

新時代のWEB広告

売上UPを望む全てのお客様に売上UPを実現する

合同会社謙虚のご紹介



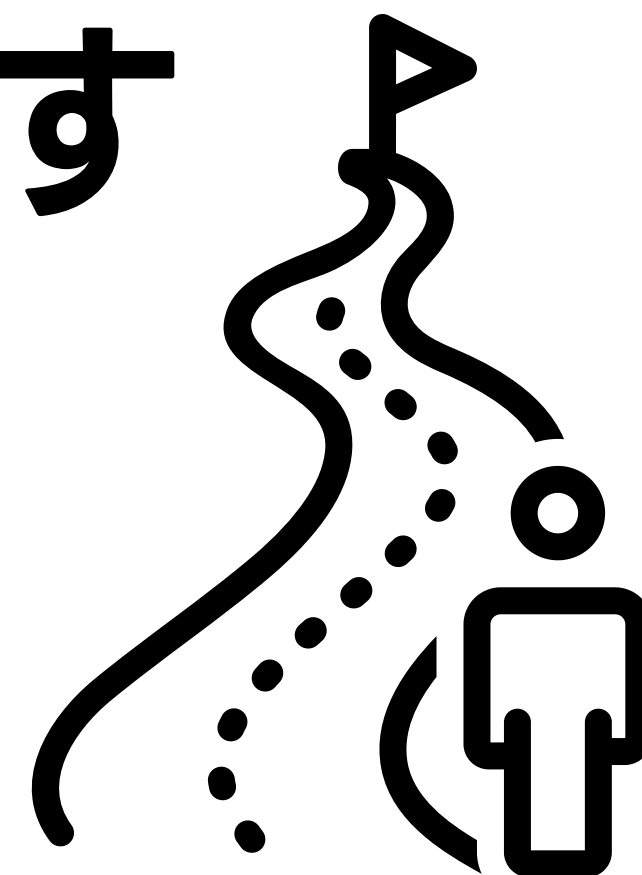
合同会社謙虚は？

WEB広告の 代理店です



WEB広告の代理店とは？

WEB広告を
御社の代理で行い
手数料をいただく会社です



合同会社謙虚が考えるWEB広告の成功とは？

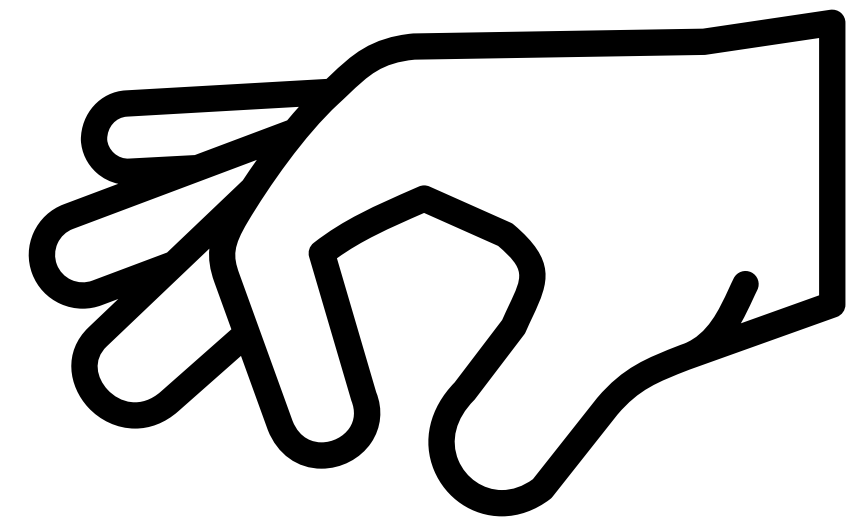
御社の売り上げアップを
ゴールと考えております

広告のゴールが売り上げアップって当たり前なんじゃないの？

売り上げアップをゴールに設定していない
広告代理店もたくさんあります

売り上げアップをゴールにしていない会社は
何をゴールにしているの？

- ・ 広告を出すことをゴールにしている会社
- ・ 広告をクリックされることをゴールにしている会社
- ・ 広告を目立たせることをゴールにしている会社
- ・ 広告代理店の売り上げアップをゴールにしている会社



売り上げアップをゴールにするってつまりどういうこと？

合同会社謙虚が考える売り上げアップをゴールにする
というのは簡単にいうとどういうこと？

広告費 < 売上

（お客様の）

かけた広告費以上に売上を上げなくてはいけない理由

お金をかけた広告で得た売上が、
その広告費以上でないと、
ビジネスを続けることができなくなり
成長もできません。





つまり

お金をかけるからには
それ以上稼ぎましょう



広告って大事ですよ。新しいお客さんを呼び寄せたり、今のお客さんともっと仲良くなる手段です。でも、広告にお金をかけるってことは、そのお金以上に売り物（商品やサービス）を売って利益を出さないといけないんです



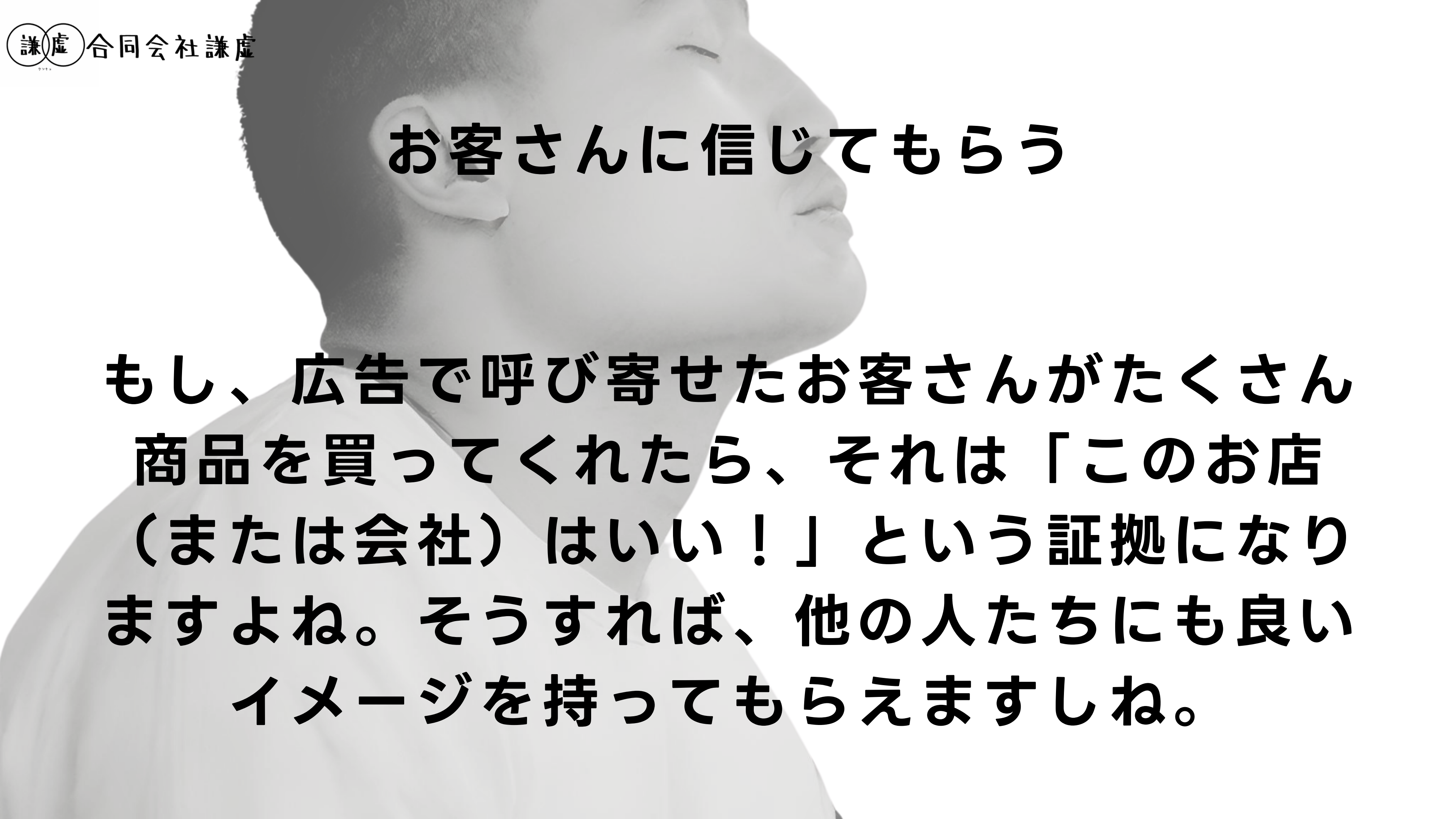
お金を取り戻す

ビジネスって、出したお金よりもっと多くのお金を稼がないと成り立たないですね。だから、広告に使ったお金は、売り上げを増やしてしっかりと取り戻さないといけません



ビジネスを続ける

お金をかけてもそれ以上稼げない広告を続けていると、ビジネスはいつかお金がなくなってしまう。だから、広告で得た利益を次のステップに使って、もっとビジネスを大きくしないけません。



お客さんに信じてもらう

**もし、広告で呼び寄せたお客さんがたくさん
商品を買ってくれたら、それは「このお店
（または会社）はいい！」という証拠になり
ますよね。そうすれば、他の人たちにも良い
イメージを持ってもらえますしね。**

また新しいことにチャレンジ

広告で稼いだお金を新しい商品の開発や、新しい場所でのビジネス展開に使うことができます。だから、広告でしっかりと利益を出すことは、新しいチャレンジをするための大切なステップなんです。



