地域のサービス業・リフォーム・士業・教室・BtoBの小さな会社の広告運用代行

広告の良し悪しを、管理画面ではなく受注と粗利で決める運用にする。

Google広告・LINEヤフー広告・Microsoft広告・Meta広告の運用を、何を成果として数えるかの設計から、アカウントの組み立て、毎週の運用、受注と突き合わせる月次の報告まで、Nexlyがまとめて引き受けます。



Nexly　株式会社Nexly　サービス資料

こんなお悩みはありませんか

広告費を、受注の数字で判断できる形にします

- ✓ 代理店のレポートにはクリック数とCPAが並んでいるが、どの広告から受注が来ているのか分からない
- ✓ 管理画面のコンバージョンは増えているのに、見積りの依頼や電話は増えた気がしない
- ✓ Google広告を自分で出しているが、検索語句を開くと依頼にならない検索にお金が出ている
- ✓ Meta広告やLINEにも出すべきか、月の予算をどの媒体にいくら分ければいいか分からない
- ✓ 成果が落ちてきて、予算を削るか続けるかの判断がつかない
- ✓ フォームの広告で件数は増えたが、連絡のつかない申込みばかりになった

Nexlyの広告運用代行は、計測の設計から始めて、媒体の数字と受注を毎月突き合わせる運用です。
手数料は広告費の20%で、媒体を足しても料率は変わりません。設計から運用、報告まで同じ担当が見ます。

Nexlyの広告運用代行の特徴

数えるものを決め、外れを止め、受注で比べます

特徴 1

運用を始める前に、何を成果として数えるかを決めます

フォーム・電話・LINEの友だち追加を、媒体ごとにどう数え、どれをメインにするかを1枚にします。問い合わせごとに流入元を顧客台帳に残し、成約と粗利まで追える形にしてから配信を始めます。

特徴 2

検索語句と配信先を毎週見て、外れたところにお金を流しません

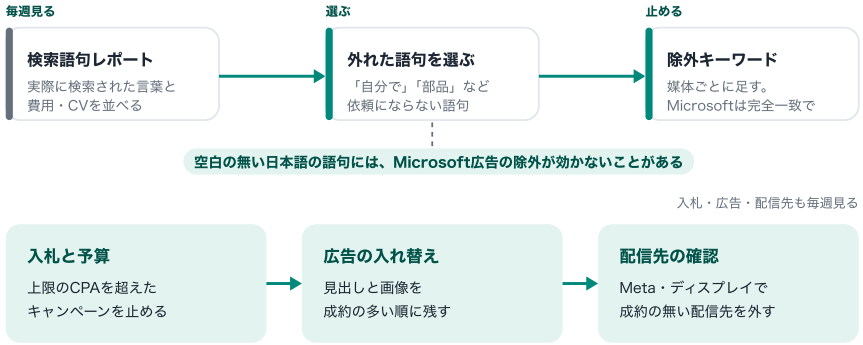
毎週、検索語句から依頼にならない語句を除外します。Microsoft広告の除外が空白の無い日本語の語句に効かないことがあるなど、媒体ごとの癖に合わせます。自動入札・P-MAX・Advantage+は、計測と除外と予算の上限をそろえてから任せます。

特徴 3

月に一度、媒体の数字と受注を並べて、次の月の予算を決めます

媒体ごとの費用・コンバージョン・CPAの横に、台帳の成約と粗利を並べます。媒体の画面のCPAだけでは決めず、媒体と台帳の件数のずれ方も説明したうえで、翌月どこに予算を寄せるかを決めます。

毎週の運用（検索語句から除外まで）



図の語句・数字は例です

月次の報告（媒体の数字と、台帳の成約・粗利を並べる）

媒体	費用	媒体のCV	CPA	成約	粗利
Google広告	35万円	50	7,000円	10	120万円
検索広告（旧Yahoo!広告）	8万円	10	8,000円	3	36万円
Microsoft広告	2万円	4	5,000円	1	12万円
Meta広告	10万円	40	2,500円	1	10万円
ディスプレイ広告（LINE）	5万円	16	3,125円	0	0円
合計	60万円	120	5,000円	15	178万円

媒体の画面ではCPAが安いMeta広告とディスプレイ広告が、成約まで追うと粗利がほとんど残っていない

翌月は友だち追加の数え方と配信先を見直し、検索広告に予算を寄せる。媒体と台帳の件数は数え方が違うので一致しない

表の数字は例です

設計の例

最初にお渡しするのは、計測の設計の表です

計測の設計（運用を始める前に決める表の例）

数える成果	数え方	媒体に返す	扱い	台帳に残すもの
見積り依頼フォームの送信	完了ページの表示	すべての媒体	メイン	流入元・クリックID
電話（番号のタップ）	タップの回数	検索の3媒体	メイン	着信の日時
電話（広告の電話アセット）	60秒以上の通話	Google広告	メイン	着信の日時
LINEの友だち追加	追加の完了	Meta・LINE	サブ	友だち追加の日
成約（台帳から戻す）	kintoneの成約	Google広告	確かめ用	成約日・粗利

