

広告運用サービス ご案内資料

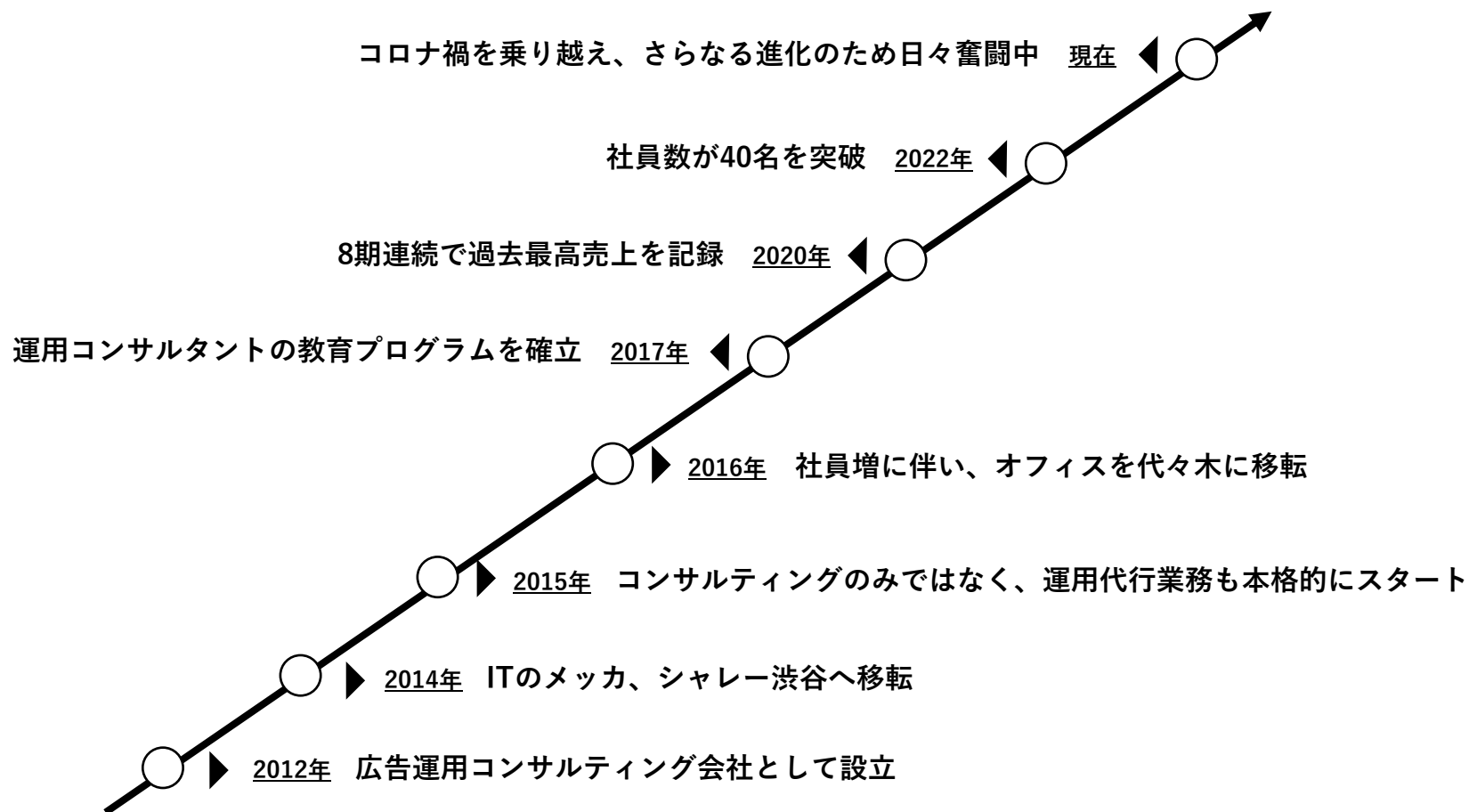
PRIMENUMBERS

プライムナンバーズ株式会社

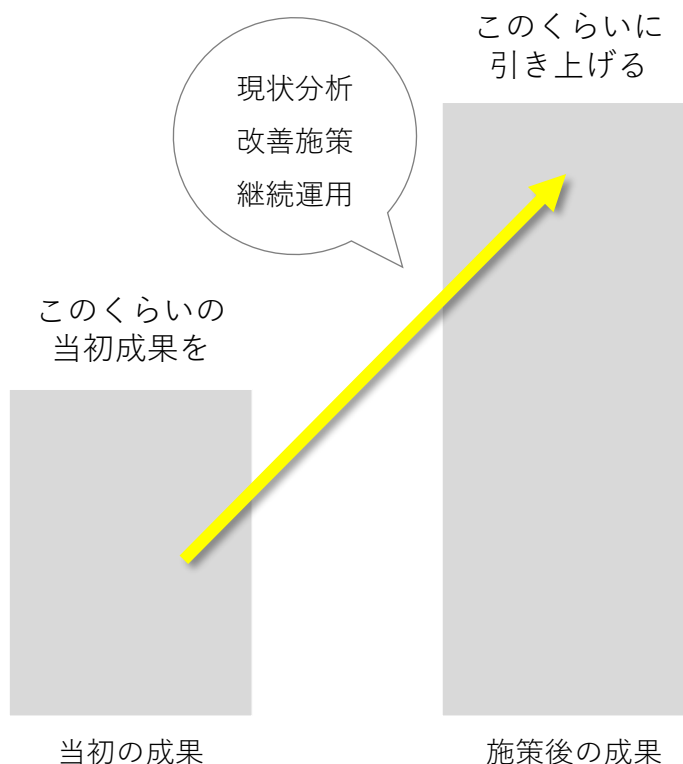
／ Prime Numbers

- 会社名：プライムナンバーズ株式会社 | PRIMENUMBERS
- 所在地：東京都新宿区西新宿6丁目22-1 新宿スクエアタワー7階
- TEL／FAX：03-6276-0567 ／ 03-6276-0548
- 設立年月日：2012年10月3日
- 資本金：500万円
- 従業員数：58名（正社員のみ）

2012年の設立以来、クライアント様の広告成果改善業務を専門に行っております。



“運用型広告の**再生／成果改善**”を得意とする企業です。



運用改善／分析業務にリソースを集中させることで、成果を改善します。

広告の成果を向上するためには、「**広告運用の改善業務にできるだけ多くのリソースを費やす**」ことが重要です。
プライムナンバーズでは**担当者1人あたりが受け持つ案件を減らす**ことで、成果改善にリソースを集中させています。
また、**個々の業績も広告の成果と連動して評価**しています。

我々は単なるリスティング広告の運用会社ではなく、
広告成果を改善・向上させ続けることに特化した企業です。

一つでも当てはまるようでしたら、成果を上げることができます



設定や入稿などの単純ミスが多い



広告主のビジネスに理解がない



成果向上に向けた戦略がない



管理画面を共有してもらえない



新しい担当者がいつも新人



思うように広告成果が上がらない



代理店の担当者がコロコロ変わる



リスティング広告以外の提案がない



代理店から改善提案がない

従業員のうち約8割が広告運用担当者です。

リソースを運用業務に集中させ、成果改善に努めています。

プライムナンバーズの組織体制

広告運用 コンサルティング