正しい広告のサイクル

ステージ 1

広告を配信する

ステージ 2

広告費以上の売上を上げる

ステージ 3

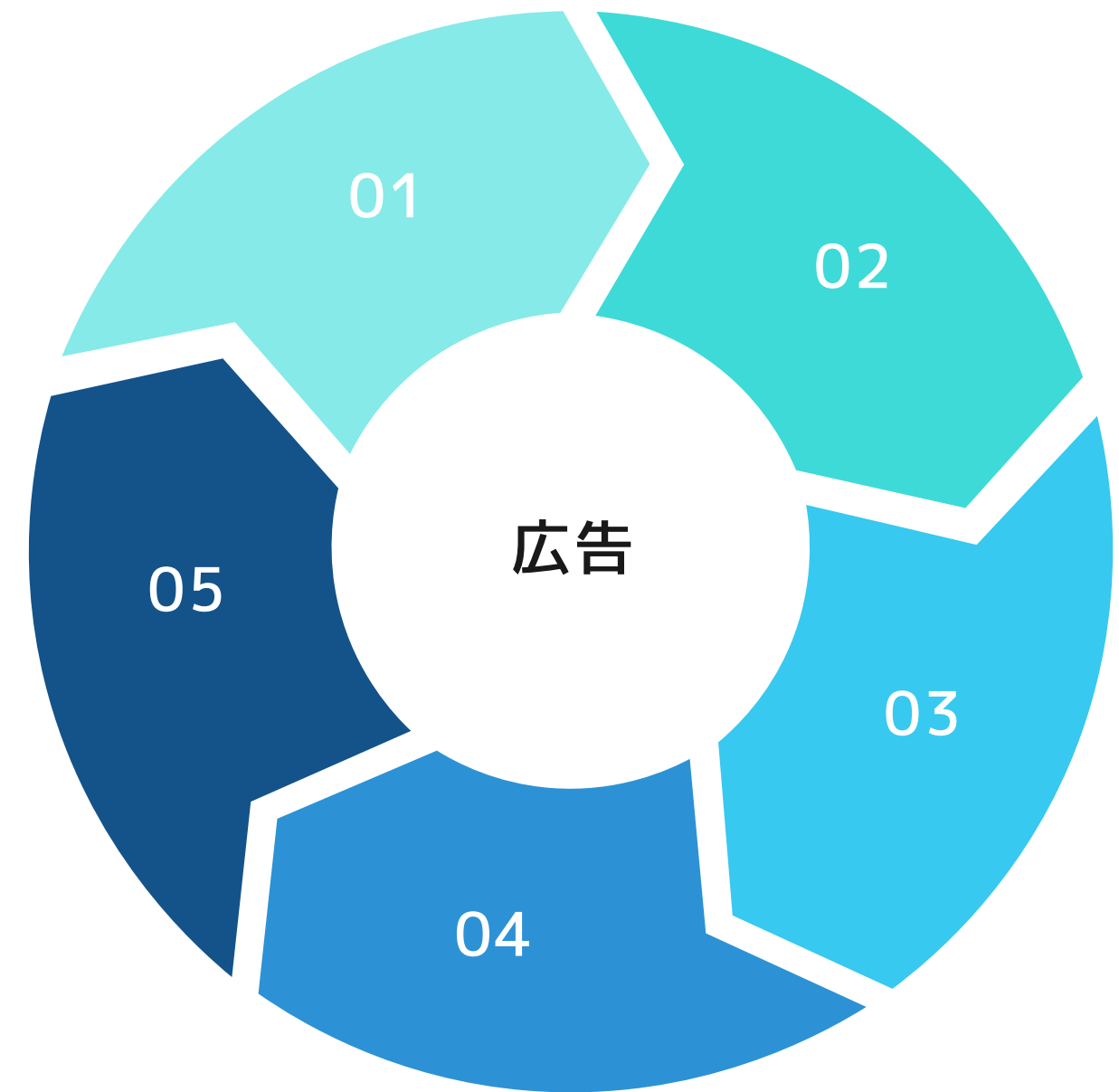
ユーザーから信頼を勝ち取る

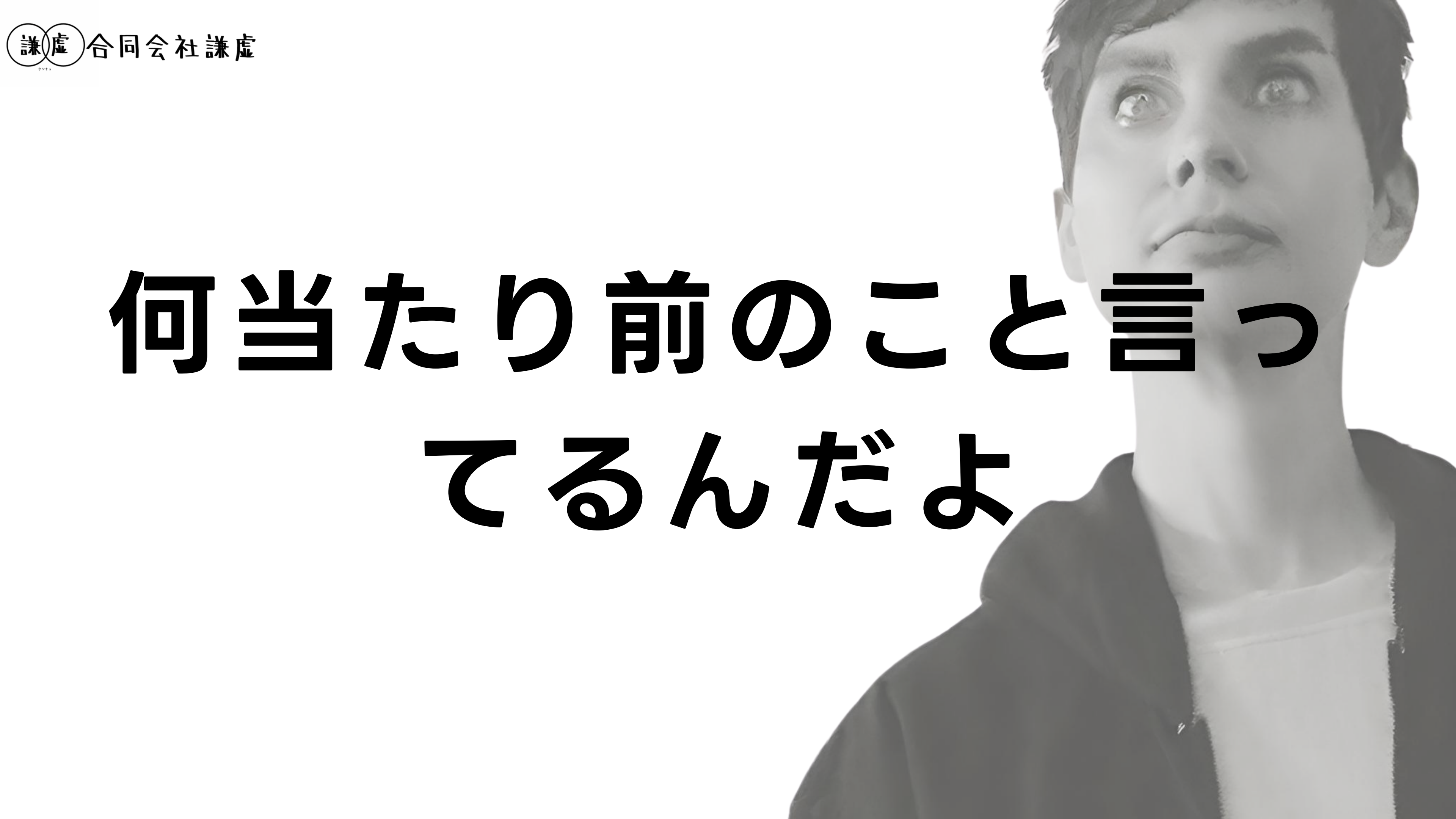
ステージ 4

新商品の開発や既存商品の改良

ステージ 5

新しいユーザーの獲得





何当たり前のこと言っ
てるんだよ



って思いましたよね？



正解です

でもこんな広告見たこ
とありませんか？

（営業受けたことありませんか？）





よくある営業

インフルエンサーが
あなたの商品を紹介します

よくある営業

検索順位1位にします

よくある営業

月間PV〇〇〇のサイトの
トップページに出せます

よくある営業

地図で一番上に表示します



Find this page

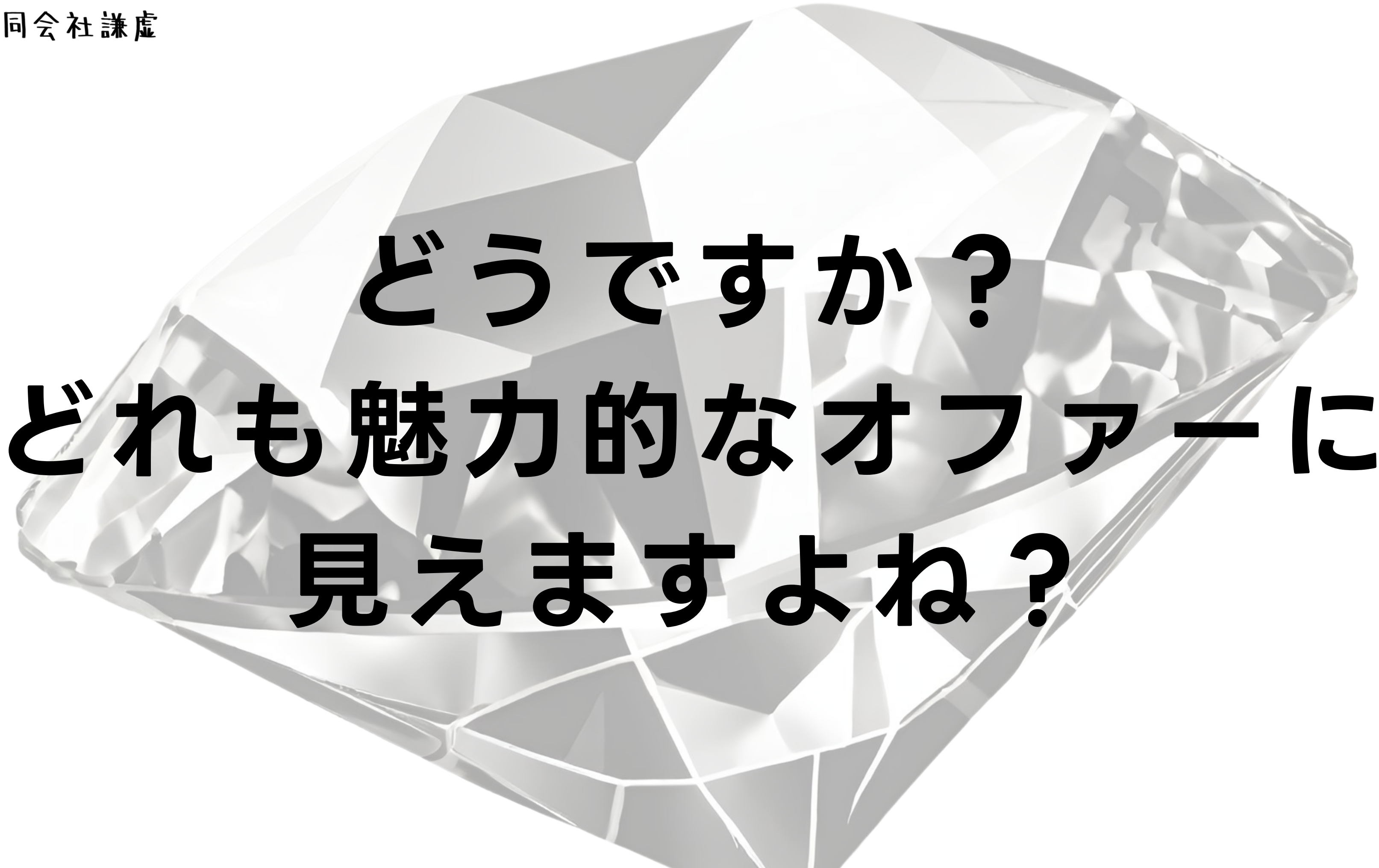
よくある営業

検索サジェストで
御社の名前が出せます

SEARCH WINDOWS

よくある営業

運用手数料10%



どうですか？
どれも魅力的なオファーに
見えますよね？

もう一度
思い出してください

広告費をかける目的を



広告費 < 売上



合同会社謙虚では
売上をゴールにしない施策は
全て意味がないと断言します

ではどうやったら
売上をゴールにできるのか？



合同会社謙虚の答えは

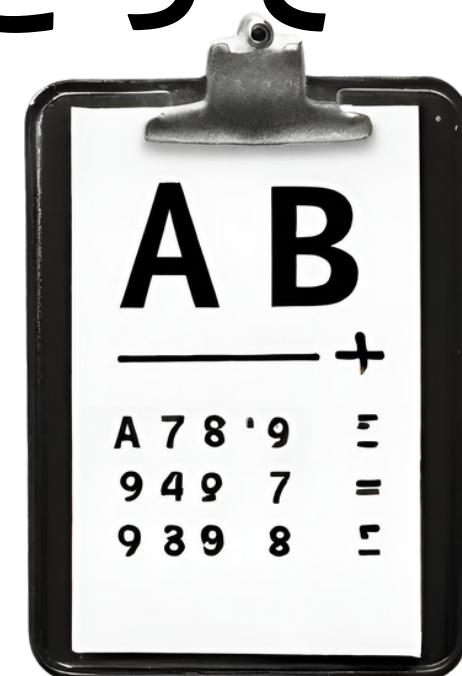
ユーザーに聞く

WEB広告でどうやってユーザーに聞くのか？

ABテストを繰り返す

