

BtoB企業向け マーケティング課題を解決するLinkedIn広告の活用術

IT Communications

こんなお悩みございませんか？

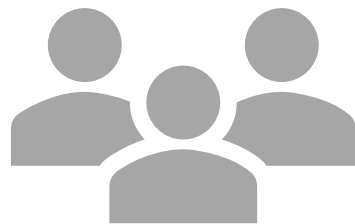
このようなお悩みのある方にはLinkedIn広告がおすすめです

マーケティング予算が
少なく広告出稿ができない

BtoBビジネスに特化した
配信面に広告を出したい

経営層や決裁者に
リーチしたいが
リーチする方法が無い

特定の狙ったユーザーに
リーチできているのかわからない



1. LinkedInとは

2. LinkedIn広告の強み

- 2-1. ビジネス情報に関心の強いユーザーに配信
- 2-2. 基本情報に加え、実績やスキルなどが登録されたプロフィールを活用し高精度なターゲティング
- 2-3. 広告出稿の競合が少ない

3. 広告配信の流れ

- 3-1. 配信計画と目的の決定
- 3-2. ターゲティング
- 3-3. フォーマット選択/広告配信開始
- 3-4. 成果の測定

4. LinkedIn広告でBtoBビジネスにおける課題を解決

1. LinkedInとは

2. LinkedIn広告の強み

- 2-1. ビジネス情報に関心の強いユーザーに配信
- 2-2. 基本情報に加え、実績やスキルなどが登録されたプロフィールを活用し高精度なターゲティング
- 2-3. 広告出稿の競合が少ない

3. 広告配信の流れ

- 3-1. 配信計画と目的の決定
- 3-2. ターゲティング
- 3-3. フォーマット選択/広告配信開始
- 3-4. 成果の測定

4. LinkedIn広告でBtoBビジネスにおける課題を解決

1 .LinkedInとは？

日本のユーザー数200万人超 ビジネスのネットワーク構築ができるSNS

- ◆ ミッション： 世界中のプロフェッショナルの生産性を高めより成功するよう、つないでいく
- ◆ 登録者数： 7億**3,800**万人以上（日本ユーザー：200万人以上）
- ◆ 登録企業： **5,500**万社以上



1 .LinkedInとは？

様々な情報の発信/収集の場として利用

企業/個人の発信を
情報源として活用

同僚や取引先との
メッセージ

世界の
オピニオンリーダーの
情報を受け取る

ハッシュタグによる
情報の収集

企業ページを
フォローしての
情報収集



Contents

1. LinkedInとは

2. LinkedIn広告の強み

- 2-1. ビジネス情報に関心の強いユーザーに配信
- 2-2. 基本情報に加え、実績やスキルなどが登録されたプロフィールを活用し高精度なターゲティング
- 2-3. 広告出稿の競合が少ない

3. 広告配信の流れ

- 3-1. 配信計画と目的の決定
- 3-2. ターゲティング
- 3-3. フォーマット選択/広告配信開始
- 3-4. 成果の測定

4. LinkedIn広告でBtoBビジネスにおける課題を解決

ビジネスに関心のある、自社のターゲットユーザーに 少額からの広告配信が可能

- ① **ビジネス情報に関心の強いユーザーに配信**
- ② **基本情報に加え、実績やスキルなどが登録されたプロフィールを活用し高精度なターゲティング**
- ③ **広告出稿の競合が少ない**
- ④ **少額からの広告配信**