- 成果改善に向けた施策立案
- 掲載状況の分析
- 広告主様へのご報告



24名

広告運用 オペレーション

- レポート等各種数値の集計
- 入稿,各種設定作業
- 媒体社との調整



14名

広告運用品質管理

- 運用品質チェックの実施
- 媒体社との折衝
- 人材育成計画の開発,実行

2名

制作・デザイン

- バナークリエイティブ制作
- ランディングページ制作
- WEBサイト制作 他

3名

セールス

- 新規顧客のプランニング

4名

マーケティング

- オウンドメディア運営

2名

経営管理

- コーポレート業務全般

1名

成果改善のために広告主様 1 社あたりに十分なリソースを確保します。
担当者が広告主様と同じ目標を持ち、成果改善に向けて注力します。

プライムナンバーズの運用姿勢

十分なリソースを確保した運用

現在の平均的な
1人当たりの担当状況

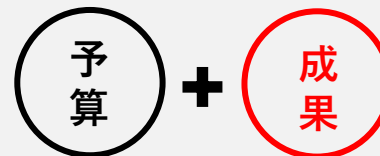
3~4社程度

※少額予算運用の担当者を除く

担当者一人あたりが担当するクライアント数を限定することで、作業時間を十分に確保し、広告運用サービスの品質を向上させる。

広告主様と同じ目標を共有

広告運用コンサルタント
の業績目標 KPI



担当者の業績を「獲得した予算」だけでなく
「顧客と合意した目標の達成度」で評価することで、予算増額ではなく**成果改善**を目標とした運用を行う。

“運用型”にとらわれず、幅広い施策を提案。

手法にとらわれない施策立案

成果改善の見込みのあるデジタル手法であれば、運用型広告にとらわれずご提案します。常に情報収集に努め、最新情報をご案内します。

運用型広告 (Google,Yahoo,FB,TW,Insta,LINE,DSP等)		
SEO	記事LP	常駐人員
アフィリエイト 広告	バナー制作	Wordpress 構築
アクセス 解析	ネイティブ 広告	メール 広告
LPO	EFO	接客 ツール
純広告	動画広告	SNS