ABテストって何？

ABテストは、2つ（AとB）のバージョンを比較する実験のことです。ウェブサイトのランディングページやメールのサブジェクトラインなど、何かを改善するために異なる2つのバージョンを試す方法です。これは、どちらのバージョンがユーザーやお客様にとってより効果的であるかを理解する手段です。



アイスクリーム屋さんの例

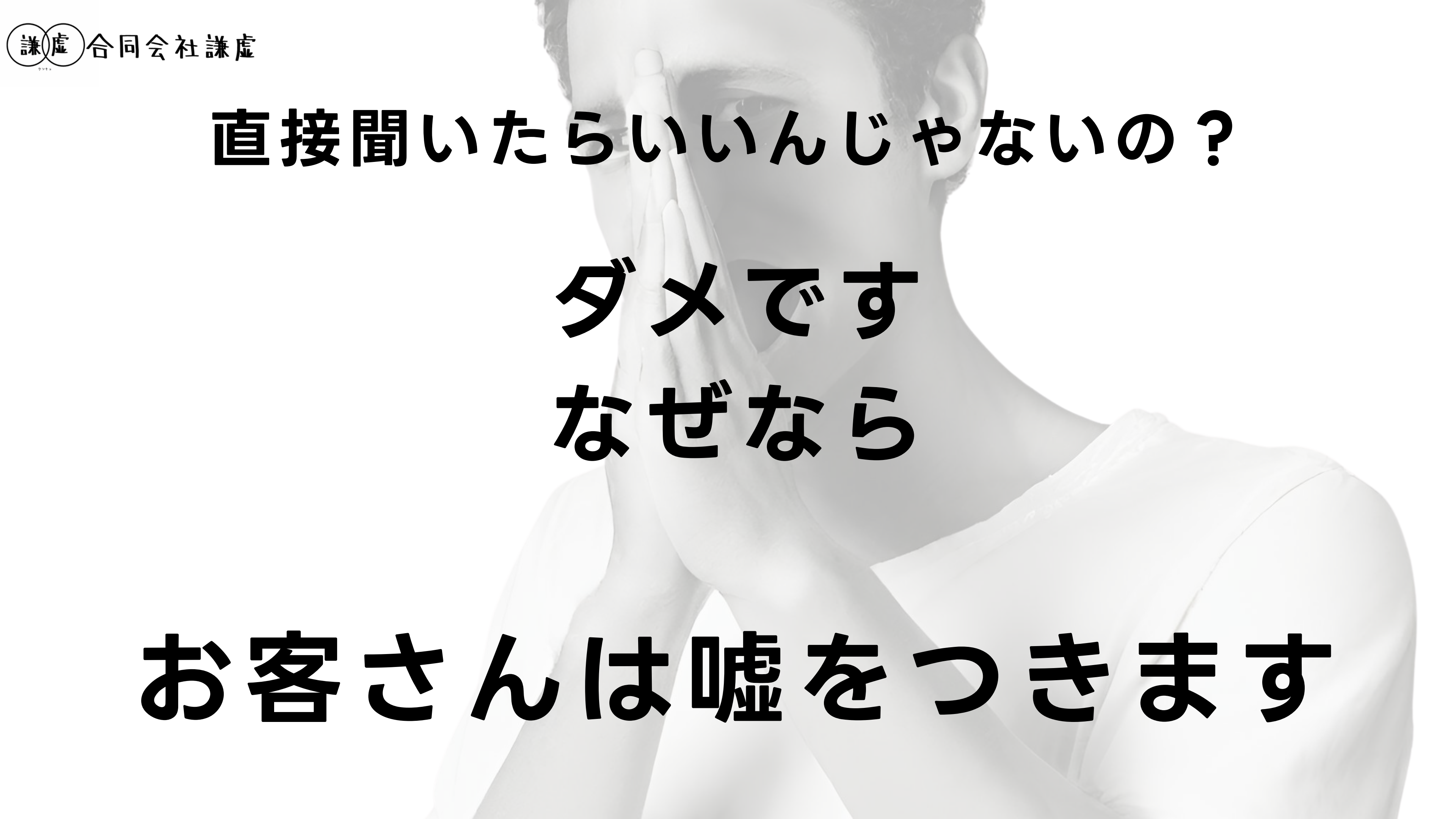
アイスクリーム屋さんが2つの新しい味（AとB）を作ったとして、どちらがもっと売れるかを調べます。半分のお客さんにはAの味を、もう半分にはBの味を売ります。そして、どちらがもっと売れたかをチェックします。もっと売れた方が、お客さんに人気な味というわけです。



アイスクリーム屋さんの例

1. 目標を設定: 一番人気のフレーバーを見つける。
2. バージョンを作成: レシピAとレシピBのアイスクリームを作ります。
3. テストを実施: お店に来るお客様を2つのグループに分けます。一つのグループにはレシピAのアイスクリームを、もう一つのグループにはレシピBのアイスクリームを提供します。
4. データを収集: どちらのアイスクリームがもっと売れるのか、またはお客様からどんなフィードバックをもらえるのかを記録します。
5. 結果を分析: 売上やフィードバックをもとに、どちらのレシピがお客様により好まれたかを分析します。





直接聞いたらいいんじゃないの？

ダメです
なぜなら

お客さんは嘘をつきます

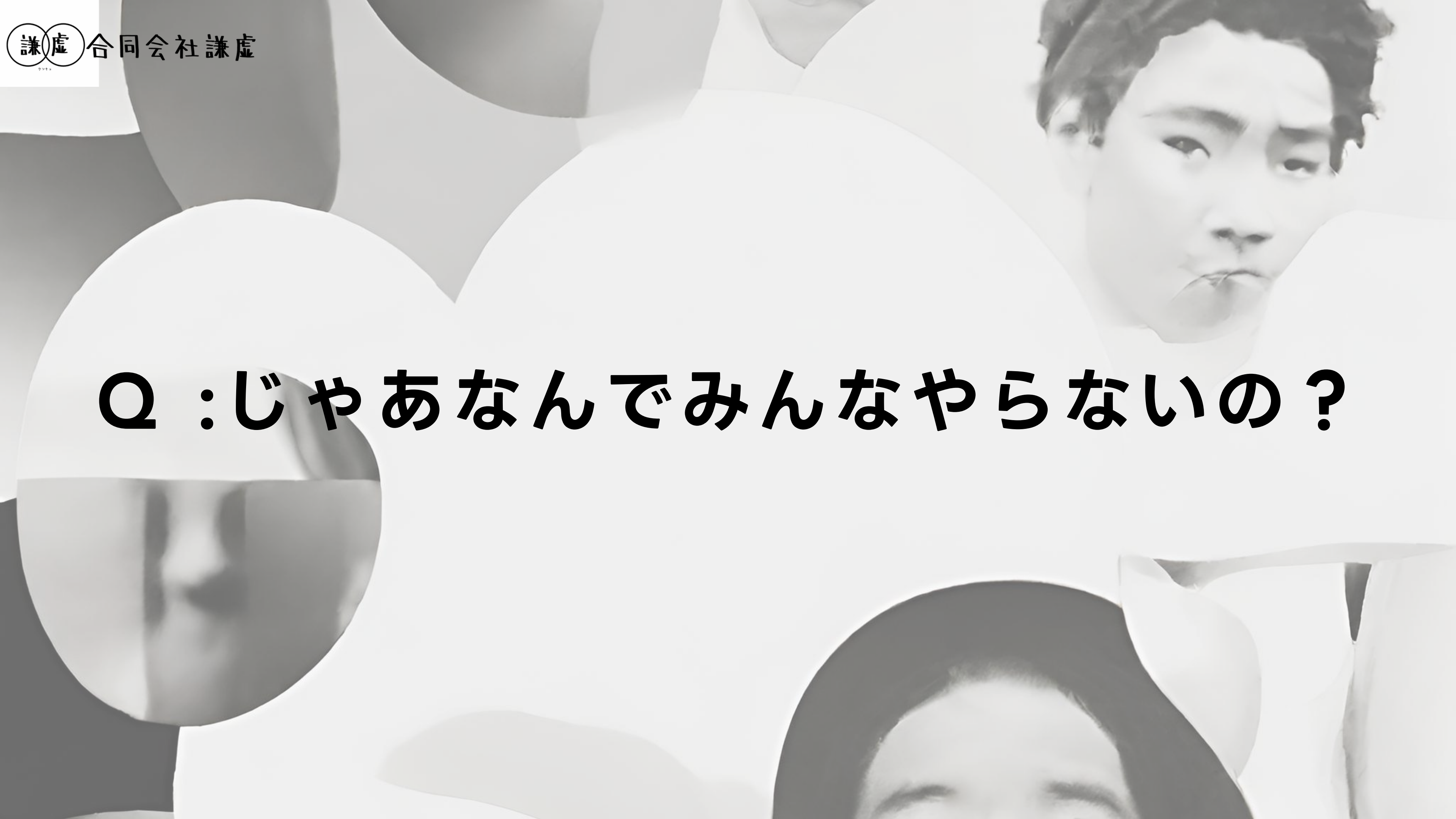
**「おいしかったですか？」
と聞いたら大抵の人は
「おいしかったです」
と答えます**