2-1.①ビジネス情報に関心の強いユーザーに配信

LinkedIn広告に出稿すればビジネス目的のユーザーに絞った配信が可能
プライベート目的のユーザーへの配信を無くし無駄なコストを削減

◆各SNSのユーザーの利用目的



1. 友人と交流したい
2. 楽しむため
3. 新しい機会を探す



1. キャリアを伸ばしたい
2. 新しい機会を探す
3. リーダーや専門家から学びたい



1. 楽しむため
2. 友人と交流したい
3. リーダーや専門家から学びたい

2-1.①ビジネス情報に関心の強いユーザーに配信

LinkedIn広告に出稿すればビジネス目的のユーザーに絞った配信が可能
プライベート目的のユーザーへの配信を無くし無駄なコストを削減



ビジネス利用の投稿

- ◆ 気になるニュース
- ◆ 仕事の成果共有
- ◆ 転職報告



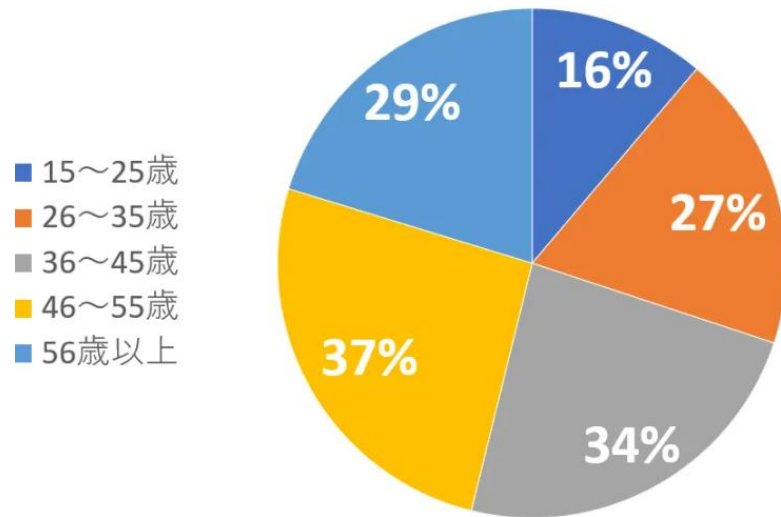
プライベート利用の投稿

- ◆ 誕生日や結婚の報告
- ◆ 友人との飲み会
- ◆ 子供の近況

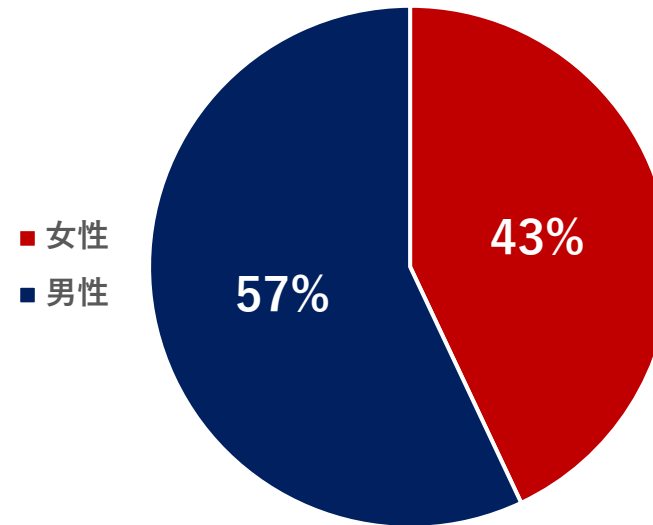
2-1.①ビジネス情報に関心の強いユーザーに配信

決裁者層の多い30代半ば～50代半かつ上級管理職のユーザーが多く
決裁者層への直接アプローチで有効な機会創出が可能

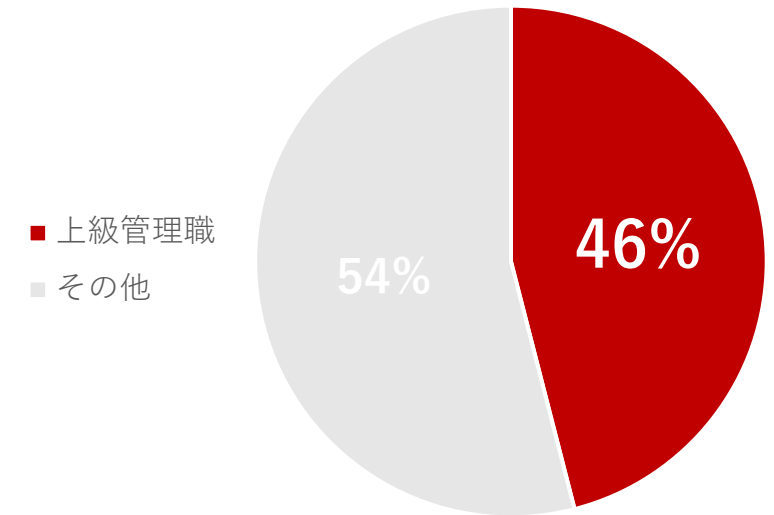
年齢



性別



役職



参照 : <https://www.glad-cube.com/blog/?p=28915>

2-2.②ビジネスに特化したプロフィールを活用した高精度なターゲティング

自己紹介に加え実績やスキルなどの登録情報を活用した高精度なターゲティングで狙ったユーザーにアプローチ可能



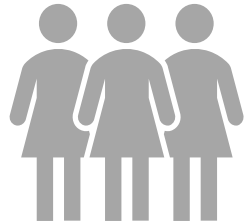