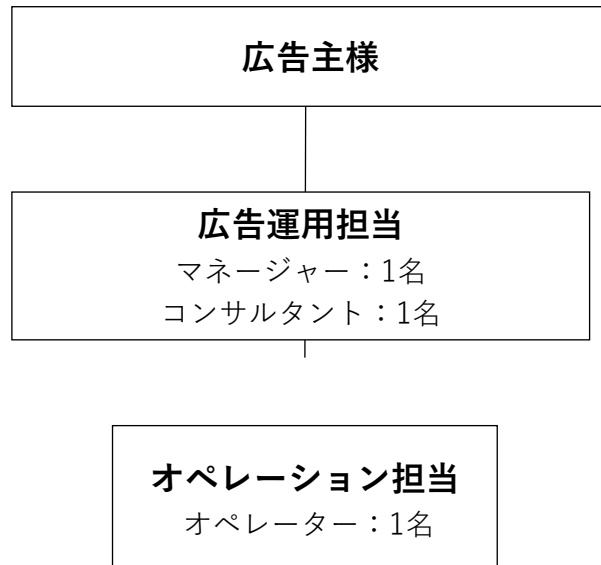
取り扱いメディア抜粋

Yahoo! やGoogleをはじめとしたリスティング広告に限らず、広告主様のビジネス／ターゲットに合わせて幅広いメディアをご提案します。



運用開始後のやり取りや定例会は、営業担当を介さず運用担当者が直接行います。
コンサルタントが窓口となり、マネージャを交えて運用改善の業務を遂行します。

運用体制図



役割

◆マネージャー

- 分析,改善施策立案の監修
- 媒体仕様に則った運用戦略の監修 等

◆コンサルタント

- 全体の戦略策定
- 運用戦略の立案
- 進行管理
- 成果の分析
- 業務フローの設計
- レポートの作成 等

◆オペレーション

- 数値集計業務
- アカウント設定・入稿業務
- 入札の調整
- ターゲット／キーワード等の抽出 等

週次・月次でレポートを提出し、月次定例会を実施

週次のご報告

週締めの成果状況をエクセルにまとめたレポートを集計し、
成果状況や施策の進捗状況を毎週ご報告します。

2016年度 新生徒募集レポート

1. 予算対比

予算対比	実績	比率
予算対比	実績	比率

2. 広告掲載状況

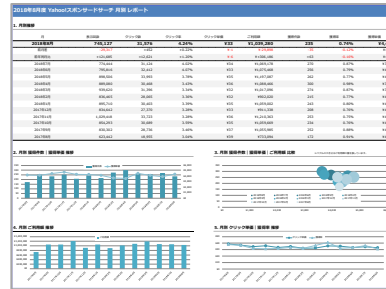
掲載媒体	掲載回数	掲載期間
掲載媒体	掲載回数	掲載期間

3. 掲載状況

掲載媒体	掲載回数	掲載期間
掲載媒体	掲載回数	掲載期間

4. 掲載状況

掲載媒体	掲載回数	掲載期間
掲載媒体	掲載回数	掲載期間



2016年度 新生徒募集レポート

1. 掲載状況

掲載媒体	掲載回数	掲載期間
掲載媒体	掲載回数	掲載期間

2. 掲載状況

掲載媒体	掲載回数	掲載期間
掲載媒体	掲載回数	掲載期間

2016年度 新生徒募集レポート

1. 掲載状況

掲載媒体	掲載回数	掲載期間
掲載媒体	掲載回数	掲載期間

2. 掲載状況

掲載媒体	掲載回数	掲載期間
掲載媒体	掲載回数	掲載期間

【ご報告内容の例】

- ✓ 目標に対する進捗状況
- ✓ 媒体別の成果
- ✓ 日別の成果
- ✓ デバイス別の成果
- ✓ キーワード別の成果

月次のご報告／定例会

月単位では、成果の進捗および取り組んでいる施策の
良し悪しを判断し、次月の戦略を立てます。

2016年 新生徒募集施策（結果-まとめ）

項目	成果	評価
Gmail	想定よりもリーチ数が少なく、CV獲得も1件にとどまった。	×
RLSA	広告表示回数が少なく、CV獲得は至らなかった。	×
DSA	全体の20%に当たる23件のCVを獲得。冬期に引き続き、高い効果を発揮した。	○
デバイス	全体の71%に当たる81件のCVをスマホから獲得。冬期に引き続き、高い効果を発揮した。	○
配信期間	4月以降もCV数は獲得でき、期間延長の効果が非常に高かった。春休み中に入塾を逃したユーザーに向けて、来期も4月いっぱい配信実施を行う。	○

現状の課題と今後の対策

課題	対策
過去何回か広告掲載を実施し、CVが取れるキャンペーン、取れないキャンペーンがはっきりしてきた。夏期以降CVが取れないキャンペーンは縮小、廃止をし、CVが取れるキャンペーンの配信強化を行い、CVの獲得増を狙いたい。	配信強化
1. Gmailを含むディスプレイ広告で、CVが獲得できない。	ディスプレイ広告を廃止する。
2. DSAでのクリック数が高い。	地域毎に配信の強弱をつける。
3. 指名系でのクリック数が非常に高い。	TDを充実させ、クリック数の増加を図る。



2016年 新生徒募集施策（運用方針）

冬期講習の振り返りでご提案した生徒募集施策の運用方針は次の通りです。特に、下記5つの要素に注力しながら運用いたします。

【新入生募集施策 冬期講習振り返り時のご提案】

Gmail広告の実施	ディスプレイ広告のCV獲得を削ぎ、Gmailのプロモーションタブへ広告を掲載するGmail広告を実施した。
------------	---