**そしておいしかったら
またお店に来ます。**

まずかったらお店に2度と顔を出しません

行動で判断するしかないのです





Q : じゃあなんでみんなやらないの？



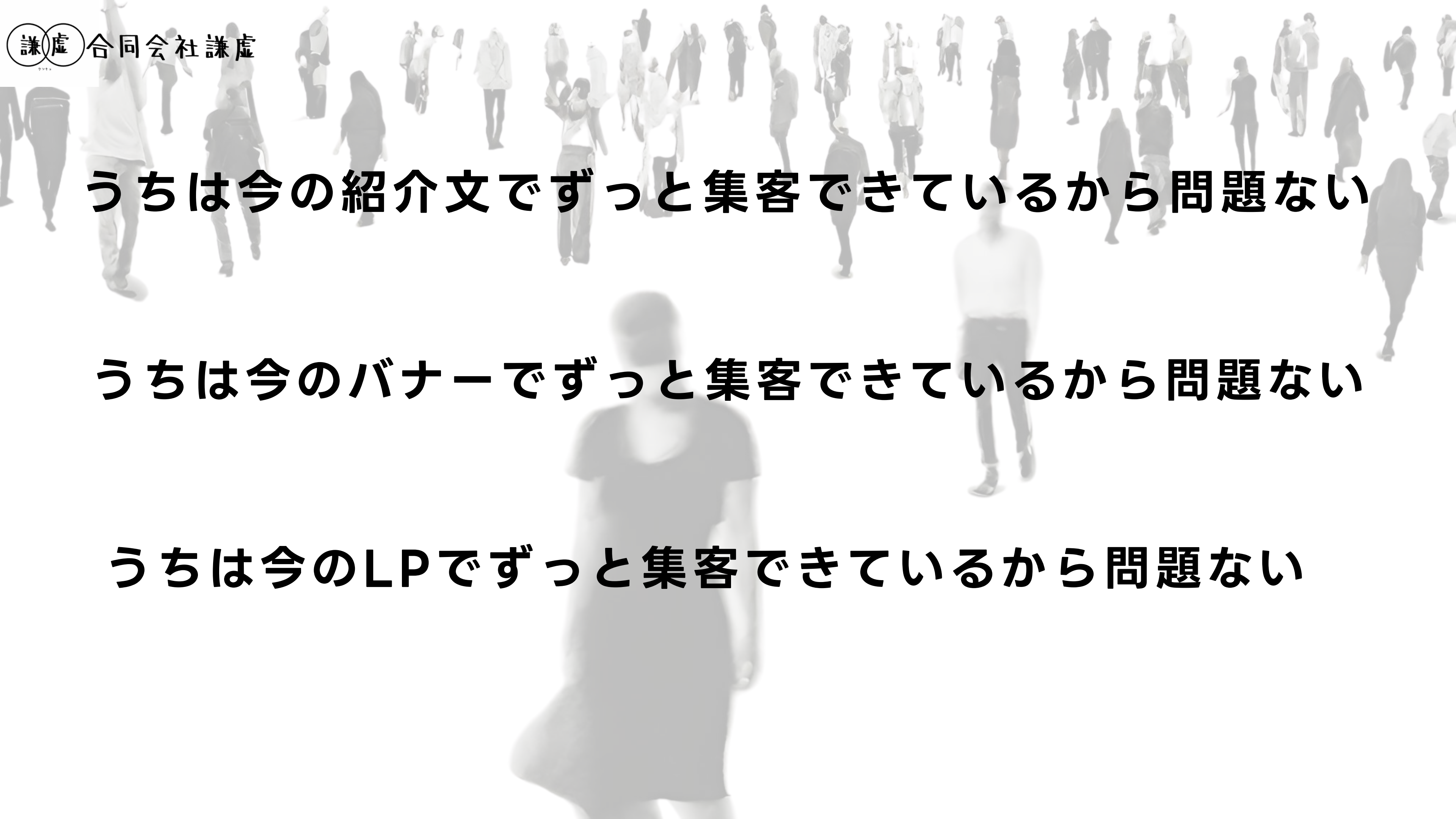
A:めんどくさいからです

**ABテストを繰り返すには
広告文章を複数用意する必要があります。**

バナーも複数用意する必要があります

**LP（ランディングページ）も複数用意する必要があります。
そして悪いものを直して良いものは改善する必要があります。**





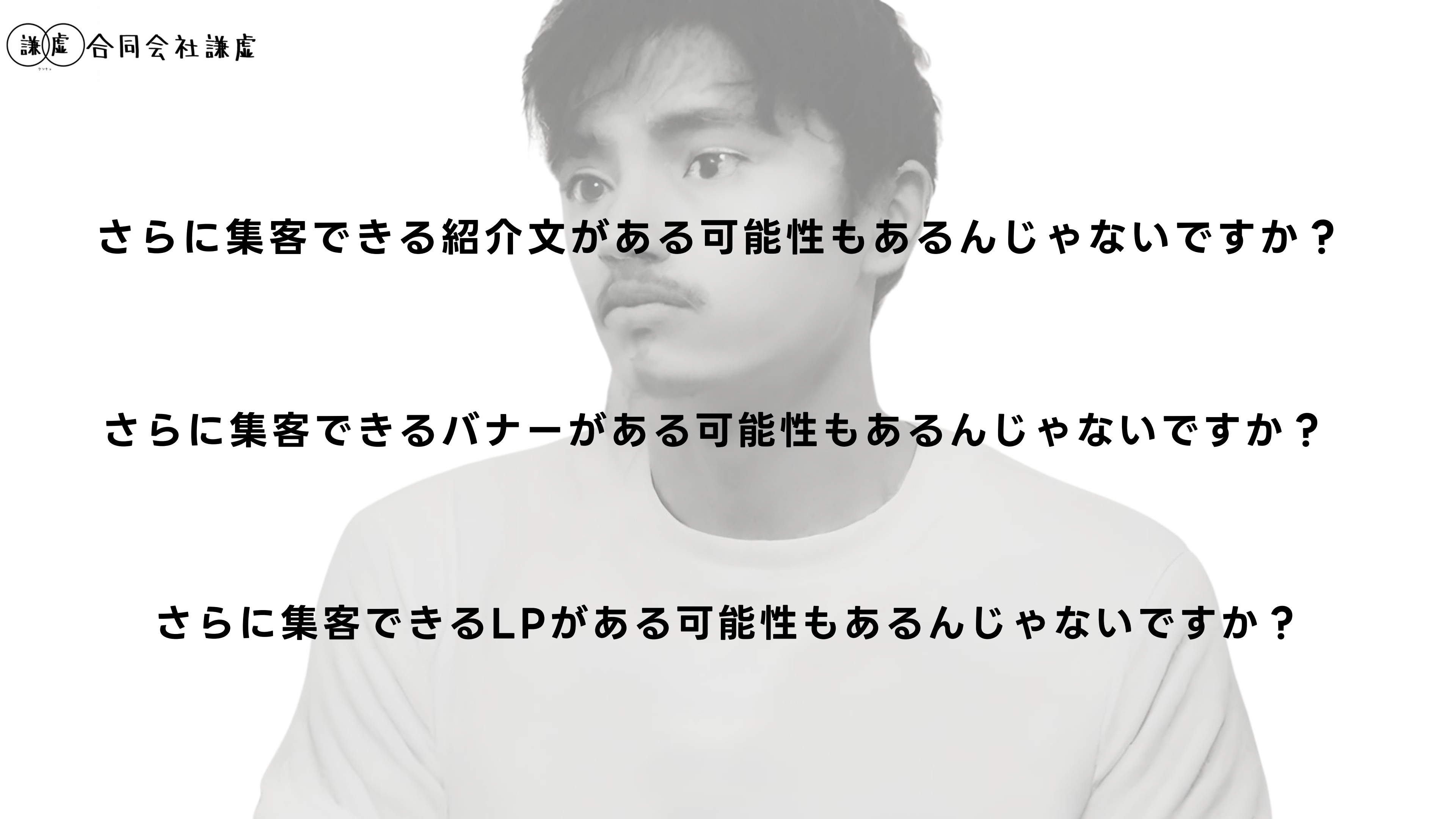
うちは今の紹介文ですっと集客できているから問題ない

うちは今のバナーですっと集客できているから問題ない

うちは今のLPですっと集客できているから問題ない



本当にそうですか？



さらに集客できる紹介文がある可能性もあるんじゃないですか？

さらに集客できるバナーがある可能性もあるんじゃないですか？

