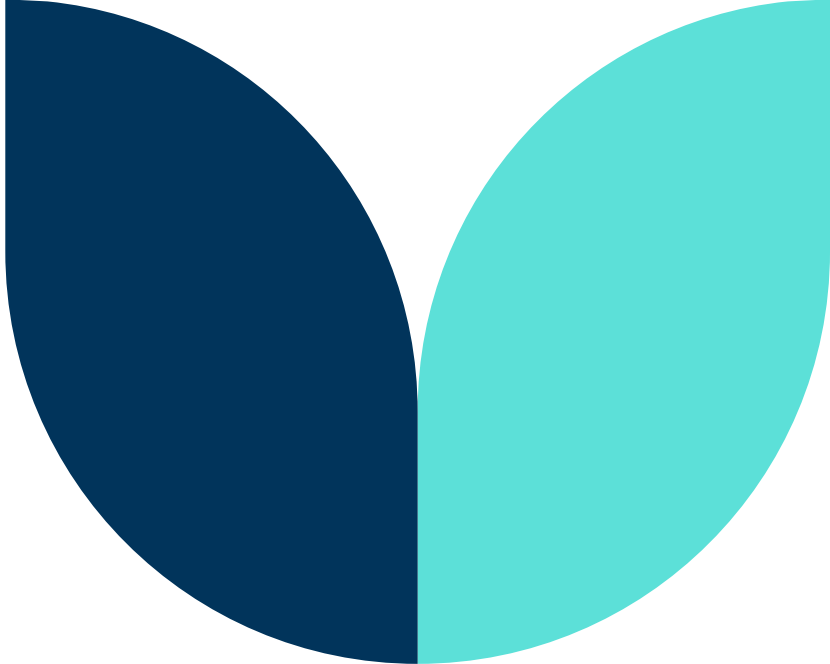
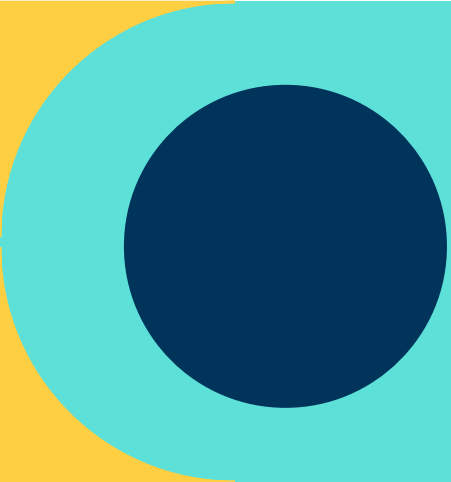




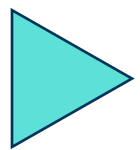
WEB広告運用 内製化支援サービス のご案内



カルパブ -文化芸術のwebマーケティング-

内製化が向いているケース

- WEB広告の運用も外注して行っているが、イマイチ感触が掴めない
- SNSなど自館のオウンドメディアをフルに活用したい
- 長期的な費用対効果を重視したい
- 自組織のWEB広報力を高めたい
- 使う広告バナー画像や広告文などを、様々な切り口で複数展開したい
- WEB広告・WEBマーケティングは自館で内製化するように求められている



**内製化するための準備・トレーニング
をご支援します**



担当者が“自分で運用できる”状態をつくる

伴走型支援 - 3 STEP



担当者が“自分で運用できる”状態をつくる、 3STEP伴走型支援

勉強会で「全体像を理解」し、レクチャーで「実際の操作」を覚え、ミーティングで「改善サイクル」を回す。



勉強会から伴走サポートまでの全体マップ

0

STEP 0 | 全スタッフ向け勉強会

デジタル広報の基本／チケット購入者のWEB行動動線／各メディアの特長／実運用例と施設への影響 を、館全体で共有。

1

STEP 1 | 担当者向けレクチャー&勉強会①

事前課題 → アカウント構造・入札戦略の講義 → 一緒に運用する広告の戦略&設計 → 実際の広告設定

2

STEP 2 | 担当者レクチャー&勉強会②

広告マネージャー&GA4でのモニタリング・効果検証 → 改善案の検討 / 広告アカウント・GA4設定／キャンペーンURL・タグ設置 等の応用操作。

3

STEP 3 | 運用サポートミーティング

運用状況のモニタリング&振り返り／広告設定の改善提案／クリエイティブ改善提案を、館の運用に伴走する形で実施。

ステップ0. 全スタッフ向け勉強会

オプション

休館日研修などを活用し、館全体のデジタル広報リテラシーを底上げします。また、これから自館でWEBマーケティング施策を進めていく上でどのような影響があるか、理解し、お客様への対応等にも備えます。

