

スモールビジネスのウェブ集客

---

# フェイスブック 広告攻略



無料  
デジタルカタログ

---

このは屋

---

※このカタログでは、スマートフォンでも読めるようにフォントサイズを大きく表示しています。

日々、スモールビジネスオーナーと話をしていると、みなさんが「集客できない」と口をそろえて言います。

ですが、私たちが「どのような集客手段を使っているのですか？」と聞くと、以下のような集客手段しか使っていないことが多いのです。

- (1) フェイスブックで1日10人以上に「いいね」する
- (2) ユーチューブで毎日5本以上の動画を投稿する
- (3) 最低1,000文字のブログ記事を1日1本書く

通常はこれらの方法でネット集客を実践しますよね。おそらくあなたもそうなんじゃないでしょうか？

つまり、実は集客できないわけではないのです。「無料で」集客することができないだけなのです。

あなたは無料の集客と有料の集客、どちらが難しいと思いますか？

---

## ■有料より無料の集客の方が難しい

無料の集客と有料の集客、難しいのはどちらか。

言うまでもありませんが、無料の集客です。

有料の集客、たとえば広告であれば、お金さえ出せば必ず一定のアクセスは集まってくれます。

仮にあなたが利益度外視でテレビCMを打ったと考えてみてください。集客できないでしょうか？

必ず一定数の人は集客できますし、もしこれで集客できないのであれば、商売そのものを変える必要がありますよね。

ですが、無料集客の場合は、そのような保証はありません。

- ・ 1日10人以上のフェイスブック投稿にいいねをしても、
- ・ 毎日5本以上のユーチューブ動画を投稿しても、
- ・ 最低1,000文字のブログ記事を1日1本更新しても、

集客できない可能性があります。

---

## ■有料で集客してる内に、無料集客を育てておく

あなたの知っている同業のやり手は広告を出していませんか？

業界の認知度が高いあそこですら広告を出稿しているのですから、どれだけ無料での集客が難しいかわかりますよね。

間違って認識して頂きたくないのは、無料の集客が良くないということではありません。

無料で集客できる仕組みを構築できているのであれば、それに越したことはありません。でも、無料集客の仕組みづくりをするには時間がかかります。

例えば、ブログであれば記事が100～300個ないと効果が出ないですし、ユーチューブであれば1,000本以上の動画が必要といわれています。

ですから、まずは有料で確実に集客して、その間に無料の集客媒体を育てておくのです。つまり、時間をお金で買うということです。順番が常識とは逆ということですね。

---

よく「ビジネスが軌道に乗ってからはじめて、拡大のために広告を使いたい」という方がいます。

確かにそういった使い方もありますが、広告の使い方はそれだけではありません。

実は、無料で集客する力のないスタートアップの時こそ本当は広告を使って有料で集客するべきなのです。それも、できるだけ低コストで。

低コストで簡単に集客できるフェイスブック広告とは？  
では、どうすればできるだけ低コストで集客を実現することができのでしょうか？

その答えが「フェイスブック広告」です。最近あなたも耳にする機会が多いと思います。

フェイスブック広告では、

- (1) ニュースフィードで広告を表示する
- (2) 商品・サービス申込ページに誘導する
- (3) 商品・サービスを購入してもらう

---

という流れでお客さんを集めます。シンプルですよ。

設定方法さえわかってしまえば、あなたもすぐにフェイスブックで広告を出稿することができるようになります。

そして、フェイスブック広告はスモールビジネスの集客にとっても適しているのです。

## ■集客で絶大な効果を発揮するフェイスブック広告の3つの特徴

### ○特徴1：ターゲットを絞り込みまくることができる

ご存知のとおり、フェイスブックは実名制のSNSです。アカウント登録時に設定する項目は、氏名や性別から住んでいる場所、職業、趣味・関心まであらゆる個人情報を入力します。