さらに集客できるLPがある可能性もあるんじゃないですか？

広告で売上
上げるのって大変だなあ





「AI広告謙虚™」 なら簡単にできちゃいます

AI広告謙虚™を導入したらできること

バナーもLPも紹介文も
AIの力を使って作りまくって
ABテストを繰り返しまくる

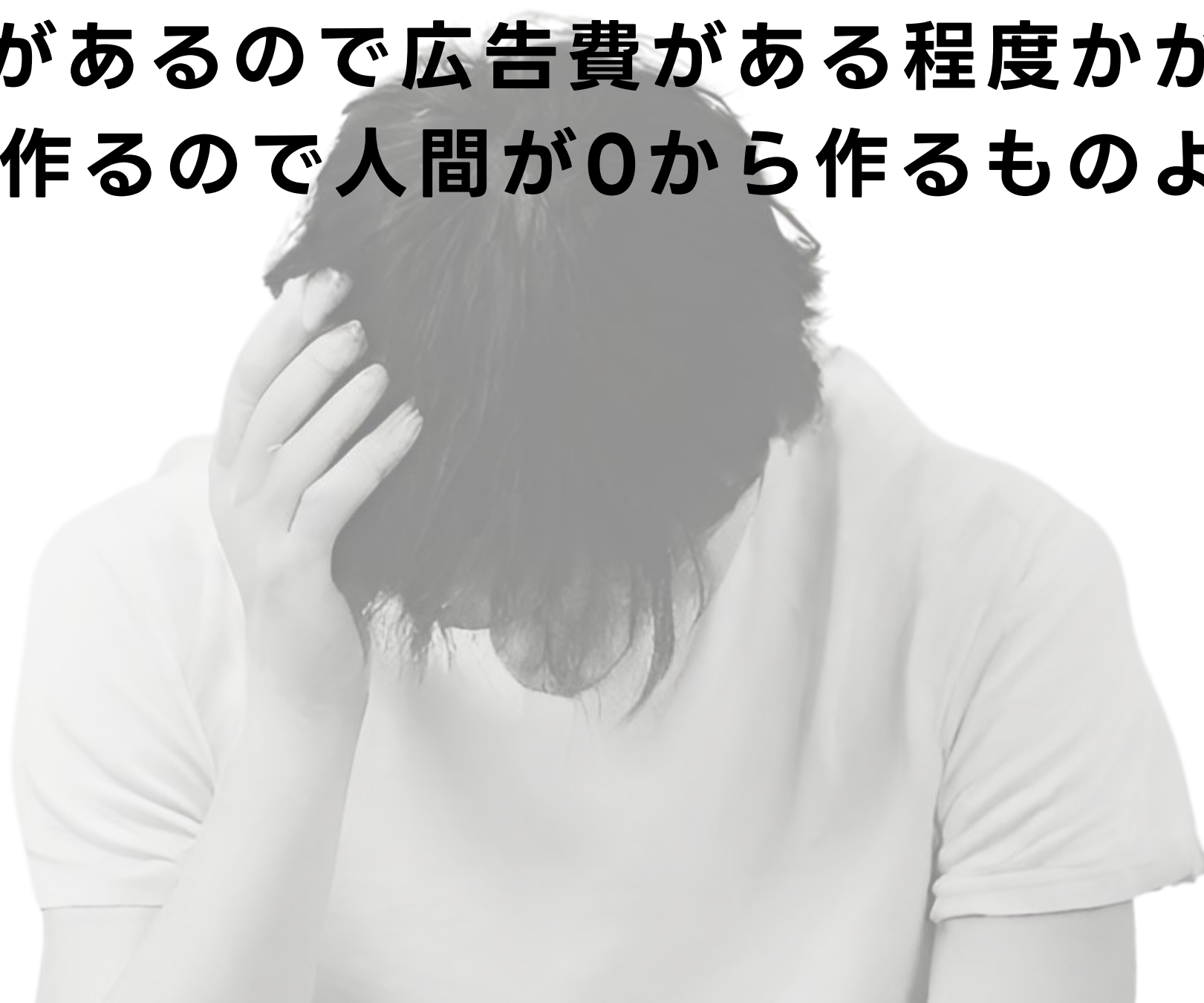


AI広告謙虚™を導入するメリット

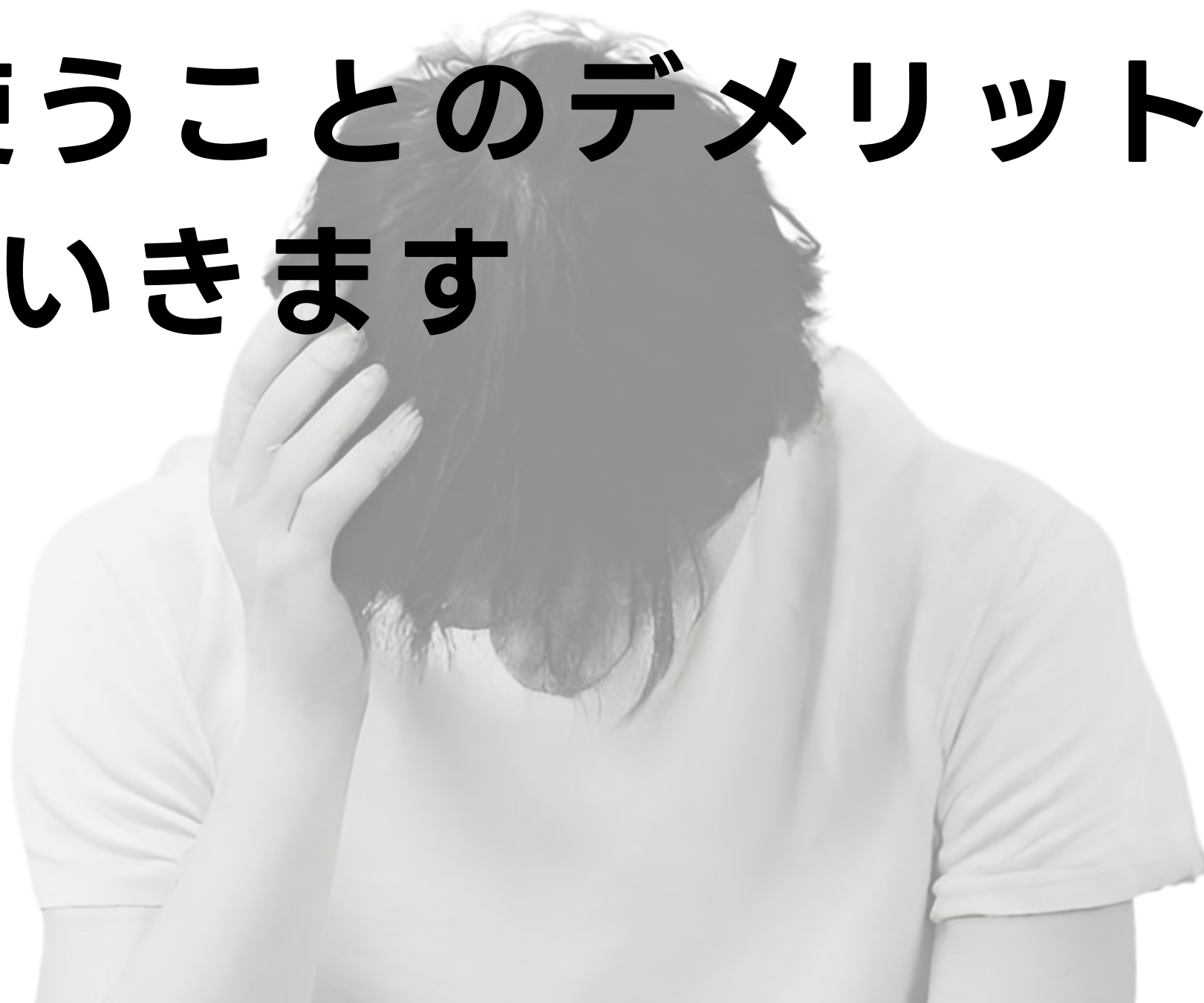
- AIの力で広告を色々なパターンで出せるので今まで届かなかったユーザーに広告を届けさせることができる
- 広告の改善を繰り返し続けるので長く続ければ続けるほど広告効果があがっていく
- 広告の遷移先がLPになるので購買率が上がっていく
- ユーザーに色々な角度で商品のPRができるので新たなユーザーの確保が期待できる
- ユーザーのニーズが把握できるようになるので新商品の開発の際に有利になる

