

# Web広告・SNS販促の運用力を高める

プラスアルファ

Web広告運用はホール営業にとっても必須スキルとなりつつある。Googleパートナー(代理店資格)のプラスアルファは、その基礎を理解し応用力を身に着けるための「Web広告スキルアップ研修」を提供している。

Web上での広告展開をまったく実施することがないホールはもはや稀だろう。しかし、「やってみたものの、思いのほか集客に結びつかなかった」「費用対効果が思いのほか高かった」などの理由で現在では取り組みに消極的なホールが多いのではないか。

しかし、プラスアルファの野島崇範専務は、「Web広告に消極的になったホールのほとんどは、広告代理店任せにして、『業界価格』で発注していた過去がある。少額でもできることや効果的な手法があるのに、それを知らないまま高い費用をかけ続けていれば、『費



株式会社プラスアルファ  
野島崇範 専務取締役

用のわりに効果が感じられない」という結論に至るのも当然のこと」と言う。

さらに、「Web広告運営力はもはや必須のスキルで、これは他の業態にも適応できる汎用的なもの。新規事業を立ち上げた際にも役立ちます」と続ける。

ではどうすればいいのか。  
「第一に、自分たちで知識を持つ必要がある。第二に、できれば知識を活用し内製化を目指すべき」というのが野島氏の考えで、プラスアルファはそのための研修を提供している。

現状は、広告代理店と発注側のホールとの間で、知識量に大きな差がある。それが原因で大きなコストが生じていたり、費用対効果について誤解が生じていたりするケースがある。Web広告は外販プロモーションであり、いま来店していないプレイヤーおよび来店頻度が低いプレイヤーに自店を認知してもらおう・認知率を高めるためのもの、という理解が低いことも一因だ。

同社はWeb広告の運用を広告代理店に任せることを

否定しないが、「知識の差は埋める必要がある」と考えている。知識がなければ広告代理店の提案内容も、それを実施した結果の数値分析もできない。そのため研修では、管理画面の各数値の意味を理解できるようにすることを支援する。

「いま広告代理店からもらっている報告はほんの一部の数値だと思いませんか。それではホールコンの一部しか見えないのと同じで、PDCAを回すための分析ができない」(野島氏)

基礎知識を学んだ後は、各人に少額の子算を持ってもらい、広告を「どこ(配信地域)」で見せるか、「何(広告の種



研修は集合型でもオンラインでも対応可能

## WEB広告スキルアップ研修

講義	内容
第1回	WEB広告の基礎と管理画面の作成と見方
第2回・3回	Googleディスプレイ広告の作成&配信、応用
第4回・5回	YouTube広告の作成&配信、応用
第6回・7回	Google検索広告の作成&配信、応用
第8回・9回	Yahoo!ディスプレイ広告の作成&配信、応用
第10回・11回	Yahoo!検索広告の作成&配信、応用
第12回	クロスメディア戦略とSNS

類)を見せるか、「どういう内容」を見せるか、「誰(ターゲット)」に見せるかなどを立案し、予算の範囲内で広告キャンペーンを作ってもらおう。その成果をレビューしながら改善していく作業を通じて運用を学ぶ。

おもな受講対象は実際の運用を担当することになる主任レベルを想定しているが、広告運用の理解のために、店長・副店長層の参加も推奨している。標準的な研修期間は1年(全12回)。