

クリック率最上位 (65万クリエイティブ中)

クリエイティブ TOP5の 5つの成功要素

クリック率国内トップクラスの「秘密」
〈2021年11月度CTR版〉

国内No.1 広告運用ツール『Shirofune』が
クリック率 (CTR) が非常に高いクリエイティブTOP5を分析。
(65万クリエイティブの中、最上位のTOP5。国内最高レベルです)
そのクリック率を高める5つの成功要素を特別に公開します。

No.1 広告運用ツール「Shirofune」

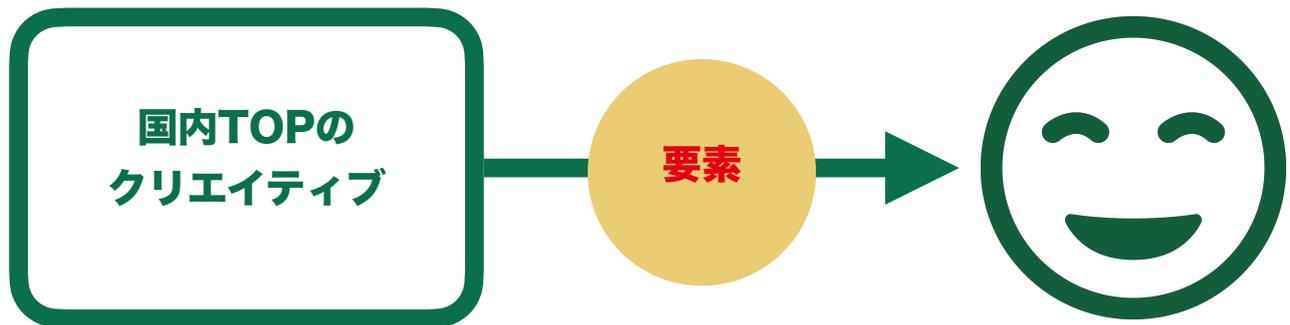
- 国内トップのクリエイティブ

国内トップのクリエイティブは何が違うのか？

国内トップのクリエイティブはどのようなクリエイティブか？

あなたが広告運用の成果をあげたいなら、きっと知りたいはずです。

今回は国内トップクラスのクリエイティブの「要素（違い）」を公開し、あなたのクリエイティブを高め、ひいては広告運用の成果を高めることにつなげていきたいと考えています。



国内No.1広告運用ツール『Shirofune』

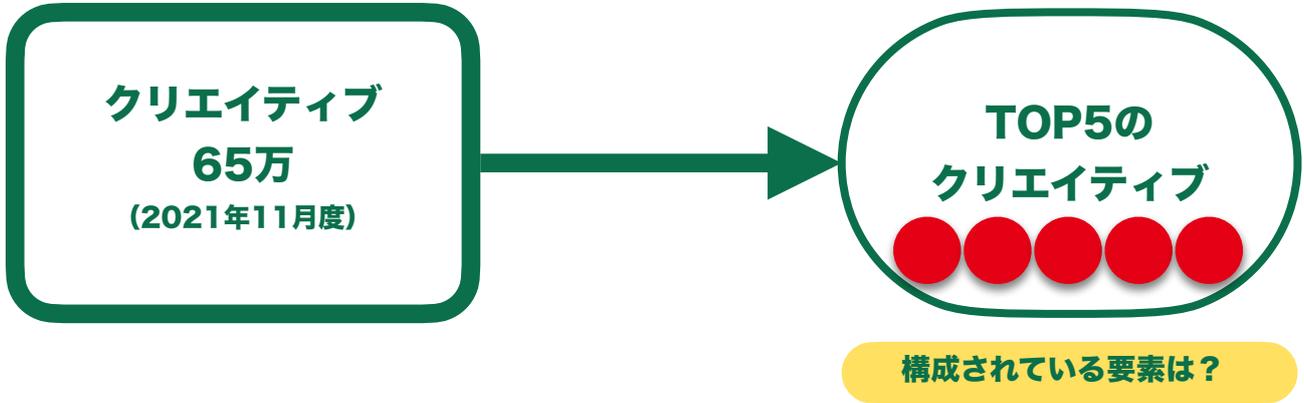
No.1広告運用ツール『Shirofune』は、大手から中小規模の広告代理店、大手企業から成長企業に至るまで8,000超の多くの広告運用に利用いただいています。