無料相談のあと、いまの広告アカウントと問い合わせの管理の仕方を伺って、この表と、キャンペーンの分け方・媒体ごとの予算の方針をまとめてお出しします。

友だち追加まで問い合わせと同じ重みで数えると、自動入札が成約しない登録を集めにいきます。数えるものと重みを、配信の前に決めておきます。

広告アカウントは貴社の名義のままです。広告費は貴社から各媒体へ直接お支払いいただくので、使った金額は媒体の請求書でそのまま確かめられます。

見本のサンプル住まいサービスの広告

コラムの例は、この見本の会社（社員30名・水回りと給湯器の交換・月の広告費 約60万円）で通しています

Google広告	検索広告	Microsoft広告	Meta広告	ディスプレイ広告
月35万円	月8万円	月2万円	月10万円	月5万円
検索キャンペーン	旧Yahoo!広告	Bingの検索	Instagram	LINEに出す枠
給湯器・トイレ・浴室	Googleから取り込み	完全一致の除外	LPへ誘導	友だち追加
電話アセット				

問い合わせは全部kintoneの顧客台帳に入れ、流入元と成約・粗利で5つの媒体を比べている

料金

運用代行の手数料は広告費の20%です

	料金	内容
運用代行	広告費の**20**% 月の最低5万円	毎週の運用（検索語句の除外、入札と予算の調整、広告文と画像の入れ替え、配信先の確認）、審査で落ちたときの直し、月次の報告と受注の突き合わせ、月1回の打ち合わせ。媒体を足しても料率は同じです
初期設定	**10**万円	計測とアカウントの設計。数えるコンバージョンの決定とタグの設置（GA4・Googleタグマネージャー・各媒体のタグ）、顧客台帳に流入元を残す形、キャンペーンと広告グループの組み立て、最初の広告文。はじめに1回だけです
計測の点検	**5**万円から	運用はせず、計測だけを見るスポットです。コンバージョンの重複や数え漏れ、友だち追加を問い合わせと同じ重みで数えていないか、媒体と台帳の件数のずれ方を確かめ、直す順番を報告書にまとめます

	広告費 月20万円	広告費 月40万円	広告費 月60万円
運用代行の手数料（月）	**5**万円	**8万円**	**12**万円
媒体に払う広告費（月）	20万円	**40万円**	60万円
はじめの月だけ	初期設定 10万円	**初期設定 10万円**	初期設定 10万円

金額はすべて税別です。広告費が月25万円までは、手数料は最低の5万円です。最低契約は3か月です。媒体に払う広告費は手数料とは別で、貴社のクレジットカードなどで各媒体へ直接お支払いいただきます。LPの作り直しや動画の制作は含まないので、必要なときは別にお見積りします。

流れ・担当者・会社概要

ご相談から運用まで、代表の大林が担当します

1

無料相談

オンラインで30分ほど、いまの広告アカウントと、問い合わせから成約までの管理の仕方を一緒に見ます。

2

計測とアカウントの設計

数える成果、キャンペーンの分け方、媒体ごとの予算と上限のCPAを1枚にまとめ、金額を確定します。

3

初期設定

タグとコンバージョンを設定し、テストの問い合わせで媒体と台帳の両方に正しく入るかを確かめます。

4

配信の開始

最初の1か月は検索語句と配信先を細かく見て、外れた語句の除外と予算の調整を早めに回します。

5

月次の報告

媒体の数字と台帳の成約・粗利を並べた報告をもとに、翌月の予算の配分と直すところを決めます。

大林

株式会社Nexly 代表取締役

大林 諒

Web制作会社で8年間、カスタマーサポートと社内システムの部署で部長として約500社のサイト制作と、社内の顧客管理システムの開発・導入を取りまとめてきました。グループ会社3社のマーケティングの責任者として、社内の仕組みも担当してきました。

2024年にNexlyを設立し、いまは中小企業の広告運用と計測、kintoneやSalesforceでの受注の管理を支援しています。

会社名	株式会社Nexly
設立	2024年5月
所在地	〒664-0873 兵庫県伊丹市野間8丁目4-11-2
事業	広告運用とGA4・GTMの計測、kintone・Salesforce・LINE・n8n・Google Workspaceの構築と運用、人材紹介

まずは30分、無料でご相談ください

nexly.co.jp/contact/ からお申し込みいただけます。
まだ広告を出していない段階でもかまいません。

よくあるご質問

契約の前に、よく聞かれることです

広告費はいくらから頼めますか。

決まりはありませんが、手数料は月の最低が5万円なので、広告費が月25万円までは手数料が5万円になります。広告費が月10万円に届かない場合は、自社で回し、計測の点検（5万円から）だけを頼む形のほうが合うことが多いです。

広告費の支払いはどうなりますか。

媒体に払う広告費は、貴社のクレジットカードなどで各媒体へ直接お支払いいただきます。Nexlyにお支払いいただくのは、手数料（広告費の20%・月の最低5万円）と、はじめの初期設定（10万円）だけです。

広告アカウントは誰のものになりますか。

アカウントは貴社の名義で作り、Nexlyには管理の権限を付けていただく形にします。いまお使いのアカウントがあれば、そのまま引き継ぎます。契約が終わっても、アカウントと過去の配信のデータは貴社に残ります。

どの媒体に出すかも決めてもらえますか。

はい。いますぐ依頼先を探している人に会える検索広告から始め、計測と成約が追えるようになってからMeta広告やLINEに出す枠を足すのが基本です。予算や商材に合わない媒体は、出さないほうがいいとお伝えします。

管理画面と台帳の件数が合いません。

多くの場合、計測の故障ではなく数え方の違いです。クリックした日で数える、表示だけで後から来た問い合わせを含む、同じ人の2回の送信を2件と数える、などです。どの違いでずれているかを確かめ、数え間違いがあれば直します。

最低契約期間はありますか。

3か月です。自動入札が新しい設定に慣れ、検索語句の除外がたまって数字が落ち着くまでに、少なくとも2〜3か月かかるためです。打ち合わせはオンラインで、実際の管理画面と台帳を見ながら進めます。