フェイスブック広告では、これらの個人情報を絞って、条件に合致したユーザーにだけ広告を出稿することができます。

---

その他の広告とは比べ物にならないほど、的確なターゲットに向けて広告を出稿することができるというわけです。

○特徴2：絞り込んだターゲットとよく似た人にアプローチできる

とても秀逸な機能が「類似オーディエンス」という機能です。これは、絞り込んだターゲットとよく似たユーザーに向けて広告を配信することができるという機能です。

フェイスブック広告のターゲティングでは、あなたが持っているメールアドレスをアップロードして、そのユーザーに向けて広告を配信する、ということが出来ます。

「類似オーディエンス」機能を使うと、そのアップロードしたユーザーとよく似たユーザーにまでアプローチを広げることができます。

あなたのフェイスブック上の友達あなたのビジネスと関わりが深い人が多いのではないのでしょうか？

---

他の方も同じように、自分のビジネスと関わりが深い人と  
フェイスブックで友達になっているケースが多いのです。

つまり、あなたの商品・サービスに興味をもつ人の友達も、  
あなたの商品・サービスに関心をもつ可能性が高い。

そして、その方に絞って広告を配信することができる、とい  
うことです。

・・・可能性を感じませんか？

○特徴3：キーワードを1個も設定しなくていい

リスティング広告はキーワードの設定がとにかく面倒くさ  
いですよ。

くわえて、管理画面の操作が難しいので、広告を配信する  
のがおっくうになってしまいます。

1回の配信であればなんとか設定できるのですが、継続的に  
広告を管理していくとなると、時間がいくらあっても足り  
ません。



---

安定的な売上を確保したい場合、集客方法も継続性のあるものを採用しなければなりません。

その点、フェイスブック広告にはキーワードの設定がありません。1個もキーワードを設定しなくていいのです。

必要なのは、画像とキャッチコピーの2つだけです。初心者の方でも簡単に広告を配信することができます。

何よりも、管理画面がリスティング広告と違ってシンプルですから、継続的に広告を管理していくのも手間ではありません。

意外とこういうところが実務的には大切だったりしますよね。

このようにフェイスブック広告はスモールビジネスの集客と大変相性が良い上に、設定がリスティング広告とは異なりとても簡単なのです。

まとめると、

- 
- (1) ターゲットを絞りこみまくることができる
  - (2) 絞り込んだターゲットとよく似たユーザーにアプローチを広げることができる
  - (3) リスティング広告のようにキーワードを設定する必要がないので簡単

ということです。

■でも、やっぱり広告を使って有料で集客するのは怖い？

そうはいつでも、これまでに広告を出稿したことがない場合は、有料で集客すること自体に心理的ハードルがあるかと思います。

広告を使って有料で集客する場合、もしも集客できなかった場合は、広告費がそのまま赤字になってしまいますからね。

こちらについては2つの回答を差し上げたいと思います。

■回答1：LTV（顧客生涯価値）から収支を計算してみる

---

実際に広告を出稿する前に、LTV（顧客生涯価値）から収支を計算することで、赤字への心理的ハードルを取り除くことができます。

簡単にシミュレーションしてみましょう。

『セミナー集客』が題材です。仮にあなたが広告を使ってセミナーに月間50人集客できたとします。そして、バックエンド講座への成約率が50%だとします。

すると、25人の新規顧客の獲得ができるということになります。バックエンドの講座が30万円の参加費だとすれば、 $30万円 \times 25人 = 750万円$ の売上となります。

対して、広告費は20万円ほどで済みます。ですから、 $750万円 - 20万円 = 730万円$ の利益ということになります。

ザックリとした計算ですが、あなたがフェイスブック広告を使って、集客できるようになると、この流れを実現することができます。

---

広告を使った有料の集客は確かにある程度リスクはありますが、この売上をみすみす見逃したままでよろしいでしょうか？

そして、これを同業にやられていても良いですか？

そのせいで、ゆくゆくはあなたには価格で選ぶお客さんしか回ってこないかもしれません。

有料の集客とどちらがリスクが高いでしょうか？

■回答2：広告は普遍的な集客方法なので、投資と考える

極端ではありますが、仮に集客できなかったとしても、商品・サービスが販売できなくて表面上は赤字になったとしても、投資と考えるのはいかがでしょうか。

広告は昔からある告知・宣伝方法ですし、これからもなくなることはありません。

つまり、再現性のある集客方法です。習得してしまえば、今後ずっと使えるスキルとなります。

---

対して、交流会で名刺を大量に交換したり、懇親会でチラシをたくさん配ったりするのは再現性がありません。動き続けることができれば良いのですが、動けなくなった瞬間、集客できなくなります。

商売における問題の大半は「集客」です。この問題を解決できるのであれば、時間がかかっても、多少の赤字でも広告に取り組む価値があるのではないのでしょうか。

とはいえ、できれば赤字にすることなくフェイスブック広告を運用したいですね。

ご安心ください。そんなあなたのためにフェイスブック広告を攻略する無料ウェブセミナーをご用意しました。このウェブセミナーに参加することで、赤字にすることなくフェイスブック広告を運用する方法がわかります。

ここまでお読み頂いて、もし私たちのメッセージにご共感頂けたのであれば、ウェブセミナーにご参加ください。

あなたとウェブセミナーでお会いできることを楽しみにしています。

---