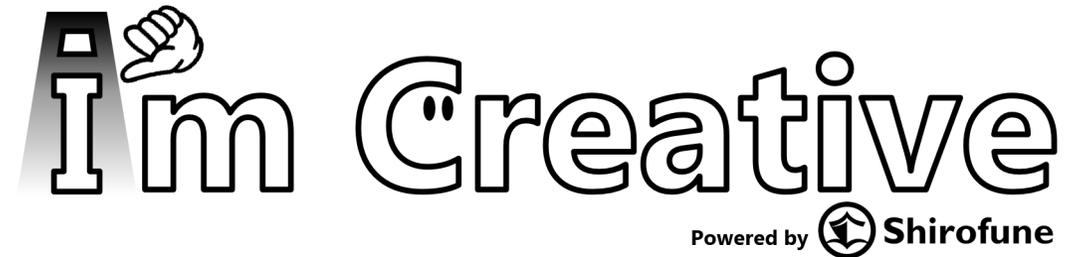


# AIクリエイティブ分析ツール



～クリエイティブの主役はあなた～

## ご利用マニュアル (サマリ版)

2025年4月更新

■ I'm Creativeの利用手順	P.2~19
・ 利用開始までの流れ	P.3~4
・ 分析レポート出力 詳細	P.5~15
STEP1：クリエイティブ解析	
STEP2：解析内容チェック	
STEP3：レポート生成出力	
・ クリエイティブDB 詳細	P.16~19
■ 分析レポートの内容 詳細	P.20~26

# I'm Creativeの利用手順

# I'm Creative利用開始までの流れ | データ取り込み

## 機能の開放

プロモーションに対して  
I'm Creative機能を開放※  
※Shirofune社側での設定となります。

機能が開放されると  
[クリエイティブ分析]タブが  
追加で表示



## 初期データ取り込み

機能開放された翌日に過去分の  
データ※を取得

※過去12週分を遡って取得。  
更に遡っての取得も可能ですので、  
必要な場合はお問い合わせください。

追加されたタブにて  
取り込んだクリエイティブ及び  
配信実績を確認可能



## データ更新

その後毎日1回データを更新取得  
前日に新しくインプレッションが  
発生したクリエイティブを取込み

動画・静止画を取り込む際に  
リンク先LPのキャプチャも取得  
クリエイティブDBで確認可能



# I'm Creative利用開始までの流れ | ゴール設定

クリエイティブDB ([実績から探す]タブ)での表示や、レポート出力で使用するコンバージョンを[ゴール設定]タブにて登録

※デフォルトは『第①優先ゴール』で設定した項目が選択されている状態で表示されます。

一覧から優先ゴール欄にドラッグ&ドロップ

一覧に表示させるゴールを絞り込み可能

変更・設定を保存

・登録したゴール設定をクリエイティブDBで表示選択が可能

・登録したゴール設定をクリエイティブレポート出力時に選択が可能

# 分析レポート出力 詳細

# I'm Creative 分析レポート出力 | 生成出力までのステップ

クリック率・獲得率のパフォーマンス差が生じたポイント～次の改善案までがまとまったレポート

各クリエイティブをAIで自動解析した後、必要に応じてチェックを行い、対象選択してレポート生成出力

## STEP 1 : クリエイティブ解析

分析レポート出力の対象にする  
クリエイティブを選択し 解析を実行

解析完了までに要する目安時間 ※

└ 動画 1本あたり : 20~30分

└ 静止画 1本あたり : 3~5分

## (STEP 2 : 解析内容チェック)

解析完了した内容を確認

必要に応じて追加/削除/変更を行い  
チェックした内容を登録

(非必須のステップ)

## STEP 3 : レポート生成出力

分析対象のクリエイティブ、  
レポート出力期間やゴール設定を選択  
し出力、生成後メールで届く

生成までに要する目安時間 ※

└ 動画レポート : 20~30分

└ 静止画レポート : 5~10分

P.8

P.9~11

P.12~14

※ Shirofune全体での解析・レポート作成稼働状況によって多少前後します。  
動画は長い尺のものやシーン数が多いものは記載した時間以上を要する可能性があります。

## STEP 1：クリエイティブ解析 におけるポイント

最初に大量にクリエイティブ解析実行すると、必要以上に時間が掛かってしまう

- ✓ 分析対象となり得る、配信ボリュームの多い数本を選定して解析を行う

## STEP 2：解析内容チェック におけるポイント

チェック時に補正した内容はAIが学習し、他の広告にも補正内容が適用される

- ✓ 最初の2～3本、目新しい内容の広告を追加した際は  
しっかりとチェック・補正することを推奨

## STEP 1: クリエイティブ解析

## (STEP 2: 解析内容チェック)

## STEP 3: レポート生成出力

[実績から探す]タブ(=クリエイティブDB)から 分析レポート出力の対象にするクリエイティブを検索※ 選択し解析を実行

The screenshot shows the '実績から探す' (Search by Results) tab selected. At the top, there are navigation tabs: サマリー, 詳細, レポートダウンロード, ゴール設定, and クリエイティブ分析. Below these, there are two sub-tabs: '実績から探す' (highlighted with a red box) and 'リストから探す'. The main content area shows 8 items. The first two items have checkboxes (1) checked. A '解析実行' (2) button is highlighted with a red box. The third item is a confirmation dialog box asking '2025年も CPAでの広告運用 を続けますか?' (Will you continue advertising with CPA in 2025?).