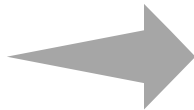
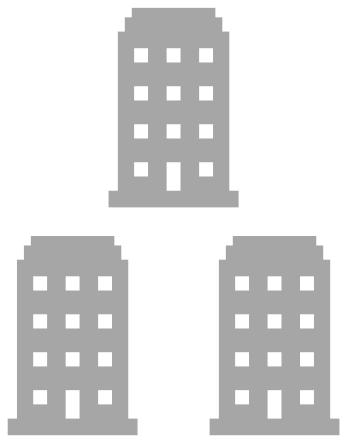
- ◆ 自己紹介
- ◆ 経歴（学歴/職歴）
- ◆ プロジェクト実績紹介
- ◆ 免許/資格
- ◆ スキル
- ◆ その他の実績（出版物/特許/受賞歴/言語）



2-3.③広告出稿の競合が少ない

特定の役職などターゲットを絞り込めば
高い広告パフォーマンスが期待できる！

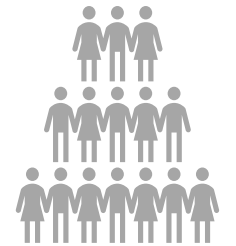
LinkedIn



登録者数200万人

登録者数はFacebookと比較して少ないが、
競合も少ない為、特定の役職などターゲットを絞り込めば
高い広告パフォーマンスが期待できる！

facebook



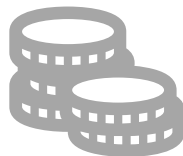
登録者数2,600万人

登録者数は圧倒的に多いが
競合が多くターゲットに広告が届きにくい

少額からでも広告配信が可能！

Linked  [®]

¥160～



※ITコミュニケーションズで運用する場合
30万円～ご出稿となります

一般的な広告の金額イメージ



広告配信は高額で
払えない…



1. LinkedInとは

2. LinkedIn広告の強み

- 2-1. ビジネス情報に関心の強いユーザーに配信
- 2-2. 基本情報に加え、実績やスキルなどが登録されたプロフィールを活用し高精度なターゲティング
- 2-3. 広告出稿の競合が少ない

3. 広告配信の流れ

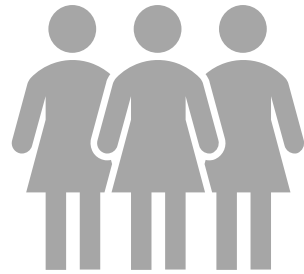
- 3-1. 配信計画と目的の決定
- 3-2. ターゲティング
- 3-3. フォーマット選択/広告配信開始
- 3-4. 成果の測定

