

TAILWIND (i/f)

SNS広告の企画・出稿・運用トータルサポート for BRIDAL

SNS ad total support service
by **MAKEIT K3**

「# プレ花嫁」と直接つながるアプローチ

SNSをきちんと活用するマーケティング

質問です！

貴会場は SNS 広告を使ったことがありますか？

ある

3 ページ目へ

SNS 広告のポイントになる広告バナーとランディングページ（以下「LP」と記します）のポイントの一部を TAILWIND の特徴と合わせてご案内します。

ない

10 ページ目へ

SNS 広告は比較的新しい手法で、この分野でしか使われないような言葉もいくつかありますので、目的・手法を含めてご案内します。

フィード・バナー広告のポイント (OUT)

ここでは、instagram のフィード広告を例にチェックポイントを見ていきましょう。

ビジュアルの質はクリック数に直結するため、「ファッションやご飯やワンコの素敵なイメージ」に負けないクオリティーは勿論必要ですが ...

POINT1

OUT テキスト量は適切か？

仕組み上、ビジュアルの質は出現単価に直結します。

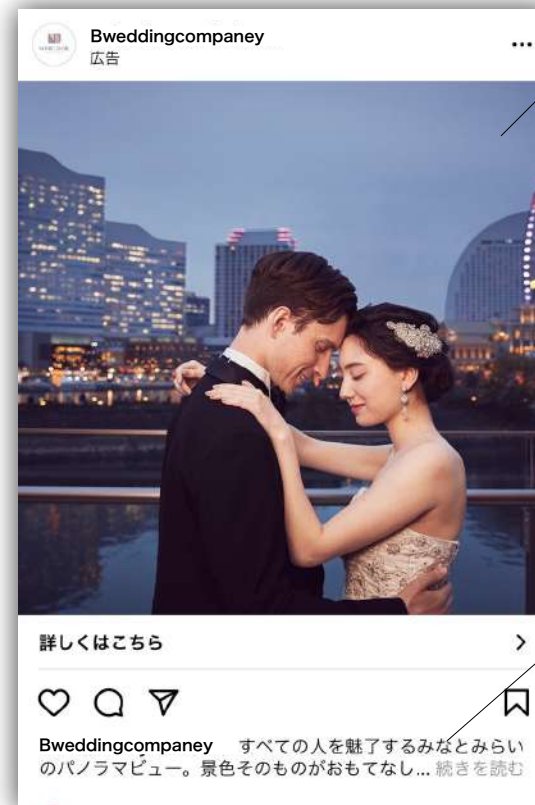
その中でも「バナーに占める文字の面積は 20% 以下」というルールが公式にあったほどなので、SNS 広告の効果的な運用を目指すなら文字の取り扱いには絶対に押さえておきたいところです。



POINT2

OUT イメージのみを配信？

製作コストが問題になると起こりがちなパターンです。既に十分に認知されていて長期的にブランドイメージの改善を目指す場合に効果がでる方法なので目的に叶うものか確認しましょう。



POINT3

OUT 文芸作品のような説明文

雰囲気は重要ですが、「雰囲気だけ」の説明は記憶に残らず、ブライド＆ガムの行動も促しません。必要な情報を適切に盛り込むのがポイントです。

Tailwind(テールウィンド)の フィード・バナーのポイント (IN)

「いま『いい感じ』のカップル
がたまたまinstagramを見ていま
す」

に応える絵作り

POINT1

「『ま、いっちゃんか』と思え
るテンション」

を引き出すライ
ティング

POINT2

より良いタイミングでユーザの
ビューに現れる

ための導線設計

POINT3

instagram広告のポイントは①選択ワード②投下金額③広告イメージのセンスです。特に「③」はAIにより独自に評価され、広告出稿者、ユーザー、プラットフォーム提供者の3者が幸せになるために重視されています。



LPのポイント (OUT)

LP は目的に応じていくつかのパターンに分類できますがここでは共通して注意したいポイントは ...