研修内容（例） 半日程度

テーマ		内容
講義	デジタル広報の基本情報	紙媒体・SNS・WEB広告それぞれの役割と、デジタル時代の広報の考え方、専門用語も平易に解説します。
ワーク&講義	チケット購入者のWEB行動	来館者が「公演を知って → 検索して → 比較して → 購入」に至るまでの動線と、各段階で施設が打つべき施策を整理。
講義	WEBメディアの特徴	検索広告／ディスプレイ／動画／SNS広告の特性比較。「どの目的にどの媒体を使うか」を理解する。
ワーク&講義	運用実践例と、施設への影響	他施設での運用実践例、よくある問い合わせ内容、施設側で発生する対応業務など、現場視点で共有します。



ステップ1. 担当者向けレクチャー&勉強会①

事前課題で基礎を整え、講義 → 戦略設計 → 実際の操作までを一日で習得

1日間程度
または半日×2回 等も可能



事前課題

- eラーニング受講
- 出稿予定の広告運用プラン（入札戦略・目標・画像・予算・期間）の素案作成



講義：WEB広告の基礎

- ウェブ広告のアカウント構造
- 広告の入札戦略
- 1 広告 1 ターゲットの基本
- 広告クリエイティブの基本
（画像／動画／見出し／説明文／URLやオプション）
- 媒体選定