4. LinkedIn広告でBtoBビジネスにおける課題を解決

広告出稿が決まったら以下の順序で配信の準備を行います



配信計画と目的の決定



ターゲティング



フォーマット選択
広告配信開始



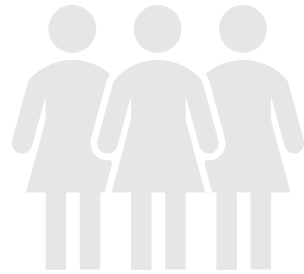
成果の測定



広告出稿が決まったら以下の順序で配信の準備を行います



配信計画と目的の決定



ターゲティング



フォーマット選択
広告配信開始



成果の測定



認知からコンバージョンまで マーケティングフェーズに応じた目的を選択可能 目的ごとに効率的に運用



認知度

- ◆ ブランド認知



興味度

- ◆ ウェブサイト訪問
- ◆ エンゲージメント
- ◆ 動画視聴



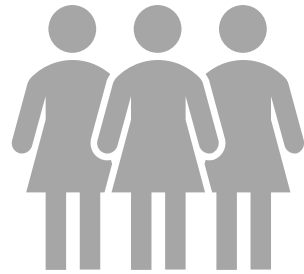
コンバージョン

- ◆ リード獲得
- ◆ ウェブサイトの
コンバージョン
- ◆ 求人応募者

広告出稿が決まったら以下の順序で配信の準備を行います



配信計画と目的の決定



ターゲティング



フォーマット選択
広告配信開始



成果の測定



プロフィール情報に基づいた高精度なターゲティングで狙ったユーザーに配信可能 AND/ORの掛け合わせも可能



勤務地

- ◆ 会社名
- ◆ 会社規模
- ◆ 業種
- ◆ フォロワー
- ◆ 繋がり



職務レベル

- ◆ 役職
- ◆ 職務タイプ
- ◆ 職務レベル
- ◆ 経験年数



学歴

- ◆ 学校
- ◆ 学位
- ◆ 専攻



興味トピック アイデンティティ

- ◆ 場所
- ◆ スキル
- ◆ グループ
- ◆ 興味トピック
- ◆ 年齢