そこで展開される広告クリエイティブは2021年11月1日から31日の1ヶ月のみで65万本。まさに膨大なクリエイティブが展開されています。



国内トップクラスのクリエイティブは他と何が違うのか？

65万のクリエイティブの中で最高のクリエイティブである「TOP5のクリエイティブ」を専門家の協力も得て、どのような要素で構成されているかを分析しました。



The image shows a screenshot of a large data table with multiple columns and rows, likely representing creative analysis data. A large blue callout box is overlaid on the table, containing the text: **分析の一部です <クリエイティブ分析状況> ※守秘義務の関係で画像処理をしています**

CONFIDENTIAL

分析結果にはあなたが「当然」と考えるものもあるかもしれません。

ただ、世の中には膨大なマーケティングや広告の情報が氾濫していて、何が正しいのか、何が間違っているのか、何を優先すべきかがわからなくなりがちです。

だからこそ「要素」を明確にし、優先順位を明らかにすることで、あなたの広告運用での失敗や間違いが減少し、成果につながっていきます。

TOP5の成功する要素

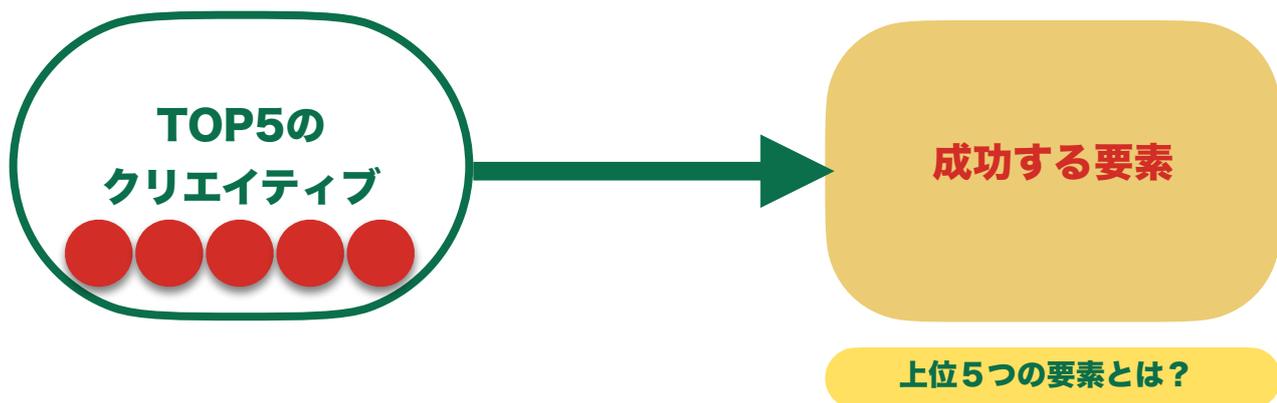
今回の分析結果では、TOP5のクリエイティブで使われている「要素」は26。
計26の要素でクリエイティブが構成されています。

今回はその26のうち、上位TOP5の要素を初公開します。

国内トップクラスのクリエイティブ、その5つの「成功する要素」です。

それらを押さえることで、あなたの広告運用が確実に有利になります。

では、あなたに特別に公開していきます。



- クリエイティブTOP5 (CTR) の5つの要素とは

クリック率 (CTR) が高い「クリエイティブTOP5」は何の「要素」を用いているのか。あなたの広告運用のクリック率を上げていくため、1位から5位を特別に公開します。