AI広告謙虚™を導入するデメリット

- 広告をたくさん出す必要があるので広告費がある程度かかる
- AIの力を借りて制作物を作るので人間が0から作るものよりもクオリティが落ちる



**AI広告謙虚™を使うことのデメリットを
具体的に説明していきます**

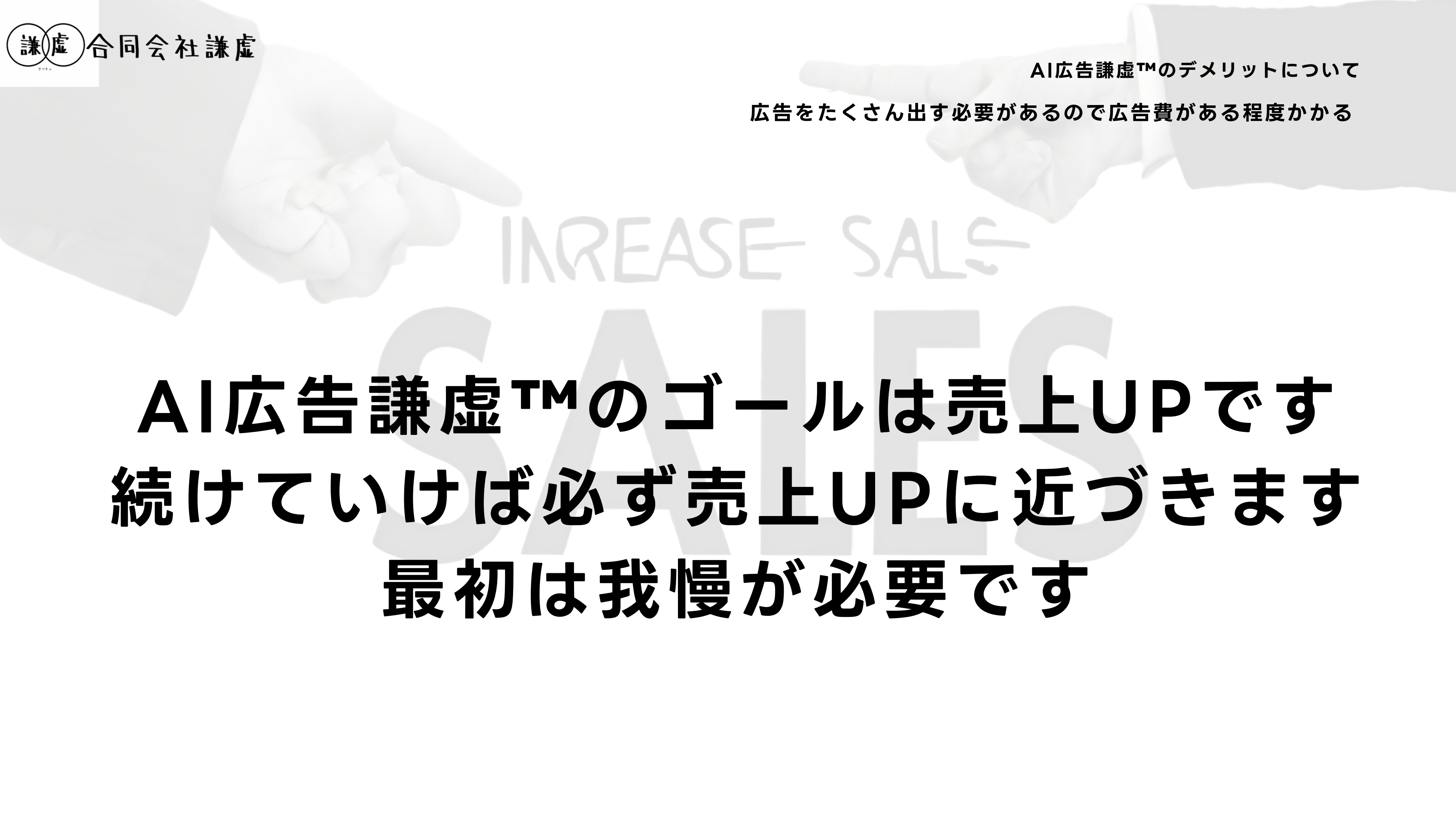


AI広告謙虚™のデメリットについて

広告をたくさん出す必要があるので広告費がある程度かかる

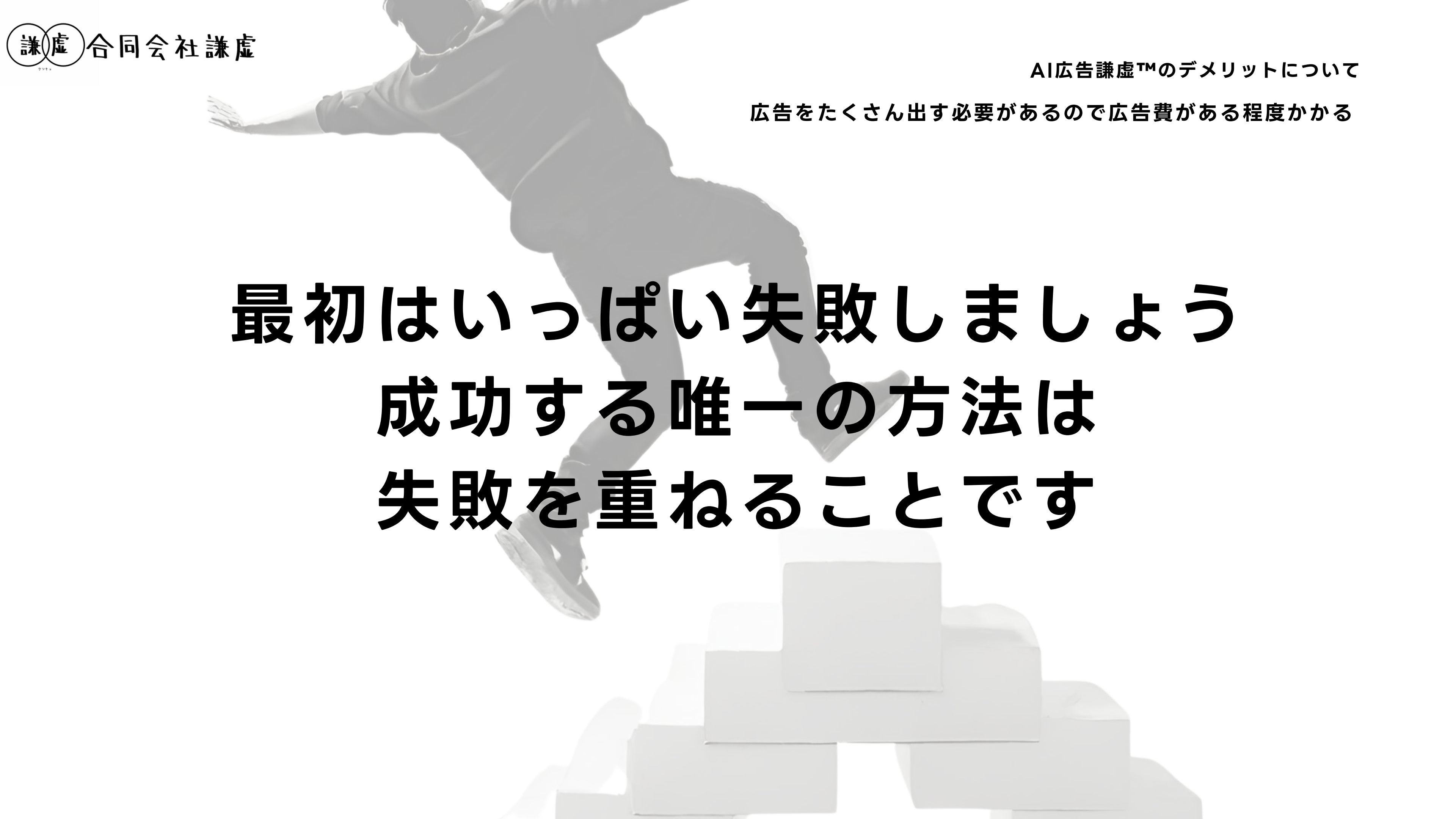
最初は当然広告費はかかります

しかし



広告をたくさん出す必要があるので広告費がある程度かかる

**AI広告謙虚™のゴールは売上UPです
続けていけば必ず売上UPに近づきます
最初は我慢が必要です**



広告をたくさん出す必要があるので広告費がある程度かかる

最初はいっぱい失敗しましょう
成功する唯一の方法は
失敗を重ねることです



広告をたくさん出す必要があるので広告費がある程度かかる

突然ですが ここで 偉人たちの名言をご紹介します

偉人たちの名言

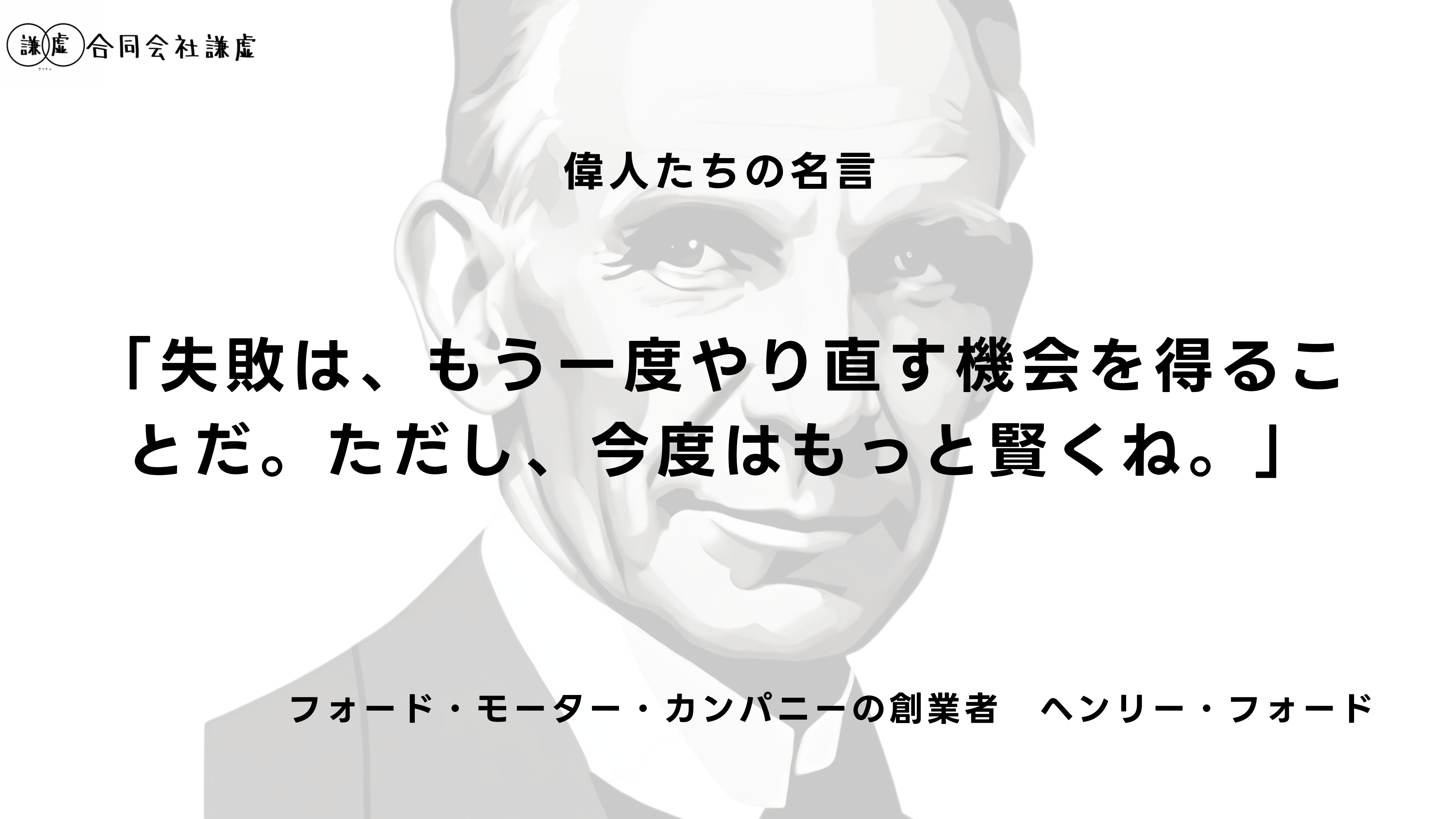
**「成功とは、失敗を経験しながらもエンズー
ジアズム（熱意）を失わないことだ。」**