【ご報告内容の例】

- ✓ 目標に対する進捗状況
- ✓ 媒体、デバイス、日別等の成果分析
- ✓ 実施施策の成果進捗
- ✓ 次月の取り組み内容の提案
- ✓ 新規施策の検討

2016年 新生徒募集施策

1. 掲載状況

掲載媒体	掲載回数	掲載期間
掲載媒体	掲載回数	掲載期間

2. 掲載状況

掲載媒体	掲載回数	掲載期間
掲載媒体	掲載回数	掲載期間

2016年 新生徒募集施策

1. 掲載状況

掲載媒体	掲載回数	掲載期間
掲載媒体	掲載回数	掲載期間

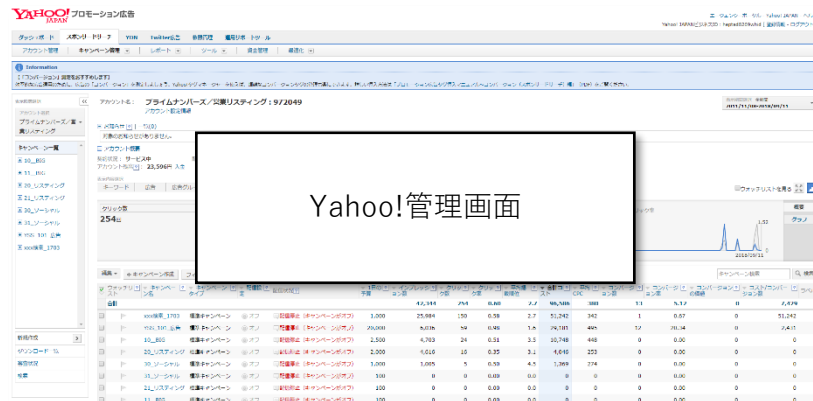
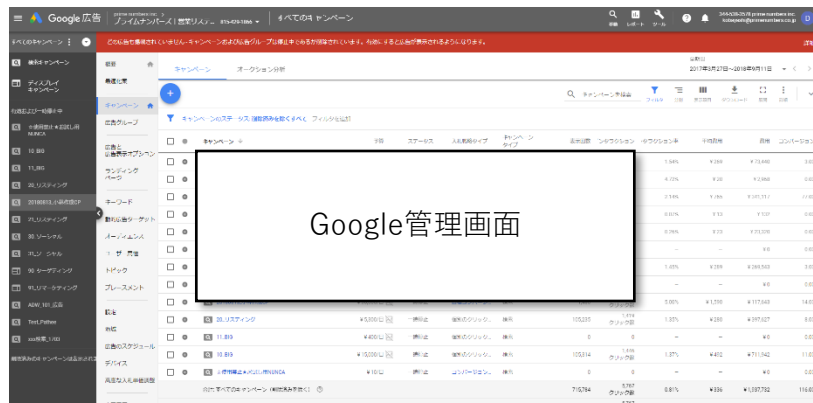
2. 掲載状況

掲載媒体	掲載回数	掲載期間
掲載媒体	掲載回数	掲載期間

媒体管理画面の閲覧権限を付与し、常時チェック可能に。

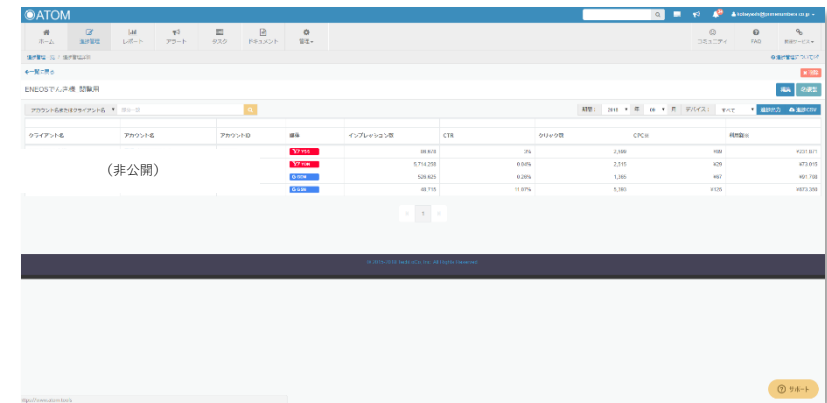
媒体管理画面の開示

GoogleやYahoo等の管理画面データは、広告主様にも常にご確認いただけるように閲覧権限を発行します。



オンラインレポートツール

状況によっては、媒体とAPI接続をしたオンラインツールでリアルタイムに各媒体のレポートデータを確認することも可能です。



キャンペーン別Total													
No.	媒体	アカウント名	キャンペーン名	インプレッション数	クリック数	CTR	クリック単価	広告費	広告効果	広告効果率	広告効果率	広告効果率	広告効果率
1	Yahoo!	アカウント名	キャンペーン名	221,889	5,159	2.3%	401	4,058,329	4,058,329	100%	100%	100%	100%
2	Yahoo!	アカウント名	キャンペーン名	17,832	5,152	28.9%	84	415,152	415,152	100%	100%	100%	100%
3	Yahoo!	アカウント名	キャンペーン名	5,016	17	0.3%	421	41,516	41,516	100%	100%	100%	100%
4	Yahoo!	アカウント名	キャンペーン名	187	34	18.2%	121	1,187	1,187	100%	100%	100%	100%

日別Total													
日	インプレッション数	クリック数	CTR	クリック単価	広告費	広告効果	広告効果率	広告効果率	広告効果率	広告効果率	広告効果率	広告効果率	広告効果率
2024/01/01	221,889	5,159	2.3%	401	4,058,329	4,058,329	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
2024/01/02	17,832	5,152	28.9%	84	415,152	415,152	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
2024/01/03	5,016	17	0.3%	421	41,516	41,516	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
2024/01/04	187	34	18.2%	121	1,187	1,187	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