- ◆ 性別

類似オーディエンスを作成しターゲットを絞り込み よりCVに近いユーザーにアプローチ可能



直近でウェブサイトに訪問した
ターゲットに配信



MAデータの統合リストの活用



ターゲット企業の
意思決定者やインフルエンサー



自社の見込み顧客リストの中で
LinkedInを利用しているユーザー

広告出稿が決まったら以下の順序で配信の準備を行います



配信計画と目的の決定



ターゲティング



フォーマット選択
広告配信開始



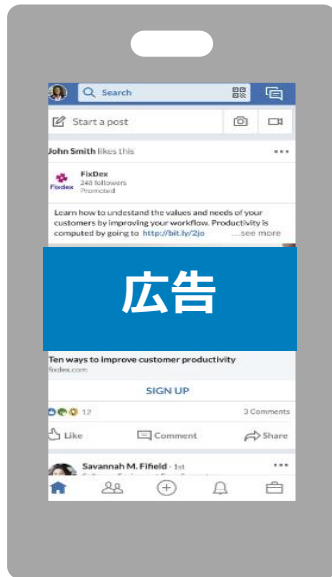
成果の測定



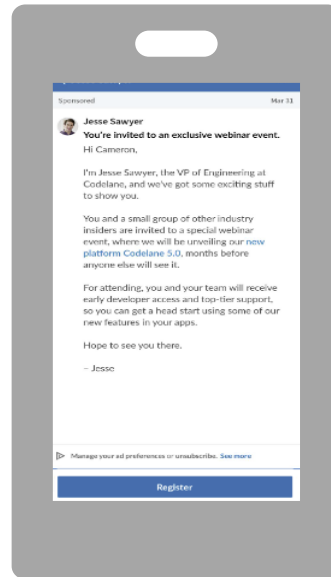
商材に合わせたフォーマットを選択することで 高いパフォーマンスが期待できる

BtoB企業で使用頻度の高いフォーマット

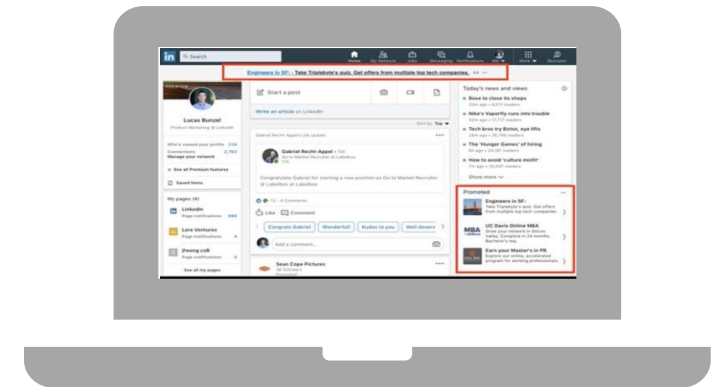
スポンサードサーチ



メッセージ広告 会話型広告



ダイナミック広告

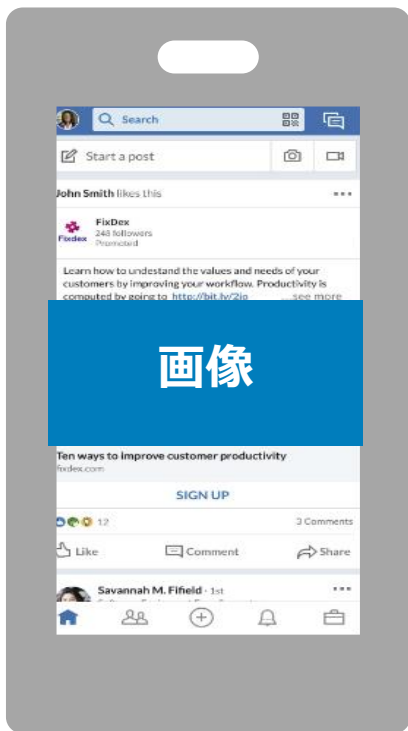


スポンサードサーチの広告フォーマット

ターゲットに最も簡単にリーチできる配信面

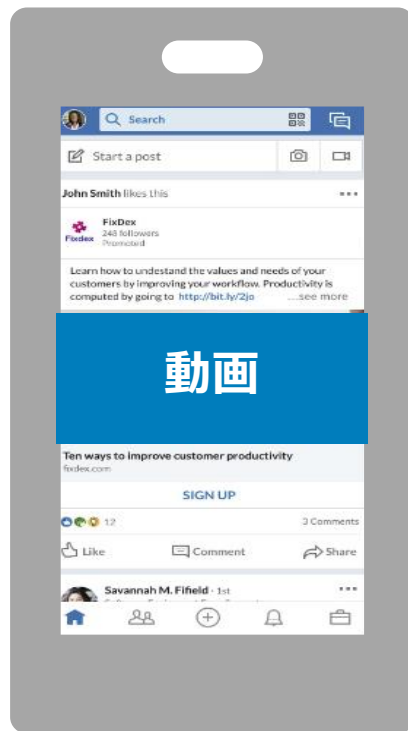
シングル画像広告

迫力のあるビジュアルで
注目を集める



動画広告

視覚/音/動きで
惹きつける



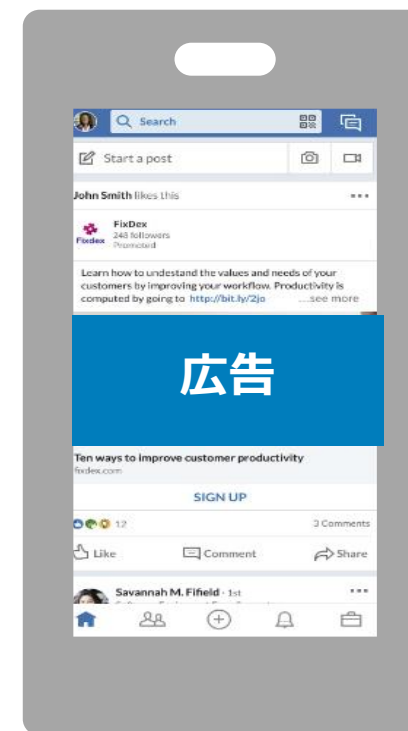
カールセル広告

スワイプ可能な複数の写真で
ストーリーを語る



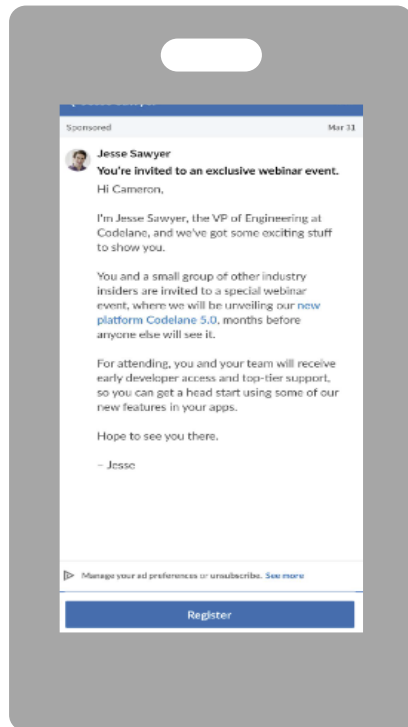
