接客”を通して <u>納得感</u> を持った状態で CVに至るため <u>優良顧客が多い</u>

会話設計のイメージ:コスメのクライアント様



テーマ	スキンケア診断
設問①	今一番気になるお肌のお悩みはなんですか？
選択肢	うるおい不足 くすみ ハリ不足 シミ
設問②	〇〇さんの肌質を教えてください
選択肢	乾燥肌 敏感肌 普通肌 オイリー肌
設問③	〇〇さんが目指したいお肌は次のうちどれですか？
選択肢	うるおい肌 透明感のある肌 ハリ・ツヤ肌
⋮	
⋮	
⋮	〇〇さんにおすすめの商品はこちらです

一人ひとりの回答に合わせて、最後に「おすすめの商品」を提案する

ご料金プラン

活用体系	料金モデル	詳細
LP離脱施策	成果報酬	・成果報酬型でCVが発生しなければ費用の発生はなしで支援 ※LP訪問数/サイトPV数の下限あり
LP離脱施策	月額固定	・ご対応内容に応じて月額固定の費用でサポート
広告遷移	マージン	・原則広告配信費用の20%でサポート ・マージンは広告予算の規模に応じて応相談

☞まず一度お気軽にお問合せください

※初期チャットボットの作成費用(料金は設計内容に応じて要相談)は別途発生する場合がございます
※LINEアカウント月額費用・ツール利用費用は別途発生いたします
※成果報酬型の場合の成果単価は導入前に個別にお見積りさせていただきます
※一部対象外となる場合がございます

Thank you.



WiUS