運用事例 (抜粋)

PRIMENUMBERS

成果指標を整理した上で、アカウント構造を再編成し、
新規顧客獲得施策を実施。CV数を380%（前年同月比）伸張

【背景】

ペット用品ECサイトの広告主様にて「某代理店にてリスティング広告を掲載しているが新規ユーザーの獲得数が停滞しており、今後の改善についても戦略の見通しが立たない」とご相談をいただく。

【広告主の課題】

掲載されているアカウントを分析したところ、新規ユーザの獲得よりも既存ユーザも含めた売上拡大に重きを置いた掲載内容となっていた。また、アカウント構成も適切に設計されていなかった。

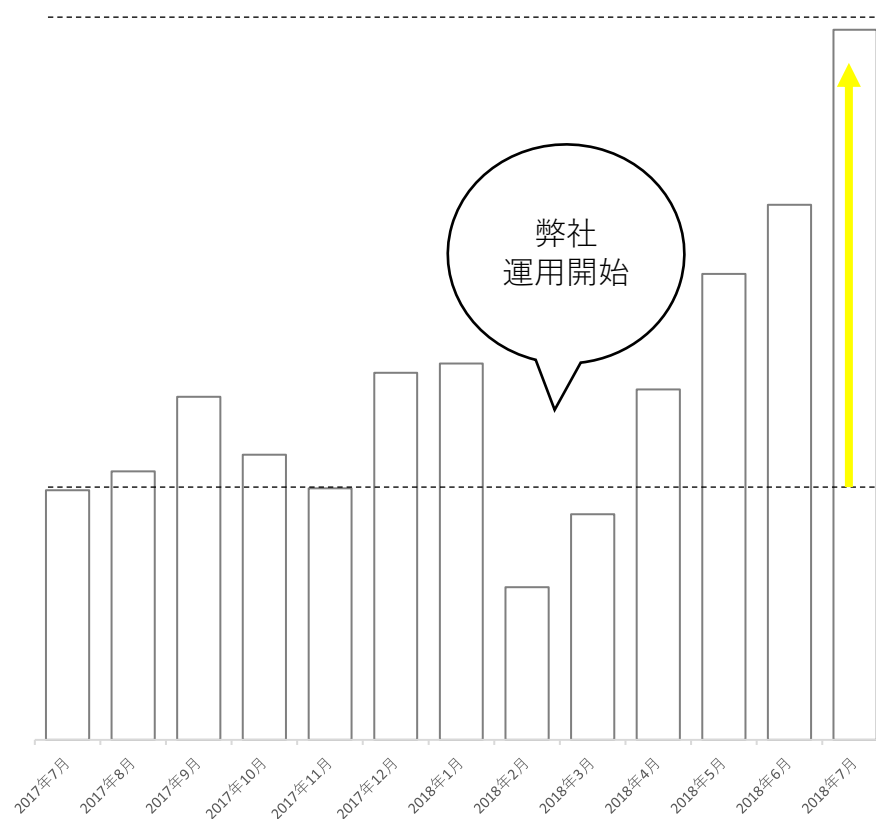
【実施施策】

改めて成果指標を新規ユーザーの獲得と定めた上で、CVタグを再設置、GoogleAnalyticsの設定を修正。また、アカウント構造を媒体推奨の設計に改善した上で、新規ユーザー獲得に向けた運用を行った。

【結果】

指標および効果検証が明確になったことで、**売上が獲得できるキーワードと新規ユーザーが獲得できるキーワードが異なることが発覚**。検証結果に基づいて調整した結果、**前年対比380%の獲得数**に。