イギリスの第二次世界大戦時の首相 ウィンストン・チャーチル

偉人たちの名言

「私のキャリアで9000回以上シュートを外し、
300試合以上負けています。26回、試合を決める
シュートを外しました。私の人生は一連の失敗なん
です。だからこそ、私は成功している。」

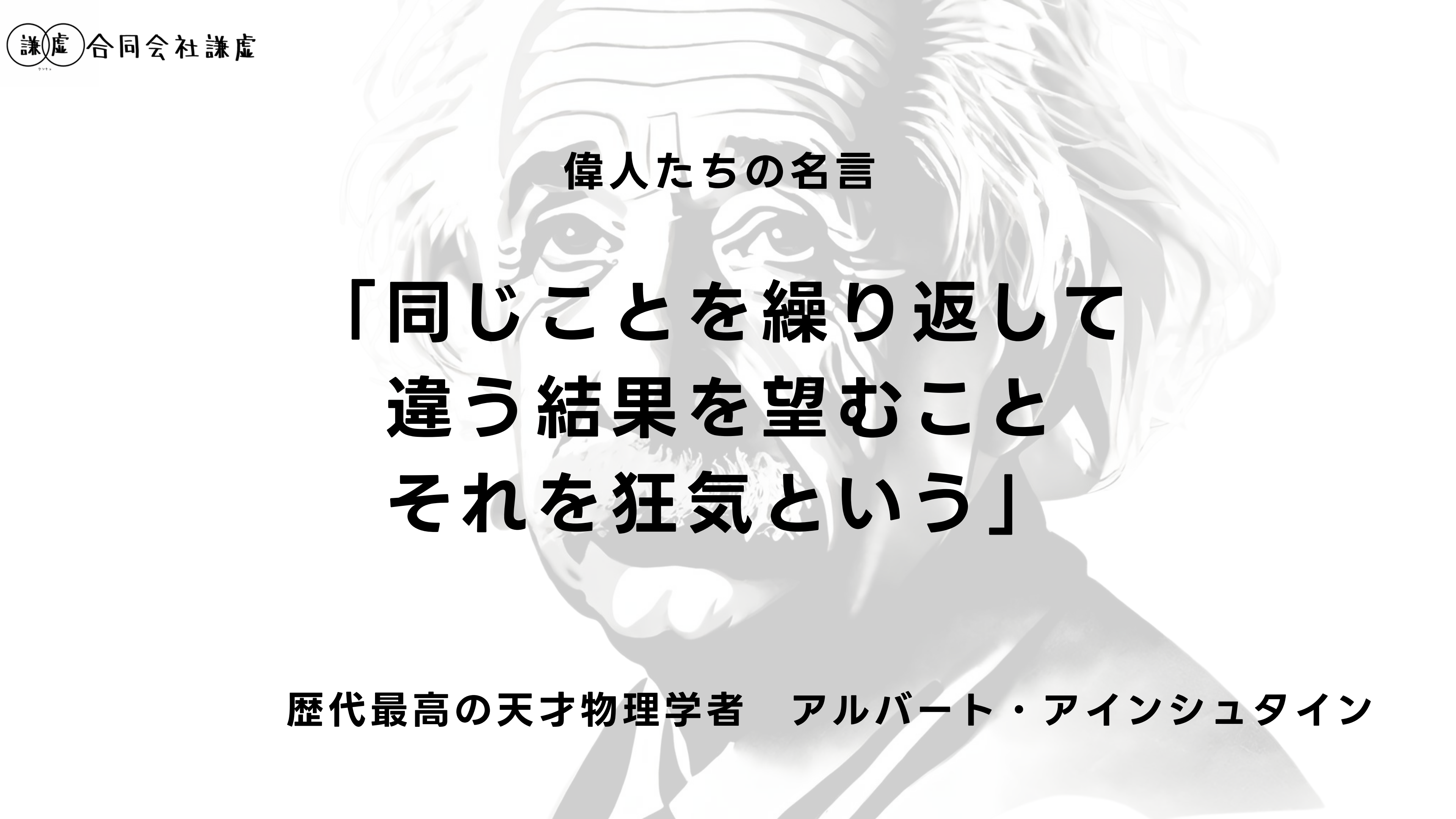
バスケの神様 マイケル・ジョーダン



偉人たちの名言

「失敗は、もう一度やり直す機会を得ることだ。ただし、今度はもっと賢くね。」

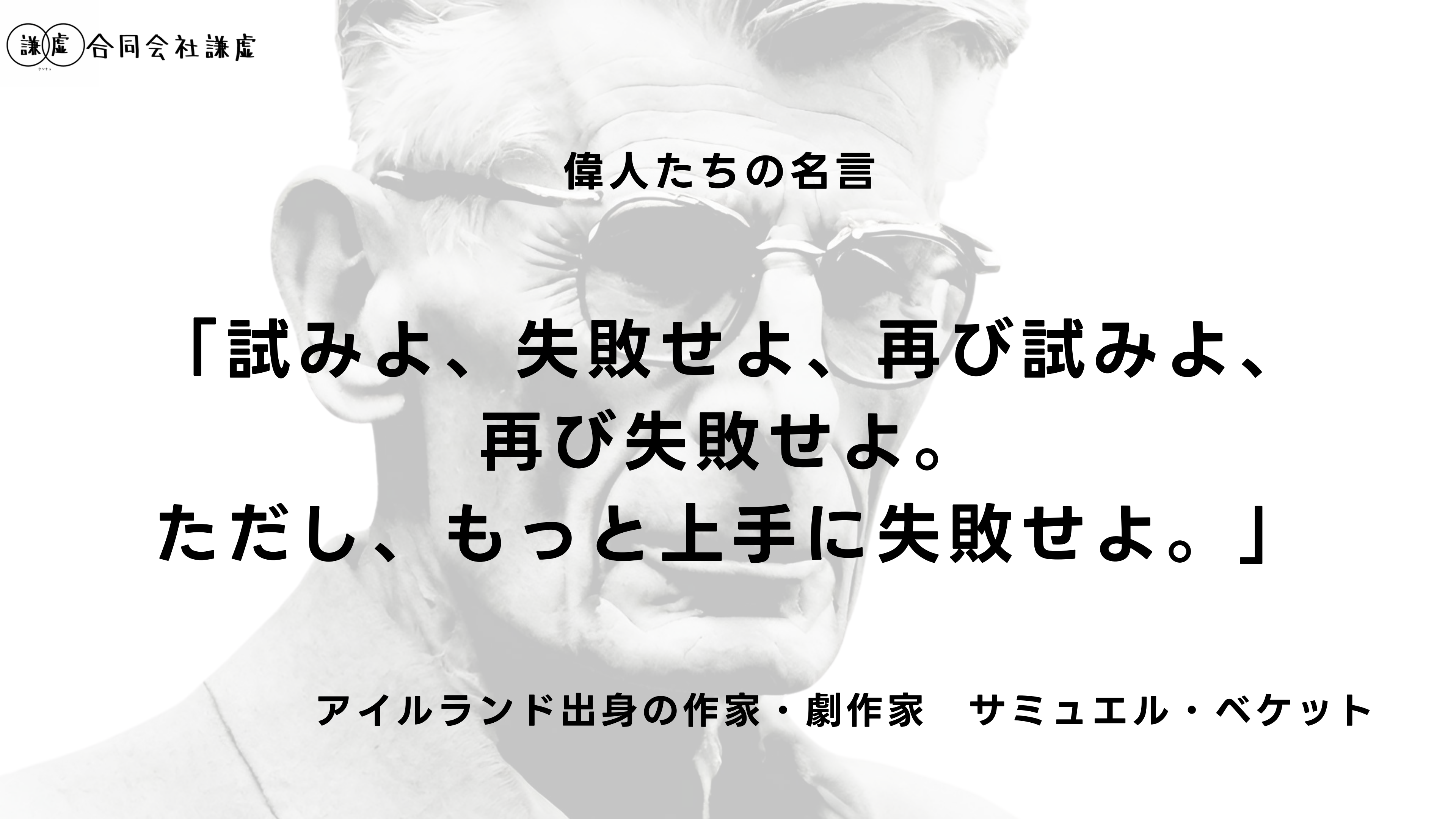
フォード・モーター・カンパニーの創業者 ヘンリー・フォード



偉人たちの名言

「同じことを繰り返して
違う結果を望むこと
それを狂気という」

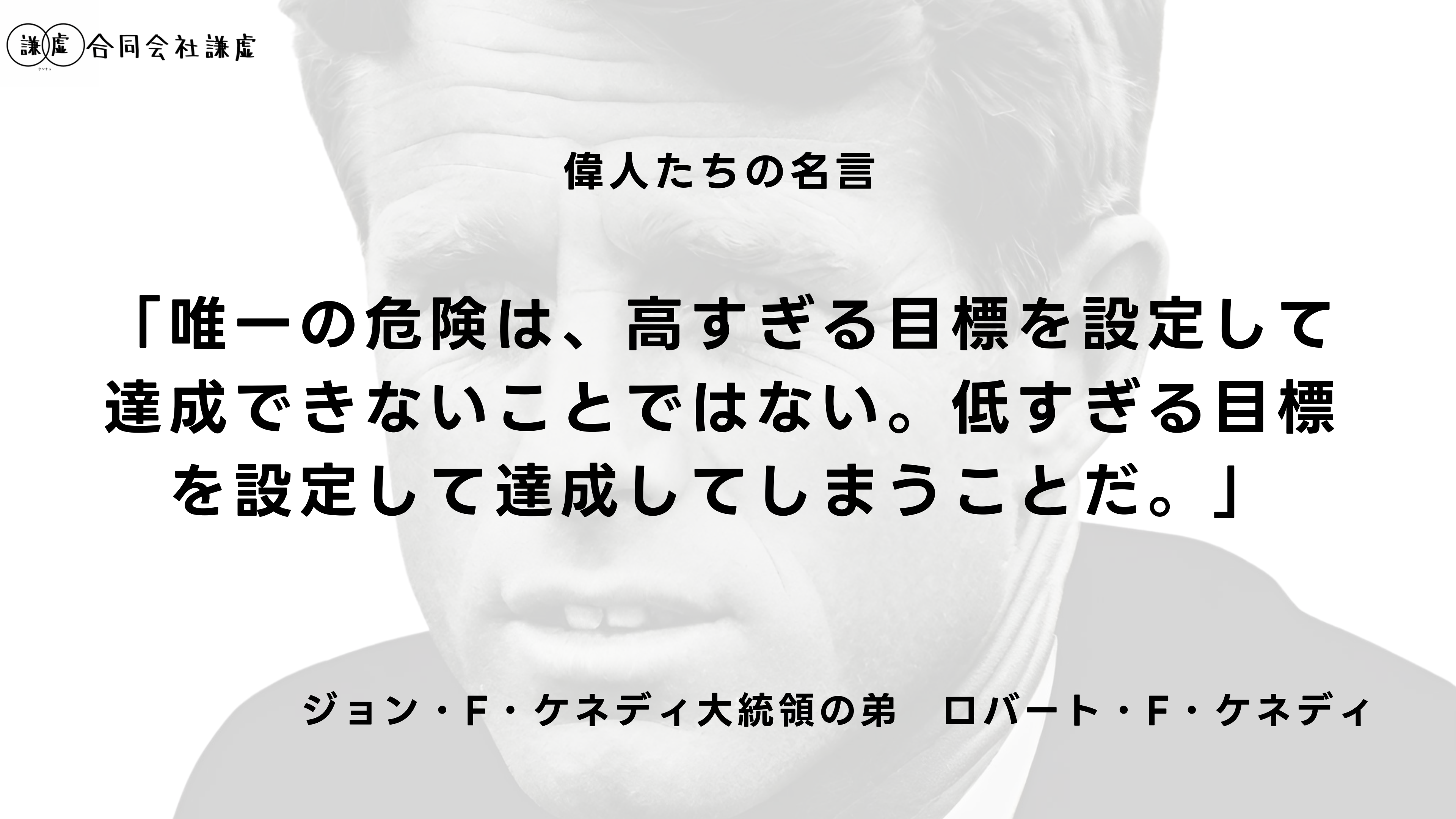
歴代最高の天才物理学者 アルバート・アインシュタイン



偉人たちの名言

「試みよ、失敗せよ、再び試みよ、
再び失敗せよ。
ただし、もっと上手に失敗せよ。」

アイルランド出身の作家・劇作家 サミュエル・ベケット



偉人たちの名言

「唯一の危険は、高すぎる目標を設定して達成できないことではない。低すぎる目標を設定して達成してしまうことだ。」

ジョン・F・ケネディ大統領の弟 ロバート・F・ケネディ

広告をたくさん出す必要があるので広告費がある程度かかる

失敗を活かせる広告 それがAI広告謙虚™なんです



AI広告謙虚™のデメリットについて

AIの力を借りて制作物を作るので人間が0から作るものよりもクオリティが落ちる

もう忘れてしまったんですか？



AI広告謙虚™のデメリットについて
AIの力を借りて制作物を作るので
人間が0から作るものよりもクオリティが落ちる

広告は売上を上げるためにするんですよね？



AI広告謙虚™のデメリットについて
AIの力を借りて制作物を作るので
人間が0から作るものよりもクオリティが落ちる

綺麗なバナーなんて必要ありません
綺麗なLPなんて必要ありません



AI広告謙虚™のデメリットについて
AIの力を借りて制作物を作るので
人間が0から作るものよりもクオリティが落ちる

ご安心ください
もちろん
御社の品や格を落とすような
バナーやLPは作りません



AI広告謙虚™のデメリットについて
AIの力を借りて制作物を作るので
人間が0から作るものよりもクオリティが落ちる

でも考えてみてください

御社の今まで使っていた制作物を使い続けて
いて本当にいいのですか？



AI広告謙虚™のデメリットについて
AIの力を借りて制作物を作るので
人間が0から作るものよりもクオリティが落ちる

例えばペプシコーラ
今まで何回ロゴを変えたかご存知ですか？



AI広告謙虚™のデメリットについて
AIの力を借りて制作物を作るので
人間が0から作るものよりもクオリティが落ちる

11回ロゴを変えています

AI広告謙虚™のデメリットについて
AIの力を借りて制作物を作るので
人間が0から作るものよりもクオリティが落ちる

Apple 5回

コカコーラ 14回

