

たった1分で改善点がみつかる

Facebook広告 運用改善シート



この資料の目的

- この資料は、Facebook広告をインハウスで運用している方が正しい運用方法で運用ができているかを確認するための資料です。
- チェック欄がございますので、当てはまったものにチェックをして、最後にチェックの数をカウントしてください。
- 最後のページで、あなたの広告の診断結果をお伝えします。

コンバージョン等の計測について

当てはまる場合は○を記入

コンバージョン設定 をして広告配信している。	
タグマネージャー を使ってタグを埋め込んでいる。(例: GTM, YTMなど)	
Facebookピクセル、カスタムコンバージョン の設定方法を理解している。	
アナリティクスと連携 をして、データに基づいた改善をしている。	
広告最適化に 必要なCVを獲得できている。(1週間で50CV以上)	
マイクロコンバージョン を計測している。	
実際の申込数と 管理画面のコンバージョン数に乖離がない	
標準イベントとカスタムイベント の設定方法を理解している。	
合計	

あと32問です！

ターゲティング設定について

当てはまる場合は○を記入

類似オーディエンス を設定している。	
カスタマーオーディエンス を設定している。	
コアオーディエンス を設定をしている。	
Facebookページにアクションした人 をターゲティング設定している。	
ターゲティング設定で、Facebookピクセルのデータを活用している。	
複数のオーディエンス を組み合わせて配信している。	
類似オーディエンス のサイズ(類似度) を調整している。	
コンバージョンユーザーを配信除外 している。	
合計	

あと24問です！

広告画像について

当てはまる場合は○を記入

配信面によって 広告画像 を使い分けている。(NG例:FacebookとInstagramが同じ)	
公式ポリシーを守った画像 を使っている。(NG例:アダルト系、政治的、グロテスク)	
広告の良し悪しを判断するときは、 CPA を見ている。(NG例: CTRを見ている)	
正方形(1080px×1080px)以外 のサイズも、広告画像を用意している。	
複数の広告画像を用意して、 A/Bテスト を行っている。	
広告画像に、 興味をひくキャッチフレーズ・テキスト を入れている。	
他社の広告画像を参考にする際は、 他業種の商品サービス を参考にしていますか？	
広告画像を作る時、「 広告ライブラリ 」を活用している。	
合計	

あと16問です！

広告文について

当てはまる場合は○を記入

配信面によって 広告文 を使い分けている。(NG例:FacebookとInstagramが同じ)	
「あなた」などの 個人を特定する言葉 を使っていない。	
伝えたいメッセージを なるべく先頭 に入れている。	
ユーザに起こして欲しい 行動 を記載している。(例:3秒で簡単登録、今すぐチェック)	
数字を使って 説得力を持たせている。(例:利用者 ●人突破、最短2日で発送)	
端的で伝わりやすい 文章になっている。	
サービスの「特徴」ではなく「 何が手に入るか(未来) 」を伝えている。	
見出し文 でA/Bテストを行っている。	
合計	

あと8問です！

運用体制について

Facebook広告 運用改善シート

当てはまる場合は○を記入

代理店に依頼している場合、広告配信者との コミュニケーションが密 である。	
代理店に依頼している場合、代理店を 2回以上変えたことがない 。	
代理店に依頼している場合、 運用管理画面が確認 できるようになっている。	
広告の配信結果をうけて、 改善 を繰り返している。	
同じ広告だけではなく、 新しいクリエイティブ を作り続けている。	
広告の管理画面は 毎日確認 している。	
CPAが悪化した時に、 適切な改善 をおこない 安定してCV を獲得できている。	
広告を作るときは、 仮説をもって (広告の意図を考えて)配信をしている。	
合計	

これで最後です！

診断結果

○の数が、、、

- 38点以上 → **かなり完璧**な運用ができています！
- 27～37点 → かなりいい運用ができていますが、改善ポイントが少しあるかも
- 21～26点 → まだCPA(獲得単価)は下げられます。
- 22点以下 → **今すぐ改善**を行った方がいいレベルかと思われます。

それぞれの項目の理由や、具体的な改善提案については、下記メールアドレスからご連絡ください。オフライン、オンラインのどちらでも**無料**でご相談に乗らせていただきます！

→kazuki.k28@sawl.work