シングル求人広告

フィードに
求人を表示

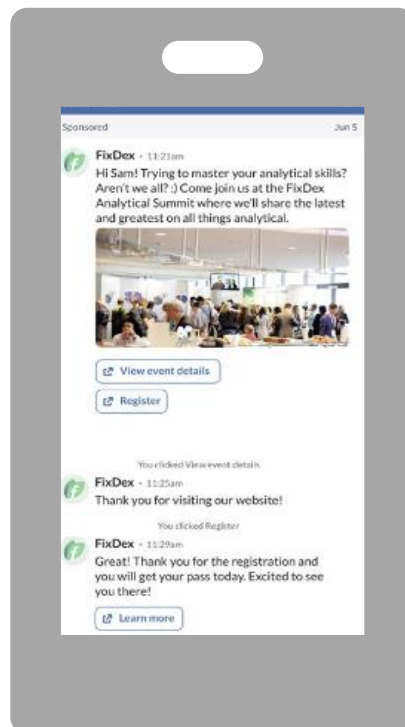


個別対応でユーザーのポイントを突いたアプローチが可能

メッセージ広告



会話型広告



- ◆ 文字制限なくユーザーとコミュニケーションが可能
- ◆ メール以上のエンゲージメントの期待

広告出稿が決まったら以下の順序で配信の準備を行います



配信計画と目的の決定



ターゲティング



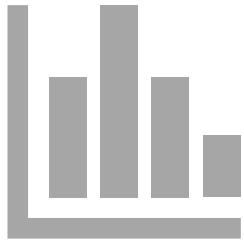
フォーマット選択
広告配信開始



成果の測定



WEBサイト上での行動・訪問者の属性の可視化が可能



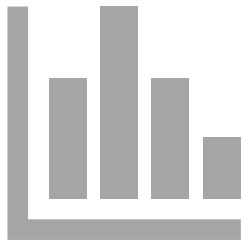
Insightタグ…WEBサイト上での行動を可視化

- ◆ CVトラッキング
- ◆ WEBサイトオーディエンス分析
- ◆ WEBサイト統計データ分析



レポート機能…広告の成果に加え、訪問者の詳細をレポートニング

- ◆ 広告の閲覧ユーザー
- ◆ クリックユーザー（企業名/企業規模/職務レベル）



アカウントエンゲージメントスコア…企業ごとの分析でABMを実現

- ◆ 実際にターゲットできる数（ターゲット数÷ターゲット先に勤務している人数）
- ◆ いいね/コメント/クリック/共有などのエンゲージメント数

1. LinkedInとは

2. LinkedIn広告の強み

- 2-1. ビジネス情報に関心の強いユーザーに配信
- 2-2. 基本情報に加え、実績やスキルなどが登録されたプロフィールを活用し高精度なターゲティング
- 2-3. 広告出稿の競合が少ない

