

ホールのためのWEB戦略 ⑩

プラスアルファ 齋藤裕樹



広告の種類を4つに絞る

広

告の種類は毎年新しいものが増えては、ニーズが低いものは消えていく、といったことを繰り返して、Googleだけでも7種類、YouTubeに6種類、Yahoo!に3種類あります。ですが、まずは4種類だけ覚えれば大丈夫です。

検索広告は名前の通り、検索されたときに検索結果上位に広告を配信できます。これは顕在層へのアプローチですので、限りなくパチンコスロットに興味のあるユーザーに告知できます。例えば自店のエリア内で「パチンコ×エリア」「競合店」などで検索したユーザーに、自店の情報を告知できます。それも検索結果ページ上位に表示されます。

YouTube広告のうち、使うのは2つで十分です。ひとつは動画下に表示させる画像広告。もうひとつは動画内にCMのように表示でき5秒後にスキップできるインストリーム広告です。理由はいくつもありますが、30秒

以内にスキップボタンを押されれば費用が掛かりません。このYouTube広告は店舗認知度を上げたいときに有効です。テレビCMで毎回同じ内容が流れると覚えてしまうのと同じで、心理学的に覚え忘れる曲線の考えです。短い時間に複数回触れることで記憶に残りやすくなります。また、今やYouTubeは暇つぶしで見られる動画コンテンツから、知りたいなりつつあります。つまり情報を取りに来ているユーザーが増えているのです。

Yahoo!インフィード広告は、月間740億PVという驚愕のニュースサイトであるYahoo!ニュースの中に画像付きで配信する広告です。ニュースを見ていると、広告ではなく記事のように表示されるのが特徴です。また、Yahoo!インフィード広告もYouTube同様、情報を取りに来ている、または時間に余裕がある人がほとんどなので、そこに広告を出すことは効果的です。

以前はGoogleの画像広告(GDN)も効果的でしたが、パチンコに対するガイドラインが厳しくなり、出したい場所に思うように告知できなくなりましたので、今は必要ありません。

広告の種類はたくさんあるのですが、使い方や組み合わせ方によっては、より効果的に広告を配信できます。しかし、いきなり全部を覚える必要はなく、右記4つの中から1つだけでもいいので実際に広告を公開して運用してみることが大切です。

実際に運用することで、「結果」を知ることができます。公開した広告や画像について、かかった費用、見られた数、クリックされた数、どのサイトに表示されたのか、どの検索キーワードで調べられたのかなどを知ることができ、そうすることで次の戦略として、エリアを広げる、年齢層を変更する、指定したサイトに掲

載する、スマートフォンにだけ表示させる、同じ人には1日3回まで表示させるといった仮説を立て、ペルソナしたターゲット人材をイメージしながら広告配信を行えます。このPDCAが広告運用では非常に大切です。営業の組み立てと同じだと思います。ですので、一度自分たちでWEB広告運用を行って頂きたいのです。右のQRコードからアクセスできるWEB版では、画像付きでご説明しています。

さいとう ゆうき 転職支援を行うパチンコ転職ナビの責任者として、職業紹介士(第100号)とファイナンシャルプランニング技能士の資格を取得。同時にWeb広告を学び、Google認定アナリティクス個人認定資格(GAICO)やAdWords認定資格も取得。現在はホールが取り組むべきWeb戦略を提唱している。



さいとう ゆうき 転職支援を行うパチンコ転職ナビの責任者として、職業紹介士(第100号)とファイナンシャルプランニング技能士の資格を取得。同時にWeb広告を学び、Google認定アナリティクス個人認定資格(GAICO)やAdWords認定資格も取得。現在はホールが取り組むべきWeb戦略を提唱している。

[A]