項目	広告代理店に任せる	自社で運用
コスト	広告費×20%	広告費×5% (1/4)
コントロール	広告代理店	自社でコントロール
改善スピード	外部なので遅くなる	高速 (レポートボタン1つ)
クリエイティブ	外部なので遅くなる	高速 (自社ですぐ改善)
ノウハウ	広告代理店に依頼	自社にノウハウ貯まる
成果	現状の成果	3倍などの実績あり
手間	広告代理店に依頼	1日10分でプロの運用

### ■ 複数本を一度に解析

- 対象にするクリエイティブの左上にあるチェックボックス(1)にチェックを入れる
- チェックを入れると上部にグレーの帯が出現、そこにある[解析実行]ボタン(2)をクリック
- 選択対象の解析を開始しますか?という確認のポップアップの選択肢で[開始する]ボタンをクリック

STEP 1：クリエイティブ解析

(STEP 2：解析内容チェック)

STEP 3：レポート生成出力

解析完了した内容を確認し、必要に応じて追加/削除/変更を行い、チェック内容を登録

### ■ チェックする方法

- 解析完了後、『チェック未完了』ステータスの[解析チェックを開始 >](①)をクリックし、右画面へ遷移
- コマ割りやそれぞれのシーンでの表現及びカテゴリを確認、必要に応じて修正
- 確認後、[解析チェックを完了]ボタン(②)をクリックし登録※

猫\_動画 / プレビュー再生

タイムライン

1コマ 3秒 2コマ 3秒 3コマ 1秒 4コマ 4秒 5コマ 4秒

00:00 00:03 00:06 00:07 00:11

① 表現のカテゴリが正しいかを確認し、補正を完了してください。

表現	表現タイプ	表現の名称・テキスト	カテゴリ
1-1	物体	猫	【物体】商品・人以外 > 動物・虫・キャラクター
1-3	物体	パソコン	【物体】商品・人以外 > スマホ・PC
1-1	テキスト	広告運用	【テキスト】一般商材・一般サービス > デジタルサービス
1-2	テキスト	CPA	【テキスト】悩み・ニーズ > マーケティングの悩み

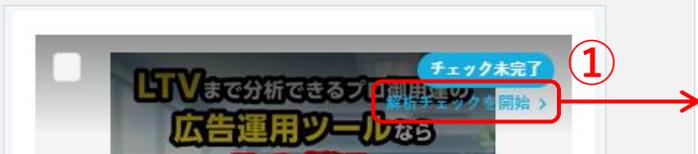
途中保存 解析チェックを完了 ②

(動画の場合) シーン判定のコマ割り結果が表示

シーンの削除/追加が可能

各シーンで判定された表現(物体表現とテキスト表現)及びカテゴリが表示

表現の修正/追加/削除が可能



STEP 1：クリエイティブ解析

(STEP 2：解析内容チェック)

STEP 3：レポート生成出力

## シーンを削除する方法

- ・上部に表示されているコマ割り部分にて、削除したいシーンの右上トグルボタン(①)をクリック



## シーンを追加する方法

- ・上部に表示されているコマ割り部分にて、タイムライン上にカーソルを合わせて追加したいシーンで[追加]ボタン(②)をクリック
- ・追加されたシーンを確認後、最下部の[追加したシーンを再解析]ボタン(③)をクリックして追加シーンの再解析へ



STEP 1：クリエイティブ解析

(STEP 2：解析内容チェック)