シエル 5回

スターバックス 3回

BMW 5回

AI広告謙虚™のデメリットについて
AIの力を借りて制作物を作るので
人間が0から作るものよりもクオリティが落ちる

企業の顔とも言うべきロゴマークですら
こんなに変わっているのです。
広告はクオリティにこだわるよりも
色々なパターンを試した方がいいのです
クオリティを上げるのは
正解パターンがわかった後で充分なのです



「AI広告謙虚™」 プランのご紹介



AI広告謙虚™全部で3つの
プランをご用意させていた
だきました



① Proプラン

② 全国プラン

③ 地域密着プラン



オープニングキャンペーン

① 更新費用永年無料

② 運用代行手数料永年10%オフ



①Proプラン

- 御社のご事業内容：ECサイト複数展開
- 商圏：EC+店舗・複数のドメインに広告を誘導希望
- LP：作り放題
- バナー：作り放題
- 動画：作り放題
- ABテスト：し放題
- LPの飛び先URL：複数ドメイン
- データ確認：毎日
- 契約期間：1年間（自動更新）
- 最低契約期間：なし（違約金なしでいつでも辞められます）
- 月々の運用費：下限なし（無くなったら追加してください）
- 運用代行手数料：30% → 20%（オープニングキャンペーン）
- 初期費用:150万円（税抜）
- 更新費用:~~150万円~~ → 永年無料（オープニングキャンペーン）

②全国プラン

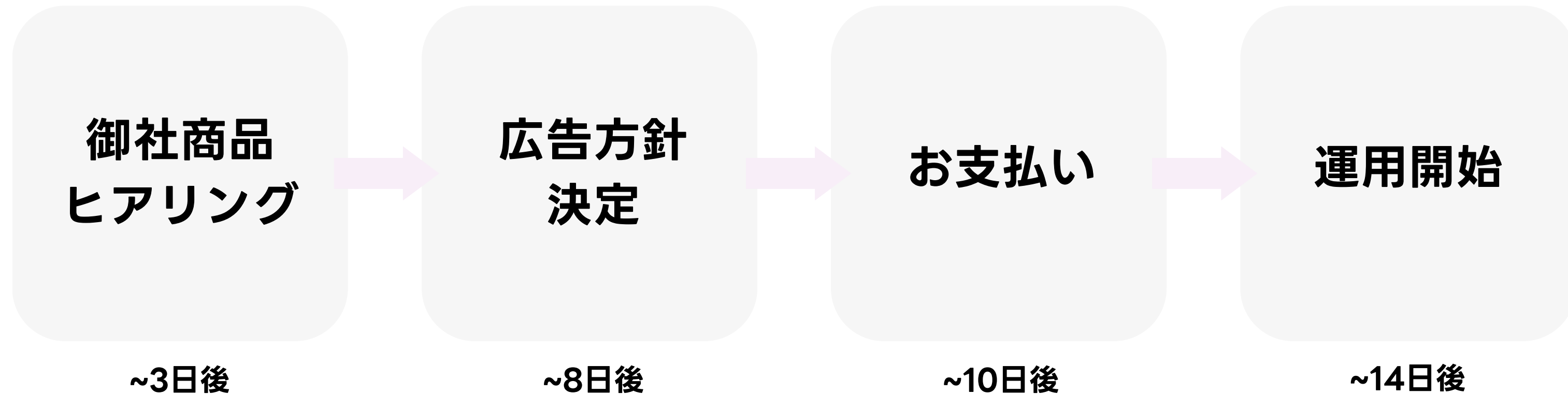
- 御社のご事業内容：ECサイト・広範囲のエリアで展開
- 商圈：全国展開・広範囲のエリアで展開
- LP：作り放題
- バナー：作り放題
- ABテスト：し放題
- LPの飛び先URL：1ドメイン
- データ確認：毎日
- 契約期間：1年間（自動更新）
- 最低契約期間：なし（違約金なしでいつでも辞められます）
- 月々の運用費：下限なし（無くなったら追加してください）
- 運用代行手数料：~~30%~~ → 20%（オープニングキャンペーン）
- 初期費用:50万円（税抜）
- 更新費用:~~50万円~~ → 永年無料（オープニングキャンペーン）

③地域密着プラン

- 御社のご事業内容：地域密着
- 商圈：店舗型
- LP：作り放題
- バナー：作り放題
- ABテスト：し放題
- LPの飛び先URL：1ドメイン
- データ確認：毎日
- 契約期間：1年間（自動更新）
- 最低契約期間：なし（違約金なしでいつでも辞められます）
- 月々の運用費：下限なし（無くなったら追加してください）
- 運用代行手数料：~~30%~~ → 20%（オープニングキャンペーン）
- 初期費用:20万円（税抜）
- 更新費用:~~20万円~~ → 永年無料（オープニングキャンペーン）

サービス導入までの流れ

ご契約から約2週間で運用スタートが可能です！



しっかりとヒアリングさせていただき計画を立ててからスタートします。

お問合せ

まずはお気軽にお問合せください！



🔍 合同会社謙虚



050-3442-5127



info@kenkyo.ai

謙虚 合同会社 謙虚

ケンキョ