3. 広告配信の流れ

- 3-1. 配信計画と目的の決定
- 3-2. ターゲティング
- 3-3. フォーマット選択/広告配信開始
- 3-4. 成果の測定

4. LinkedIn広告でBtoBビジネスにおける課題を解決！

3. LinkedIn広告でBtoBビジネスにおける課題を解決！

ビジネスパーソンが多く利用するLinkedIn広告を活用して BtoBビジネスを活性化

マーケティング予算が
少なく広告出稿ができない

↓
少額から出稿可能

BtoBビジネスに特化した
配信面に広告を出したい

↓
ビジネス目的のユーザーが多いため、
ビジネスに特化した
広告配信面として利用可能

経営層や決裁者に
リーチしたいが
リーチする方法が無い

↓
ユーザーには決裁者層も
多いためリーチ可能

特定の狙ったユーザーに
リーチできているのかわからない

↓
高精度なターゲティングで
特定のユーザーにリーチ可能
興味を示したユーザーも特定



広告運用にお困りでしたら…



広告出稿の経験がない、リソース不足、ターゲット設定があっているのかわからない
LinkedIn広告以外のBtoB向け広告も知りたい！などのお悩みございましたら
ITコミュニケーションズにご相談ください。
これまでの広告運用実績をもとにサポートいたします。

▼代理店に依頼する場合のメリット

得られるメリット	外注した場合	自社運用の場合
媒体とのつながり	最新の情報・アップデート を入手・反映できる	・アップデートされた広告メニュー ・メディアの推奨設定 が利用できない
運用のノウハウ	配信結果の分析ができ、 PDCAを素早く実行できる	経験や実績に基づいた 意思決定・改善行動が難しい
運用のリソース	プランニングなどの業務が 組織化できている	社員がプランニング～運用まで 担える人材になる必要がある

ITコミュニケーションズで実施したLinkedIn広告の配信実績です。 多くのBtoBクライアント様で実績を上げています。

クライアント

ソフトウェア開発会社

配信地域

オセアニア地域

配信目的

- ・製品の認知拡大
- ・お問い合わせ増加

ターゲティング

・業務改善やチームの業務の効率化を図るマネージャーや部長などの役職層向けに配信

配信成果

国と会社規模によって広告を出し分け、成果に応じた効率の良い配信を実現。さらにユーザーが自分事化しやすい広告にすることで、平均CPA2万円のところ、CPA1万円前後での獲得を実現実現。

クライアント

ソフトウェアソリューションサービス会社

配信地域

日本

配信目的

- ・イベント集客
- ・リード獲得

ターゲティング

・医療、建築、製造、物流業界向けに配信

配信成果

対象業界を指定して広告を配信。同時に配信した他のSNS媒体に比べ、ビジネスの広告に嫌悪感を示す人が少なく、1番多くの申込およびリードを獲得。

お問い合わせ

出稿ご検討の方は下記までご連絡ください

ITコミュニケーションズではLinkedIn広告以外のWeb広告やMA活用支援などの

デジタルマーケティング全般をお手伝いしております。

お困りごとがございましたら、下記宛先までお気軽にご連絡ください。

【お問合せ先】

株式会社ITコミュニケーションズ

ビジネスソリューション本部

Webソリューションサービス部

錦織 雄輔（にしきおり ゆうすけ）

E-Mail:wss@it-comm.co.jp

TEL:03-5282-8081