STEP 3：レポート生成出力

## 表現の名称(内容)やカテゴリを変更する方法

・表現の名称/テキストは直接内容を編集可能

・カテゴリを変更したい表現の  
カテゴリ表示右の[>]をクリック

・小画面が表示され、カテゴリの変更選択・入力が可能



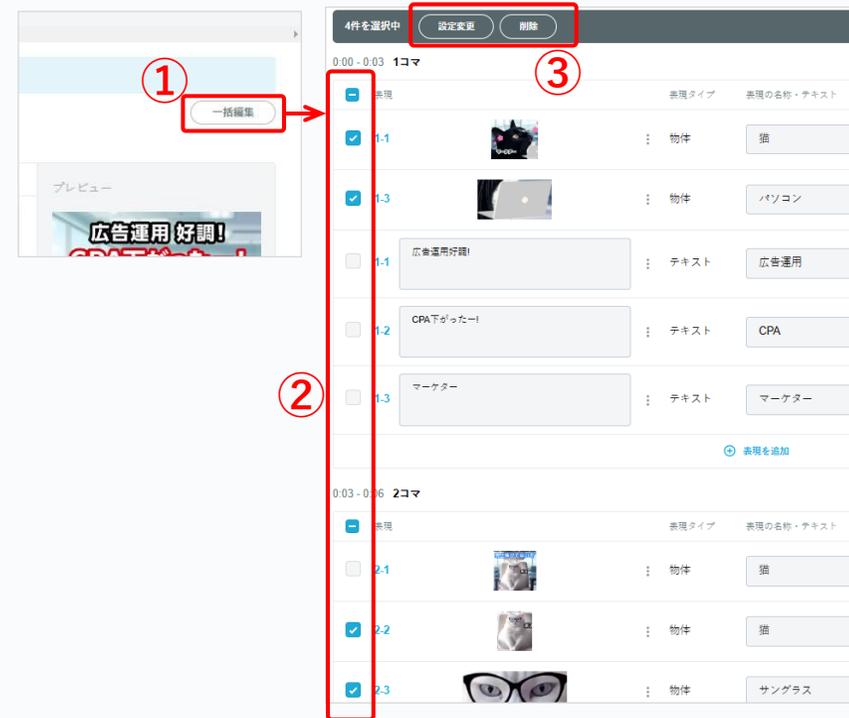
## 表現を追加する方法

・表現を追加したいシーンの下部の[+表現を追加]をクリックして表現範囲を選択して決定



## ■ 複数の表現を一括で削除・編集する方法

- ・上部タイムラインの右下の[一括編集]ボタン(①)をクリック
- ・表現の左に出てくるチェックボックス(②)で対象を選択し  
[削除] or [設定変更]ボタン(③)をクリック



# I'm Creative 分析レポート出力 | STEP 3 : レポート生成出力

STEP 1 : クリエイティブ解析

(STEP 2 : 解析内容チェック)

STEP 3 : レポート生成出力

## [実績から探す]タブ(=クリエイティブDB)から 分析レポート出力 (ページ1/2)

- ・ [実績から探す]タブ(=クリエイティブDB)で、任意の期間や範囲でクリエイティブを検索表示
- ・ 分析の対象(または対象の候補)にするクリエイティブの左上チェックボックス(①)にチェックを入れる  
(解析が完了している『チェック未完了』と『チェック済み』ステータスのものがレポートダウンロード候補になる)
- ・ チェックを入れると上部にグレーの帯が出現、そこにある[レポートダウンロード]ボタン(②)をクリック  
→レポートをダウンロードという小画面が表示(次ページへ)

The screenshot shows a list of three creative items. Each item has a checkbox (①) in the top-left corner. A red box highlights the 'レポートダウンロード' button (②) in the top navigation bar. The items are:

- ボブ女子\_動画 (Status: 運用中)
- Shirofune (Status: 運用停止)
- 猫\_動画 (Status: 運用中)

Each item card displays a thumbnail, duration, and various performance metrics like '利用金額', 'クリック率', '獲得率', and '買頭視聴率'.

The 'レポートをダウンロード' dialog box shows a list of selected creatives (3 items). The list includes:

- ボブ女子\_動画 (Meta)
- 猫\_動画 (Meta)
- Shirofune (Google)

At the bottom, there are options for '期間指定' (2025-01-01 - 2025-03-31), '出力ゴール' (資料&WPダウンロード+代理店), and a 'レポートをダウンロード' button.

STEP 1 : クリエイティブ解析

(STEP 2 : 解析内容チェック)

STEP 3 : レポート生成出力

## [実績から探す]タブ(=クリエイティブDB)から 分析レポート出力 (ページ2/2)

・必要に応じて各項目を選択/変更

※デフォルトは[実績から探す]タブ選択時の  
粒度や期間等を引き継いで設定

※ レポートの出力モード設定を[トグルボタン]で変更可能

・自動選択モード(デフォルト)

→分析対象と比較対象のクリエイティブを自動選択

・手動選択モード

→分析対象と比較対象のクリエイティブを自身で選択

└動画 : 分析対象は1つ、比較対象は1~3つ選択可能

└静止画 : 分析対象は1つ、比較対象は1~9つ選択可能

レポートをダウンロード

広告粒度 素材粒度 Q クリエイティブを追加

選択中のクリエイティブ 3

クリエイティブ名	媒体	キャンペーン/広告グループ
広告適用 CPAの先	Meta	FACE:LTV運用ツール:LTV運用 / LTV運用ツール_利用者層:all
猫_動画	Meta	FACE:LTV運用ツール:LTV運用 / LTV運用ツール_利用者層:all
Shirofune	Google	Leads-Performance Max_Shirofune / (P-MAX Asset Group)

期間指定 2025-01-01 - 2025-03-31

評価項目 獲得数

出力ゴール ① 資料&WPダウンロード + 代理店

レポートをダウンロード

その他の設定を表示

STEP 1 : クリエイティブ解析

(STEP 2 : 解析内容チェック)