POINT1

OUT 適切な情報量の提供を！

公式ホームページ誘導型のほか、キャンペーン型でもしばしば見受けられる超大作 LP。

「伝えたいことがたくさんある」という思いは分かるのですが、直前までスマホの 1 画面に収まるコンテンツを楽しんでいたユーザーに提供するのに適切な情報量かどうかは要チェックです。



POINT2

OUT ルートはシンプルに！

これも大型 LP に見られがちですが、離脱を誘発するような導線を埋め込むパターンは当然本来目的としているコンバージョンに至らないので非常にもったいないものです。

お料理についてさらに知りたい！

POINT3

OUT フォームの量は適切に！

「来館を LP 内で決めていただく」というのは効率的ですが、同時にプレ花嫁のアクションのハードルがグッと上がります。

フォームでどの程度の情報を求めるかは CPA にかかなり大きく影響するので適切な見極めをしましょう！

来館予約はこちら！

BOOKING

来館予約はこちら！

LPのポイント (IN)

LP が当初想定した目的を達成するために何が必要かのポイントはここです！

POINT1

IN

owned メディア の強みを生かす

SNS のフィードや婚礼媒体（ポータル）と異なり競合会場とダイレクトに比較されることは少ないので、まんべんなく情報を提供するより、LP 固有の商品・企画のよさを強調した方が CPA は効率よくなります。

POINT2

IN

スマホの情報量を見極める

スマホは可読性や一覧性に関してはどうしても劣る部分があるので、情報を詰め込みすぎないことが重要です。



POINT3

IN

まとまりが大事

例えば懸賞打ちだし型の LP の場合、LP の内容を「A. 企画の部分」「B. 会場の実績」の 2 つにしぼり、それぞれを入れ子にして、申し込みフォームへコンバージョンするようレイアウトするくらいのまとまりが効果的です。

また、デザイン性よりも企画の内容がはっきり見え、多少ベタでも分かりやすい方が反応は良くなる傾向にあります。

2021 年春版 Tailwind(テールウィンド)の
LP(ランディングページ)A

A.「式プレ(結婚式をプレゼント)」→ エントリー

東京ガーデン
の結婚式場

限定10組様に
選べる結婚式を
プレゼント!

「いま『いい感じ』のカップルの
日常」

にあうコンテンツ

TailwindのLPは多くのパターンにお答えすることができます。中でも特にお勧めしているのが「式プレ-エントリー型」。期間訴求も好反応に結びつきやすく、期間で発信するSNS広告の性質にもあっているといえます。単に自社サイトをLPにするのとは異なり、高いCPAを期待できる点がポイントです。

結婚式プレゼントキャンペーン
エントリーフォーム

STEP1 入力

STEP2 確認

STEP3 完了

お名前

お相手様名

メールアドレス

電話番号

挙式のご希望時期

～

ご列席の予定人数

名くらい

会場へのご要望

エントリー後の流れ:

1. 当館からの連絡をもって来館日が確定
 2. ご来館後、会場を気に入ったらお申込み(結婚式はプレゼント!)
 3. 結婚式当日まで専属スタッフがサポートします
- ※エントリーおよびご来館後、結婚式のお申込みは必須ではありません。

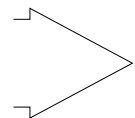
まずはご見学いただき、会場や日程が気に入っていただけましたらお申込みください。

対象者及び注意事項:

2021 年春版 Tailwind(テールウィンド)の
LP(ランディングページ)B

B.キャッチコピー → お問い合わせ

感動の瞬間を創造する
二人のアート空間



「『こんな結婚式してみたい』の
アイデア探し中なプレ花嫁」
にあうコンテンツ

TailwindのLPは多くのパターンにお答えすることができます。軽めの問合せ型のLPは直接的・短期的な来館アクションにはつながりにくいものの、結婚式への敷居を下げる効果が期待できます。

演出も自由自在



どんなお花を用意しよう？
テーブルクロスやメニュー、ネームカードからお料理まで。
お二人の特別な一日を素敵にコーディネート。

お気軽にお問い合わせください

お名前

2021 年春版 Tailwind(テールウィンド)の
LP(ランディングページ)C

C.「来館特典」打ち出し → 来館予約

ご来館特典 プレゼント!!
SNS限定で貰える
結婚式体験会開催

「『そろそろ具体的になにか考え
ようかな』というプレ花嫁」
にあうコンテンツ

TailwindのLPは多くのパターンにお答えすることができます。来館予約型LPはCPAの難易度はかなり上がりますが、標準的なオペレーションの来館誘導に直結できる点がポイントです。



5/2(fri)