前年同月対比
380%伸張



リスティング広告以外の媒体で大きく露出を拡大。

頭打ちだった獲得数を向上させ、**CV数を198%**（開始時比較）に伸張

【背景】

某銀行様にて、カードローンの会員獲得を目的にリスティング広告を掲載。既にほかの運用会社が担当していたが、加えて弊社にコンサル／分析担当としてお声がけをいただく。

【広告主の課題】

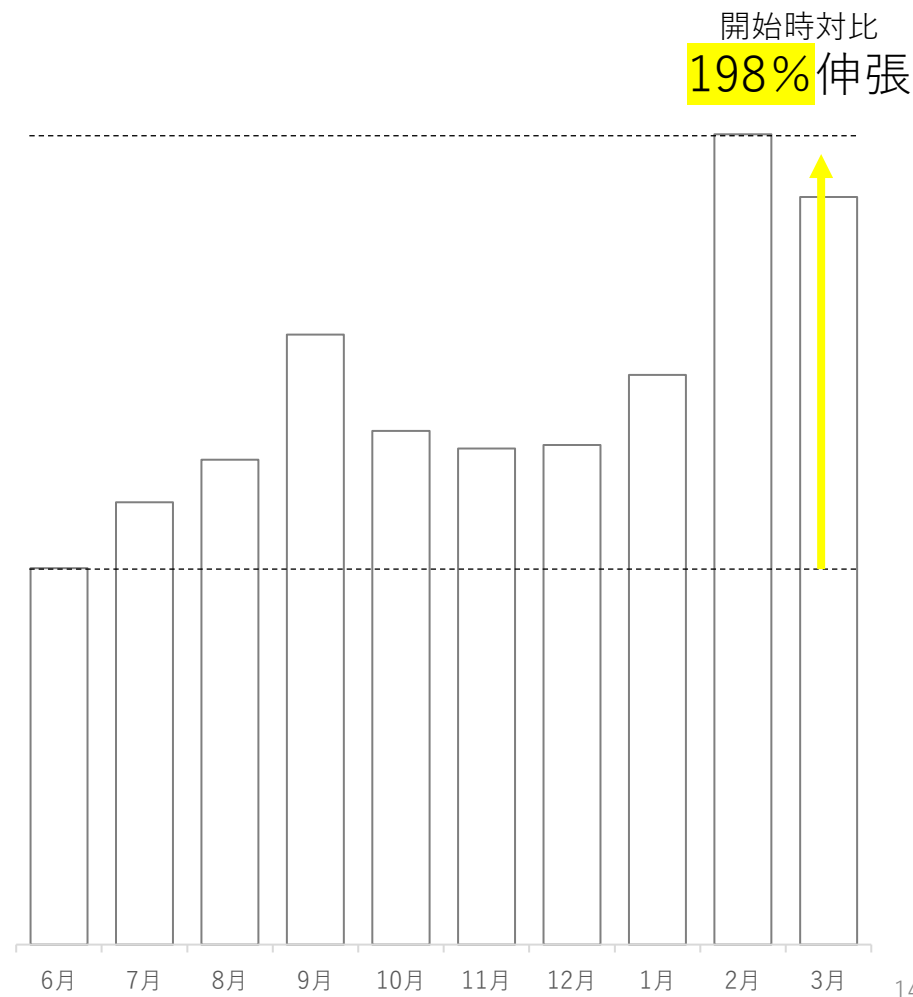
施策開始当初から一定の結果は出ていたものの、半月を経過した時点から獲得数が頭打ちに。費用対効果のバランスはとれているが、獲得数が増えない状況が続いていた。

【実施施策】

露出を増やすため、掲載媒体を大量に追加し検証。費用対効果の良いものだけ残した。掲載テストを実施したのはLogicad Criteo Adroll BLADE nend Y!ブランドパネル FB TW Insta ,Y!DSP他数十種。

【結果】

実施検証したメディアの中のいくつか（Logicad, Criteo, Y純広告等）はリスティング広告と同程度の費用対効果で掲載でき、獲得数を大きく増加させることができた。



メディア戦略を根本的に見直し、重視してこなかったリスティング広告に注力。CV数を650% (前年同月対比) に伸張

【背景】

結婚式場の広告主様にて、式場見学予約を目的として、Google・Yahoo!・Facebook・Instagramに広告を出稿していたが、お問い合わせ件数が伸びず、成果に不満があった。

【広告主の課題】

ビジュアルで訴求しやすい配信面に特化して配信していたが、問い合わせに結びついていない広告が多く、逆に成果につながっていた配信面で予算を縮小してしまうなど、メディアプランに問題があった。

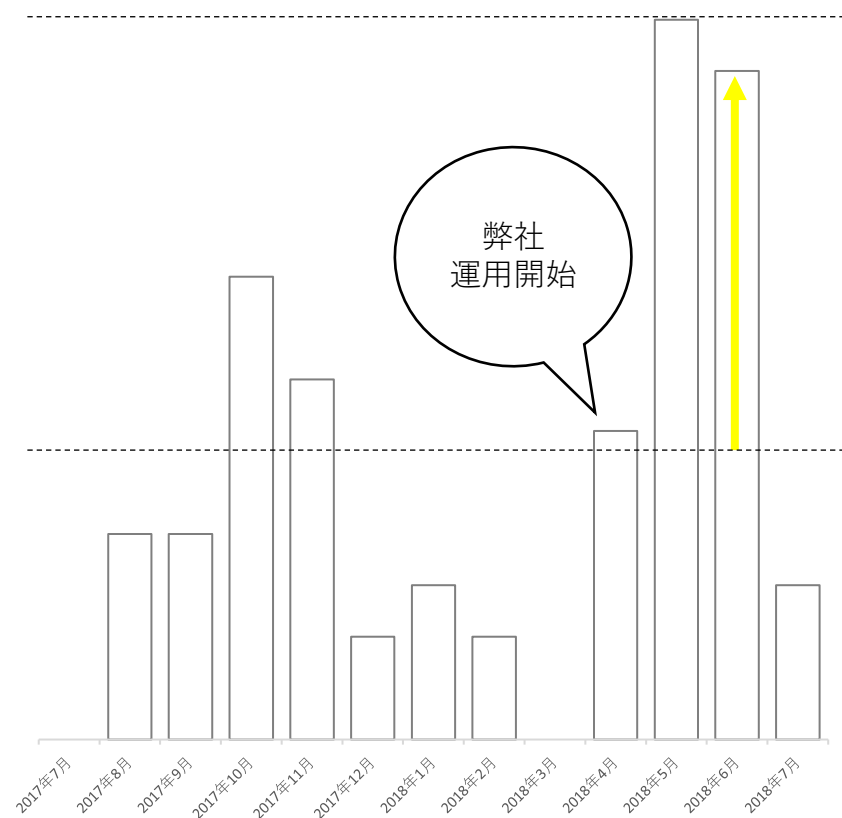
【実施施策】

検索広告の顕在層向けキーワードを追加したりLINEへの配信を開始したりと、これまで求めてこなかったレスポンスを重視した配信プランに変更。同時に広告クリエイティブの検証等を実施した。