STEP 3 : レポート生成出力

レポート生成が完了後、作成者宛にメールで通知、メール本文URLからZIPファイルをダウンロード可能

【レポート送付】 クリエイティブ分析レポート 外資系転職エージェント 受信トレイ x



ShirofuneSupport <system@shirofune.com>

To 自分 ▼

様

いつもお世話になっております。

クリエイティブ分析レポートを送付致します。

レポート期間 : 2024-02-21~2025-02-18

選定対象、及び比較分析レポートをご確認ください。

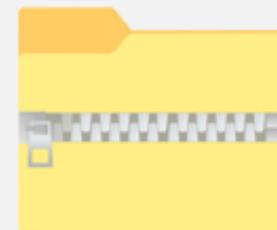
下記URLよりダウンロードが可能です。

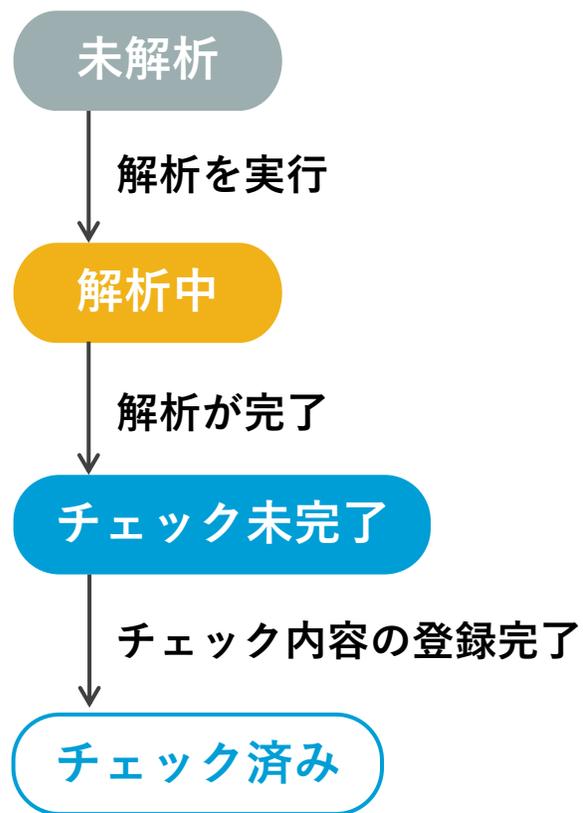
[https://shirofune-application.s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/creative\\_analysis/storage/0fcff674-da74-435d-a7e2-22957ac7d783/13/video\\_format/2\\_20250219082704/%E5%88%86%E6%9E%90%E3%82%B5%E3%83%9E%E3%83%AA\\_250219082710.zip](https://shirofune-application.s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/creative_analysis/storage/0fcff674-da74-435d-a7e2-22957ac7d783/13/video_format/2_20250219082704/%E5%88%86%E6%9E%90%E3%82%B5%E3%83%9E%E3%83%AA_250219082710.zip)

以上、宜しくお願い致します。

※このメールはシステムより自動配信されています。

返信はお受付できませんので、ご了承ください。





『チェック未完了』・『チェック済み』  
をレポート出力対象として選択可能

# クリエイティブDB ([実績から探す]タブ)詳細

# クリエイティブDB ([実績から探す]タブ) | 柔軟な検索・絞り込み・並び替え

様々な切り口で検索や絞り込みが可能

出稿期間: 2024-12-01 ~ 2025-01-31

実績集計単位: 広告単位, 素材単位

媒体:  すべての媒体 (Meta, TikTok)

配信ステータス:  運用中,  運用停止

素材タイプ:  動画,  静止画

クリエイティブサイズ:  すべてのクリエイティブサイズ (1:1 (720×720), 1:1 (1080×1080), 4:5 (720×900), 9:16 (1080×1920))

解析ステータス:  すべての解析ステータス (未解析, チェック未完了, チェック済み)

出力ゴール: 注文 + 登録完了

タグ: タグを入力

集計タイプ: 期間集計, 配信初動

キャンペーン: キーワードを入力

広告グループ: キーワードを入力

LP: キーワードを入力

登録素材名: キーワードを入力

登録広告名: キーワードを入力

カテゴリ:  すべての大カテゴリ (【物件】人物・人のパーツ, 【物件】企業・商品, 【物件】商品・人以外),  すべての小カテゴリ (人のパーツ(イラスト), 人のパーツ(写真), 人物(イラスト)\_顔の人)