前提条件

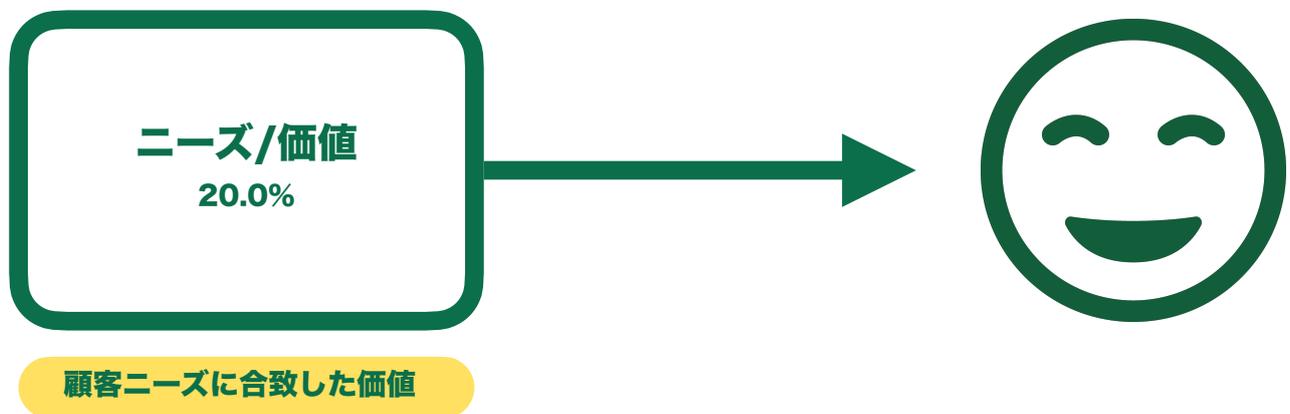
- **対象期間**：2021年11月1日～2021年11月末日
- **対象クリエイティブ (全)**：650,000
- **クリエイティブTOP5**：クリエイティブ650,000の中、CTR上位5位までのクリエイティブ
- **本資料の「%」**：クリエイティブTOP5に用いられた全要素を100%とした場合の「%」。10%、20%ほどの数値でも非常に高い。
- **守秘義務**などのため、企業や商品が特定される表現は控えています。

1位：ニーズ/価値 20.0% (TOP5に用いられた全要素を100%とした場合)

顧客にとっての「価値」

特に顧客ニーズに合致した「価値」がクリック率を高める第1位の要素 (20.0%)

クリエイティブTOP5では、「誰々のための○○」など特定のターゲットのための価値や、24時間提供するサービスなど競合商品との明確な違いを「価値」として伝えるものが多い。



2位：商品/サービス名 16.4% (TOP5に用いられた全要素を100%とした場合)

「商品、サービス名」がクリック率を高める第2位の要素（16.4%）

「商品、サービス名」以外の名称としては「企業名」もあるが、企業名は1.6%と高くない。ブランド力や認知度にもよるが、TOP5ではクリック率を高める要素として企業名以上に商品/サービス名が用いられている。