【結果】

配信を強化していなかった検索広告が、最も獲得につながるメディアであると判明。全体の成果を飛躍的に押し上げた。また、質の高い流入が増加したことで、他ディスプレイ広告の成果も同時に改善した。

前年同月対比
650%伸張



非効率な配信面・KWの徹底した除外で 上昇を続けていたCPAを、**49%**（開始時比較）に改善

【背景】

ゲーム会社様にて、オンラインゲームの“新規ユーザー”獲得を目的にリスティング広告を掲載。既にほかの運用会社が担当していたが、弊社に運用担当としてお声がけをいただく。

【広告主の課題】

有名なタイトルであったため、サービス期間が長くなるにつれて広告から既存のユーザーが多く流入し、新規ユーザーの獲得効率を低下させる要因となっていた。

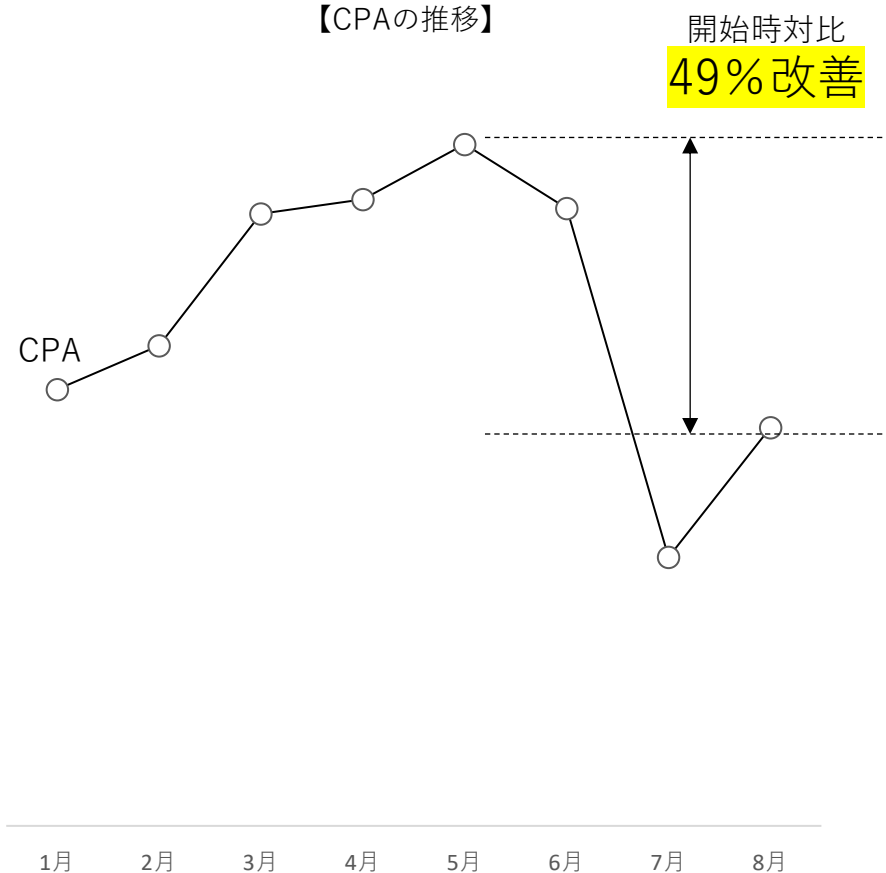
【実施施策】

既存のユーザーが広告から流入しないように、ゲーム内の用語、攻略系KWやコンテンツ、既存ユーザーが検索すると想定されるキーワードや配信面を徹底して除外した。

【結果】

短い期間では大きな改善は見られなかったが、継続した施策が功を奏し徐々にCPAが減少した。直近では開始時と比較してCPAを大きく改善できている。

【CPAの推移】



アカウント構造を再編し、ユーザーの需要に合わせて配信を拡張。定常的な運用改善により、CV数を112%に伸張。

※前年同月比

【背景】

ほかの代理店がリスティング広告を運用しており、広告主は成果に満足していたが、社内規定により複数社へ発注する必要が発生したため、Yahoo!のみ、弊社にて運用することになった。

【広告主の課題】

フリマアプリの人気に押され、ネットオークションの市場そのものが下火となる中で、新規ユーザーは徐々に減少傾向にあった。不利な市場環境の中でいかに新規顧客を獲得し続けるかが大きな課題であった。

【実施施策】

顕在層は減少しつつあるため、潜在層の獲得を狙ったKWの改善に注力。季節系KWや広告文、配信時間等を一つ一つ細かく検証。厳しい市場の中でも目標とする費用対効果になるポイントを丁寧に検証した。