この条件で検索

指標を選択しての並び替えも可能

11件

表示順: 獲得率 (dropdown menu), 降順, 表示回数下限: 1

表示内容: 実績数値, カテゴリ

指標を選択しての並び替えも可能

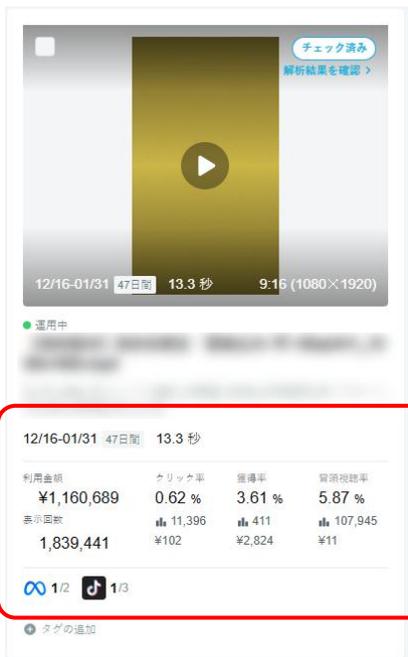
広告ID	運用中	利用金額	クリック率	獲得率	買得转化率
250106_shirofune社Meta広告(黒船2)	●	¥3,450	0.85%	33.33%	--
250106_shirofune社Meta広告(黒船2)	●	¥4,436	0.43%	8.33%	--
猫_動画	●	¥3,630	0.24%	7.14%	6.94%

# クリエイティブDB ([実績から探す]タブ) | 媒体横断しての素材集計

実績集計単位トグルボタン(①)で表示粒度を切り替え可能

[広告単位]：広告ID粒度で表示

[素材単位]：素材粒度で集計して表示



MetaとTikTokを横断した集計表示

- ・選択した期間内の、どの期間にどこでどのくらい配信されたかを確認可能
- ・現状のステータス（どこでいくつ配信されているか）を確認可能

媒体	表示回数	利用金額	クリック率	獲得率	買頭視聴率
合計	1,839,441	¥1,160,689	0.62 %	3.61 %	5.87 %
Meta	68,335	¥188,886	0.93 %	8.53 %	12.21 %
TikTok	1,771,106	¥971,803	0.61 %	3.32 %	5.62 %

キャンペーン / 広告グループ	LP	広告名	配信ステータス	配信期間	選択期間 Imp日数	Imp期間 CV貢献度
TikTok			● 運用停止	2024.12.17 - 2025.01.14	29日間	26%
TikTok			● 運用中	2025.01.08 - 2025.01.12	5日間	0%
TikTok			● 運用停止	2024.12.17 - 2025.01.31	46日間	60%
Meta			● 運用停止	2024.12.16 - 2024.12.20	5日間	1%
Meta			● 運用中	2025.01.10 - 2025.01.31	22日間	12%

クリックで小画面が表示  
ステータス・配信詳細へ

# クリエイティブDB ([実績から探す]タブ) | タグ設定・タグ付きレポート

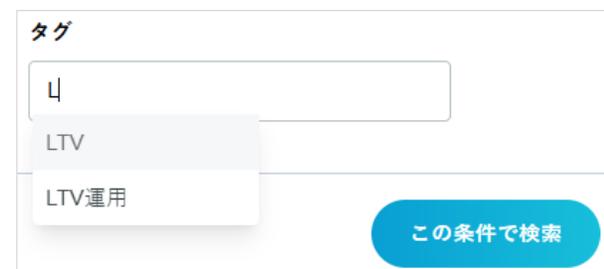
## 広告・素材毎に任意でタグ情報を登録可能

### ■ 複数の広告・素材に一度に登録

- 登録対象にするクリエイティブの左上にあるチェックボックス(①)にチェックを入れる
- 上部にグレーの帯の[タグの一括編集]ボタン(②)からタグの登録・編集が可能