3位：行動 14.5%

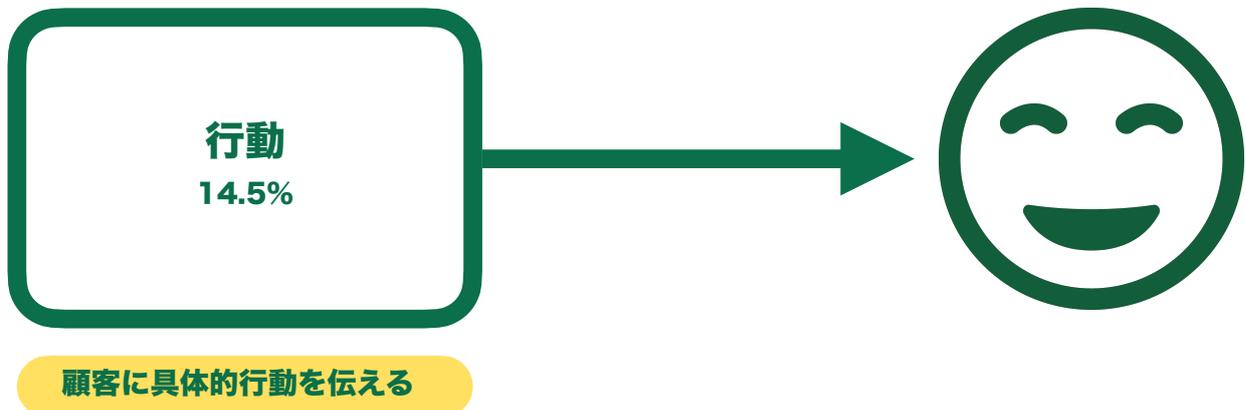
顧客にどのような行動をしてほしいのか。

「行動」に関することがクリック率を高める第3位の要素（14.5%）

顧客が次にとるべき「具体的な行動」を伝える。

TOP5のクリエイティブには「問い合わせはこちら」などの問い合わせや資料請求を促すもの、また「個別相談」など相談などの行動に「個別」などの価値を加えたものがある。

（顧客に関する要素はさまざまだが、「行動」はかなり上位に位置する）



4位：期間（セールなど） 9.1% (TOP5に用いられた全要素を100%とした場合)

セールなどの期間を伝えるものがクリック率を高める第4位の要素（9.1%）

時間を伝えるケースでは「期間」「開始（スタート）」「最後（締切）」などがあるが、「期間」が圧倒的に高い。

クリエイティブTOP5では「何月何日から何月何日まで」という期間を特定して伝えるものだけでなく、期間を特定せずに「セール開催中」などと（期間中だと）伝えるものがある。

価値が「ある特定の期間」だけ提供されると伝えることが重要



5位：公式 7.3% (TOP5に用いられた全要素を100%とした場合)

「公式」は文字通り、公式の広告/サイトであることを伝えるもの。

クリック率を高める第5位の要素で7.3%（CVRでは3位だが、いずれにしても高い）。

クリエイティブTOP5ではヘッドラインで公式と伝えるものが100%（つまり、早い段階で「公式」と伝えている）。また、今回の分析結果では表現は「【公式】」のみとなる。

（カッコをつけずに「公式」と伝えるクリエイティブもあるが、CTRのTOP5では【公式】）。



まとめです

今回の分析結果は2021年11月度のクリック率TOP5のクリエイティブの傾向です。
定期的に公開する予定なので、継続してチェックしていただくことで、あなたの広告運用のクリエイティブがより改善していきます。

	%
ニーズ/価値	20.0%
商品/サービス名	16.4%
行動	14.5%
期間（セールなど）	9.1%
公式	7.3%

最後に、あなたへの質問です

最後にあなたへの質問です。
全てを反映する必要はありませんが、ぜひ参考にしてください。

- 顧客が求める明確な「価値」を伝えていますか？
- 商品/サービス名を伝えていますか？
- 顧客が次にとるべき具体的な行動を伝えていますか？（できるだけ価値を感じさせるもの）
- 価値を提供する「期間」があれば、それを伝えていますか？
- 公式と伝えていますか？

知識を得ることより、優先順位を把握し確実に実施することが重要です。
あなたのクリエイティブが少しでも改善し、成果につながることを願っています。

No.1 広告運用ツール『Shirofune』個別説明会

貴社の売上を最大化する！好評の個別説明会です

1. 貴社が広告運用で売上最大化するために必要なこと
2. 具体的な成功事例など

お申し込みURL：https://share.hsforms.com/1HF5VQKJaQmy_f_zBe24s_Q54a5q

※ムリな売り込みはしません。ご安心ください。

講師：竹下智視（たけした ともみ）株式会社Shirofune取締役
経歴

- ・サイバーエージェント（2007年-）※ネット広告国内1位
サイバーエージェントの広告運用の中核メンバー
- ・京都大学卒業
リスティング広告に関する卒業論文
『検索連動型広告のテキスト広告における広告表現の特異性について』
(運用型広告に関する国内初の卒業論文だと思われる)



広告運用こそ Shirofuneです

最後までご覧いただきありがとうございます