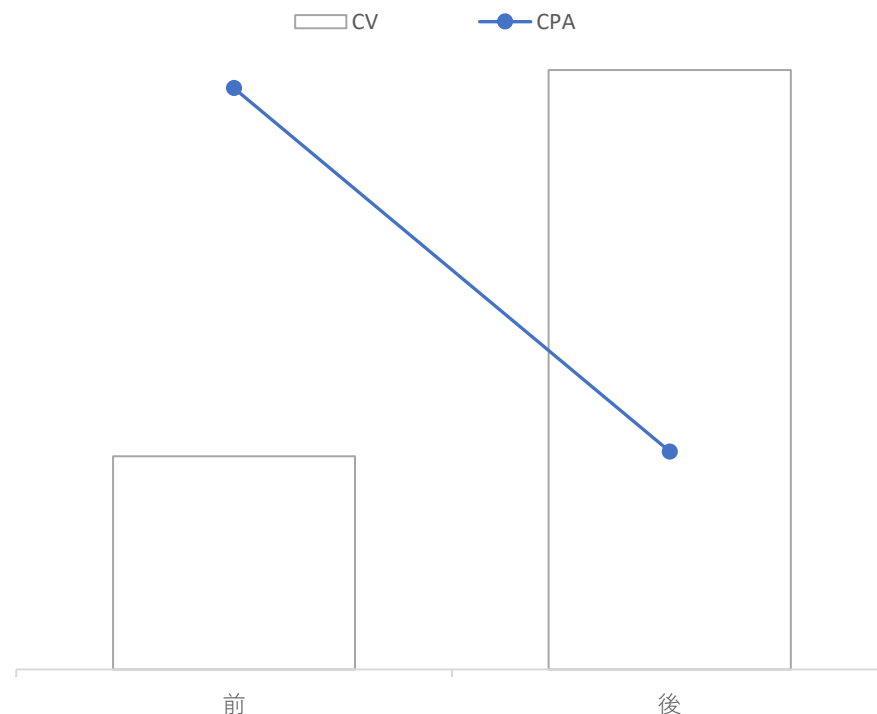
【結果】

検証結果を元に、突発的な需要や特定の商品など、高い効果を得られるポイントを見つけて予算を集中させた。

CV数は前年同月比112%、CPAは87%に改善した。

CV： 112%に増加

CPA： 87%に減少



制作事例 (抜粋)

PRIMENUMBERS

WEBサイトの導線設計の改善、および新規コンテンツ追加により、
フォームへの流入数が**約3倍**に伸張。

【背景】

商圏内の競合他社とその広告配信料が増加していた。他社の低価格を示すクリエイティブに押されて獲得数が減少していたため、CVR改善の一環として、WEBサイトのリニューアルを実施した。

【広告主の課題】

競合他社のWEBサイトに“優良誤認表示”（実態よりも安く見える価格表示）が多いため、“誠実さ”や“まじめさ”を表現して他社と差別化しつつCVRを改善する必要があった。

【実施施策】

“誠実さ”を軸としたコピーやデザインに加え、競合他社の価格が妥当であるのかを検証する比較ツールや、他院で受診する際の質問リスト等のコンテンツを追加。さらに申込への導線設計も改善した。

【結果】

リニューアル前後でフォームへの来訪数が**約3倍に改善**。

なお、のちにフォームの内容も改修しCVR等の諸指標は現在検証中。



勝ちパターンLPコンテンツに合わせた広告運用で、 CV数を500% (広告開始時比較) に伸張

※広告配信開始/LP制作後の前後比較

【背景】

創業時融資の支援事業を行う行政書士事務所様より、新規顧客獲得のためにWEB広告を活用したいとの相談をいただく。これまでWEB広告を実施してこなかったため、手探りでスタートとなった。

【広告主の課題】

掲載開始当初は思うように成果が伸びず、CPAが非常に高額なまま推移していた。運用改善によりクリック単価は低下したものの、CVRが向上しないことが最も大きな問題点であった。

【実施施策】

融資の簡易診断ができるコンテンツを盛り込んだLP検証を実施。更に診断結果ページにおいても、複数パターンのコンテンツの検証を行い、CVRの向上を図った。

【結果】

3ヶ月間のLP検証期間で、融資診断コンテンツおよび診断結果ページの”勝ちパターン”を確立。**CPAは当初の25%に減少し、CV数は5倍に増加。**問い合わせ数を大きく増加させることに成功した。

広告運用開始後半年で CV数500%伸張



☐ 運用型広告

ご請求金額総額の内、20%を手数料として申し受けます。（ご予算100万円の場合は、媒体費80万円、弊社手数料20万円）

☐ 純広告

媒体社規定の手数料を申し受けます。（15%～20%程度）

☐ バナー制作

- レスポンシブ広告 1デザイン2サイズ : 30,000円～
- 通常バナー広告 1デザイン : 30,000円～
- バナーリサイズ 1サイズ : 5,000円～

※素材をご提供いただくことを前提としています。撮影等が発生する場合は別途お見積りいたします。

☐ LP制作

- ・ 50万円～ ※ご要望に応じてお見積りいたします。

☐ WEBサイト構築

- ・ ご相談