- 登録したタグで検索・絞り込みが可能  
検索入力時に、登録したタグとマッチした場合は、候補としてサジェストが表示



- クリエイティブDBで表示しているクリエイティブと実績をタグ付きでレポート出力可能



# 分析レポートの内容 詳細

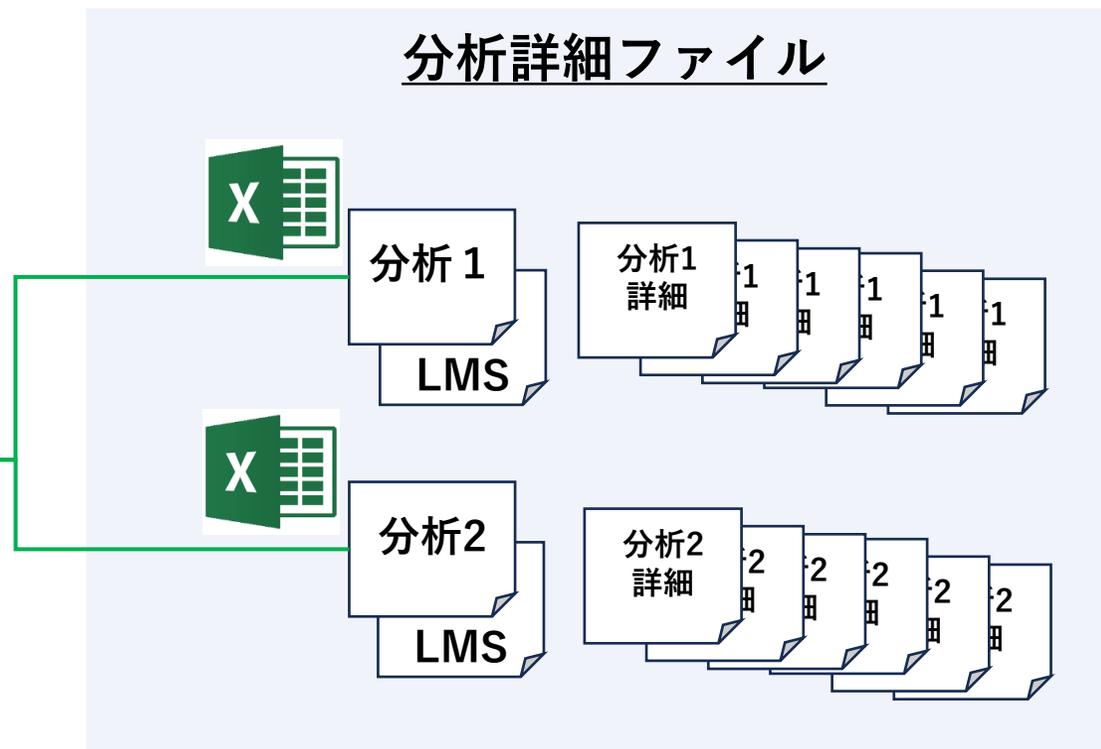
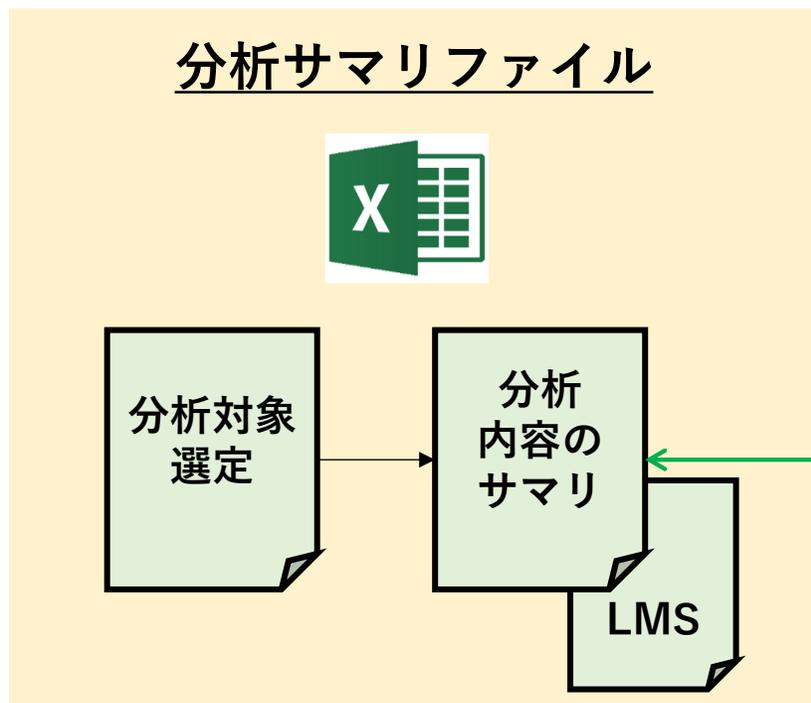
# 分析レポート | 出力したファイル種類

## 【分析サマリファイル】※

- ・分析対象選定シート  
→何を分析対象にして何と比較したかを整理
- ・分析内容のサマリシート (& LMSシート)  
→各比較分析の 差の要因仮説～改善案をピックアップ

## 【分析詳細ファイル】

各比較分析毎にファイルが生成され、分析詳細データの内容やグラフ化された情報等が確認できるシート



※仮説と改善案のみを一通り見たい場合は、分析サマリファイルのみをご確認ください。

レポート出力時に選択した 評価項目 で、何を分析対象とし  
何を比較対象にして分析したかを判定した内容が判断データと共に確認可能

クリック率ランキング

No.	広告名	広告	表示回数	クリック数	クリック率	クリック単価	ご利用金額	獲得数	獲得率	獲得単価
No1	広告名1広告名1広告名1	サムネイル	470,000	6,600	1.40%	¥255	¥1,700,000	50	0.76%	¥34,000
No2	広告名2広告名2広告名2	サムネイル	480,000	5,500	1.15%	¥222	¥1,250,000	55	1.00%	¥22,727
No3	広告名3広告名3広告名3	サムネイル	200,000	1,650	0.83%	¥403	¥600,000	19	1.15%	¥31,579
No4	広告名4広告名4広告名4	サムネイル	420,000	2,800	0.67%	¥434	¥1,200,000	23	0.82%	¥52,174

① 比較分析	
サムネイル	分析対象
サムネイル	比較対象 -17.6%
サムネイル	比較対象 -39.9%
サムネイル	比較対象 -52.5%

獲得率ランキング

No.	広告名	広告	表示回数	クリック数	クリック率	クリック単価	ご利用金額	獲得数	獲得率	獲得単価
No3	広告名3広告名3広告名3	サムネイル	200,000	1,650	0.83%	¥403	¥600,000	19	1.15%	¥31,579
No2	広告名2広告名2広告名2	サムネイル	480,000	5,500	1.15%	¥222	¥1,250,000	55	1.00%	¥22,727
No4	広告名4広告名4広告名4	サムネイル	420,000	2,800	0.67%	¥434	¥1,200,000	23	0.82%	¥52,174
No1	広告名1広告名1広告名1	サムネイル	470,000	6,600	1.40%	¥255	¥1,700,000	50	0.76%	¥34,000