設計：広告戦略

実際に運用する広告の戦略を一緒に設計する

- 広告の目標とK P I
- 想定ターゲットと、それぞれに対して表示する広告案
- クリエイティブ（バナー画像）の作成



操作レクチャー：広告設定

実際に運用する広告を一緒に設定する

- 広告管理画面の操作
- 広告設定
- ターゲット設定
- 予算設定
- プレビュー
- 運用状況モニタリング

ステップ2. 担当者向けレクチャー&勉強会②

実データを見ながら効果検証と改善サイクルを覚えます。【広告運用開始から2～3週間後】

半日程度



操作レクチャー：モニタリング

広告およびHP上のユーザー行動モニタリング

- 広告管理画面でのモニタリング
- Google Analytics（HP）でのモニタリング
- 効果検証→HP改善、広告改善の例



操作レクチャー：設定画面

広告マネージャー等のアカウント設定

- 広告アカウント等の設定状況の共有
- 修正や改変する場合の操作方法（権限追加、他サービス連携等）
- キャンペーンURL（パラメータ）、タグなどの設定方法

カルパブから初期設定をご提供



広告アカウント等の初期設定



よく使うモニタリング指標のレポート設定（広告アカウント上）



月次レポートのひな型（Looker Studio等を想定）

ステップ3. 運用サポートミーティング

オプション

担当者の実運用に並走しながら、改善サイクルを定着させます。（月1回 90分 × 全2回 程度）



広告運用状況のモニタリングと改善案の検討

- 運用状況モニタリングと振り返り
- 広告設定の改善案
- 広告クリエイティブの改善案



よくあるトラブルと対処法

- 広告の審査落ち
- 広告費消化が突然上がってしまった
- 計測数値のブレ

必要に応じて作成・サポートの追加も可能です



広告実績の記録フォーマット

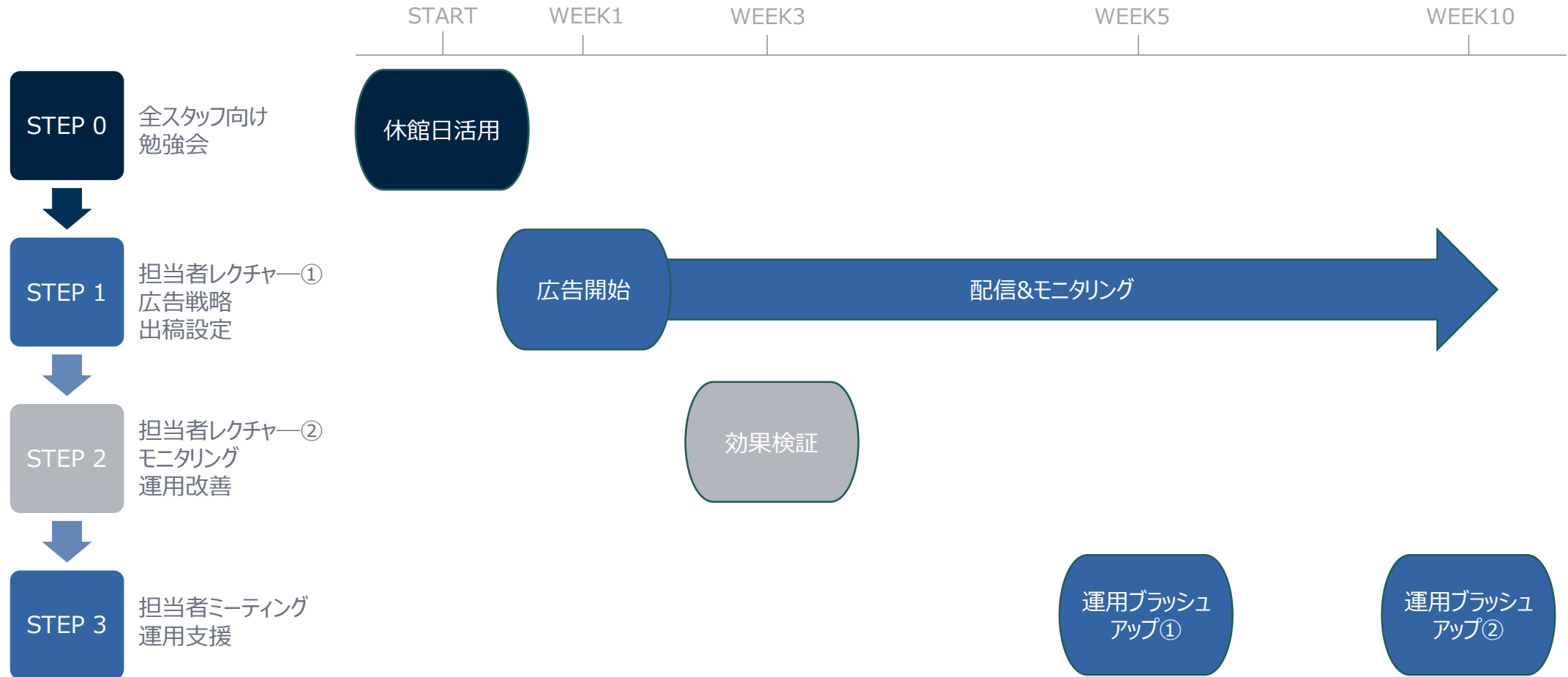


広告予算設計シート



内製化後の定期レビューレポート
（年1回程度）

展開スケジュール イメージ



公演や広告配信スケジュール等に応じて、タイミングや実施回数を調整可能です

パッケージ料金

ご予算やご状況に応じて、必要な部分だけの組み合わせが可能です。

ステップ 1 + 2

ミニмум パッケージ

担当者がひと通り運用できる状態を、最短で

パッケージ料金(税抜)

30万円

※広告実費は別途

- ✓ STEP1 担当者レクチャー①
- ✓ STEP2 担当者レクチャー②
- ✓ 広告アカウント初期設定
- ✓ レポート設定&ひな型提供

ステップ 1 + 2 + 3

標準パッケージ

運用～改善サイクルまで、定着させる

パッケージ料金(税抜)

40万円

※広告実費は別途

- ✓ STEP1+2 担当者レクチャー①②
- ✓ 広告アカウント初期設定
- ✓ レポート設定&ひな型提供
- ✓ **STEP3 運用サポートミーティング 2回**
- ✓ **改善仮説の立て方レビュー**
- ✓ **クリエイティブの改善例**

ステップ 0 + 1 + 2 + 3

フル パッケージ

館全体の足並みを揃えながら、運用力を高める

パッケージ料金(税抜)

50万円

※広告実費は別途

- ✓ **STEP0 全館スタッフ向け勉強会**
- ✓ STEP1+2 担当者レクチャー①②
- ✓ 広告アカウント初期設定
- ✓ レポート設定&ひな型提供
- ✓ **STEP3 運用サポートミーティング 2回**
- ✓ **改善仮説の立て方レビュー**
- ✓ **クリエイティブの改善例**
- ✓ 館内用運用テンプレート提供
- ✓ 年間定期レビュー

※広告運用に必要な広告実費は、直接各媒体にお支払ください

カルパブ

<https://cul-pub.com>

お気軽に
お問い合わせください