比較対象：分析対象比で獲得率が15%以上差があるCR

③ 比較分析		④ 比較分析	
サムネイル	分析対象		
		サムネイル	分析対象
サムネイル	比較対象 -28.2%	サムネイル	比較対象 -16.0%
サムネイル	比較対象 -34.2%	サムネイル	比較対象 -23.0%

# 分析レポート | 分析サマリファイル > 要因仮説と改善案まとめシート

比較差分の大きいカテゴリ・表現から、パフォーマンス差の要因仮説 及び 仮説を踏まえた改善案を提示



※配信属性データ (当比較分析の対象となった広告を經由して獲得に至った人の属性)

- 性別の割合: 男性 33.3% 女性 66.7%
- 年齢の割合: 18-24歳:0.0% 25-34歳:43.3% 35-44歳:48.3% 45-54歳:8.3% 55-64歳:0.0% 65+歳:0.0%

## 特徴差分 ランク1位 カテゴリ

大カテゴリ名	小カテゴリ名	差の値	分析対象	ユニーク	表現	値
[テキスト] 悩み・ニーズ	悩み	20.4%	24.4%	✓	どうしよう	6.6%
				✓	わからない	13.4%
				✓	悩み	4.5%

属性別の配信実績を元に  
メインターゲットの  
性別年代を踏まえて仮説や改善案を出力

カ  
テ  
ゴ  
リ

仮  
説

改  
善  
案

宇宙を背景にした幻想的な世界観の中で、「わからない」「どうしたらいい?」といった素直な悩みの言葉を大きく配置したことで、広告運用の課題に直面して孤独を感じているマーケターの心理に強く響いたと考えられます。特に25-44歳の女性マーケターに対して、自分の抱える不安や迷いを代弁するような表現方法が、共感を通じた心理的な接近を生み出したと推測されます。

広告運用における具体的な悩みのシチュエーションを、より宇宙的で幻想的な世界観の中で表現することで、視聴者の感情により深く訴求します。

改善案の方向性1: 広告運用の具体的な課題を、宇宙空間での孤独な体験として表現する  
例・銀河の渦の中で途方に暮れる様子と共に「ROASの計算は合っているのに…」というテキストを配置  
・流れ星の中を漂いながら「どの指標を信じればいい?」という言葉投げかける  
・複数の惑星が並ぶ中で「正しい判断ができていないのかな」という不安を表現

改善案の方向性2: マーケターの内なる声を、星空の広がりと共に表現する  
例・満天の星空を背景に「毎日のレポート、これでいいのかな」という心の声を浮かび上がらせる  
・オーロラのような光の中で「もっと効果的な運用方法があるはず」という期待と不安を表現  
・星座が繋がっていく様子と共に「答えが見つからない」というテキストを展開

改善案の方向性3: 解決への希望を、宇宙の光の演出と組み合わせる  
例・暗い宇宙空間に差し込む光と共に「この数字、本当に正しいの?」という疑問を投げかける  
・星雲の中から現れる光の道と共に「どこに向かえばいいんだろう」という迷いを表現  
・複数の銀河が交差する中で「もっと確実な方法があるはず」という探求心を描写

## 差分からの改善案に加えて、『I'm Creative』内に蓄積されたナレッジ※からのチャレンジ案も提案

※レポートを出力されるプロモーションやアカウント内に限ったナレッジではありません。

The screenshot shows a report interface with a sidebar on the left containing navigation icons for 'チャレンジ案' (Challenge Cases), '要因仮説' (Hypothesis), and '改善案' (Improvement Cases). The main content area is divided into several sections:

- 比較分析:** A table comparing performance across different categories.
- 特徴的なランクアップ:** A table showing specific ranking improvements.
- 特徴的なランクダウン:** A table showing specific ranking declines.
- 改善案:** A section containing text-based recommendations. A red dashed box highlights a specific case:
  - 「広告費、本当に効果的に使えていますか?」というテキストと共に、PCの前で頭を抱える黒猫を表示し、その横に散りばめられた金貨が消えていくアニメーションを組み合わせ、広告費の無駄遣いへの不安を可視化します。

広告通用の課題に対して、**視聴者の内面に訴えかける問いかけを行うことで、自己投影を促し、クリック率の向上を図ります。**

- 例・「広告費、本当に効果的に使えていますか?」というテキストと共に、PCの前で頭を抱える黒猫を表示し、その横に散りばめられた金貨が消えていくアニメーションを組み合わせ、広告費の無駄遣いへの不安を可視化します。
- ・「あなたの会社の真のターゲット層、把握できていますか?」というテキストと、迷路の中で道に迷う黒猫の姿を組み合わせ、ターゲティングの不確かさへの不安を表現します。
- ・「今の広告通用、このままで大丈夫?」というテキストと、秒時計の中で焦る黒猫のアニメーションを組み合わせ、時間とともに流れる広告予算への焦りを演出します。

## 動画の場合は、改善案を元動画に反映させる際の より具体的なシーンの組み込み案を提示

具体的改善案

改善案1



▼仮説

広告運用に関する専門的な課題を、猫のキャラクターを用いて親しみやすく表現したことで、主要ターゲットである30-40代男性マーケターの共感を得やすくなり、獲得率の向上につながったと考えられます。特に、黒猫マーケターが抱える具体的な悩みと、メガネをかけた白猫ボスからの指摘という、現場で起こりうるシチュエーションを可愛らしく演出することで、視聴者の心理的な抵抗感を下げながら課題認識を促すことができたと推測されます。

▼改善案

猫のキャラクターを活用した親しみやすい表現を維持しながら、より具体的な業務シーンや課題に焦点を当てることで、ターゲットの共感をさらに高める  
 改善方向性: マーケターの日常的な悩みシーンをより具体的に描写  
 具体例: 深夜まで残業する黒猫マーケターが、複数のツールを行き来する煩雑な作業に困惑するシーン

▼改善案を入れ込んだ具体案

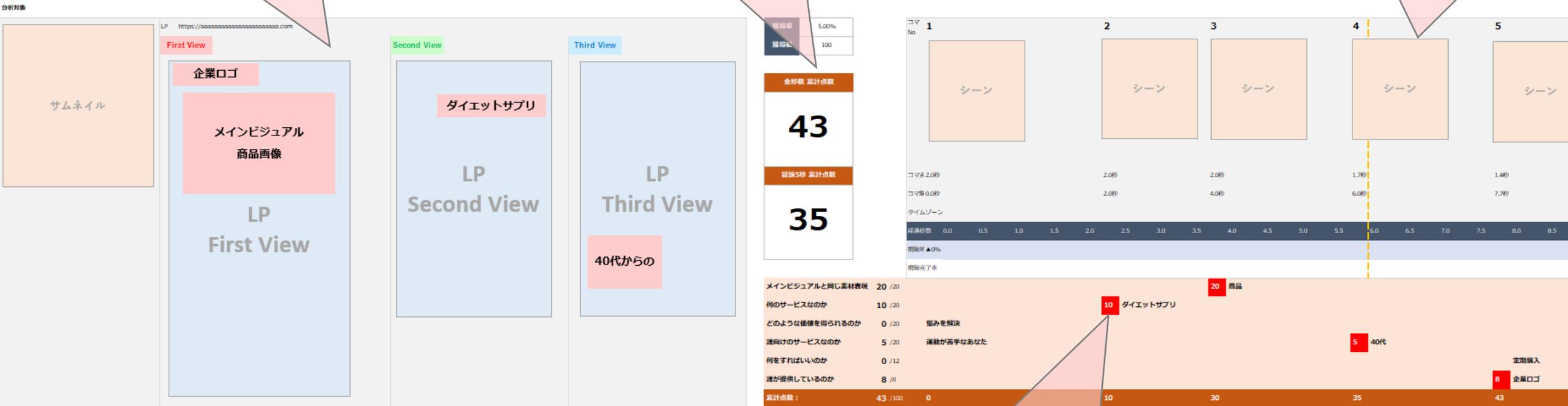
変更箇所	シーン概要	シーン詳細
	広告運用の成果を喜ぶマーケター	黒猫のマーケターが、CPAが下がり広告運用が好調なことを喜ぶ様子。オフィスでPCを操作する設定。ピンクの花で可愛い雰囲気演出
	上司からの指摘	メガネをかけた白猫のボスが、CPAは下がっているものの売上が伸びていない現状を指摘。経営者視点からの厳しい指摘を表現
✓	深夜まで残業するマーケターの苦悩	深夜のオフィスで、黒猫マーケターが複数のツールを行き来しながら煩雑な作業に困惑する様子。デスクにはコーヒーカップと散らかった書類が置かれ、疲れた表情を浮かべている
	コンバージョン分析の課題	宇宙を背景に困惑する黒猫の表情で、売上につながるコンバージョンと、そうでないものの判別ができない悩みを表現。問題提起のクライマックス
	ツールによる解決策の提示	LTV分析機能を備えた広告運用ツールのダッシュボード画面を表示。黒猫が興味した表情で解決策を発見した様子。具体的な分析画面とともに無料トライアルへの誘

# LPとの整合性をスコアリングしたLMSシートでの比較分析詳細

LPのFirst ~ Third Viewにて  
広告内の表現とマッチする部分が  
ハイライト

全体秒数のLMSと  
冒頭5秒でのLMSで採点

シーン推移が秒数と共に可視化  
※各視聴完了率の箇所と数値も確認可能



各シーンにて採点項目に該当する表現が抽出、  
LPと表現が同一のものに点数が入る

# Aim Creative

Powered by  Shirofune