【金曜3組限定】神社 * 和装人前挙式 × 豪華
試食 × お悩み相談解決

《組数限定&衛生対策強化中》専属プランナー
がお二人の希望が叶う神社探しから当日まで
トータルサポート！リニューアルされた東京
スカイツリーを望むチャペルでの和装人前式
のご紹介や絶品料理の無料体験も

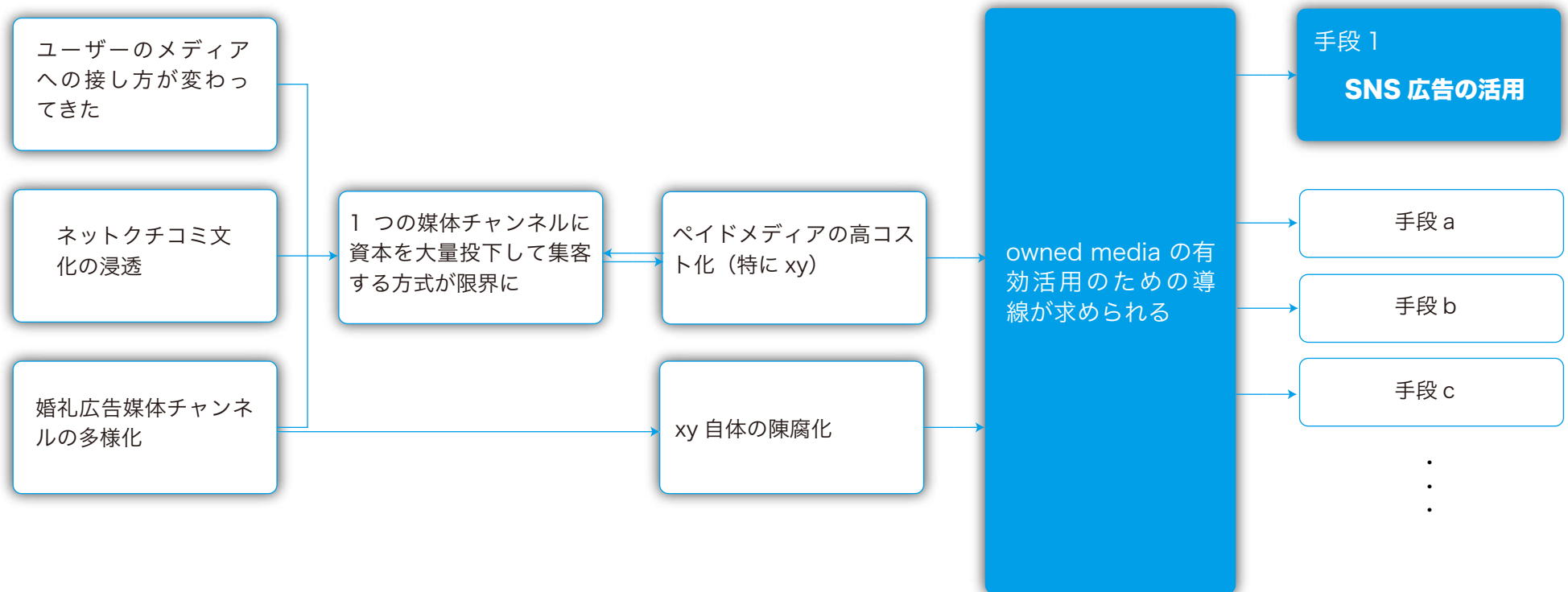
11:00～を 申し込む

何故、今、ブライダル会場に「SNS広告」が必要なの？

スマートフォンを介してインターネットを利用することが日常となった今、
婚礼会場のメディアとの新しい付き合い方の一つに SNS がありますが、今ひとつうまく使えていない状況を多く目にします。

Tailwind(テールウィンド)は「SNSがある」を一步超え「会場の良さを伝え来館につなげる」追い風を吹かせます。

10



こんな悩みを解決します

知りたい！

使ってみたい！

見直したい

SNS広告を運用したいが
どうしたらいいか知りたい！

色々な媒体があるがどこ
から手をつけたらいいか
知りたい！

ポータルの送客が下がっ
た！顧客の増やし方を知
りたい！

新婦様に直接アプローチ
する手段を有効活用して
みたい！

広告戦略を見直したい

SNS広告を活用して追い風を吹かせましょう！

SNS広告で何を実現するの？

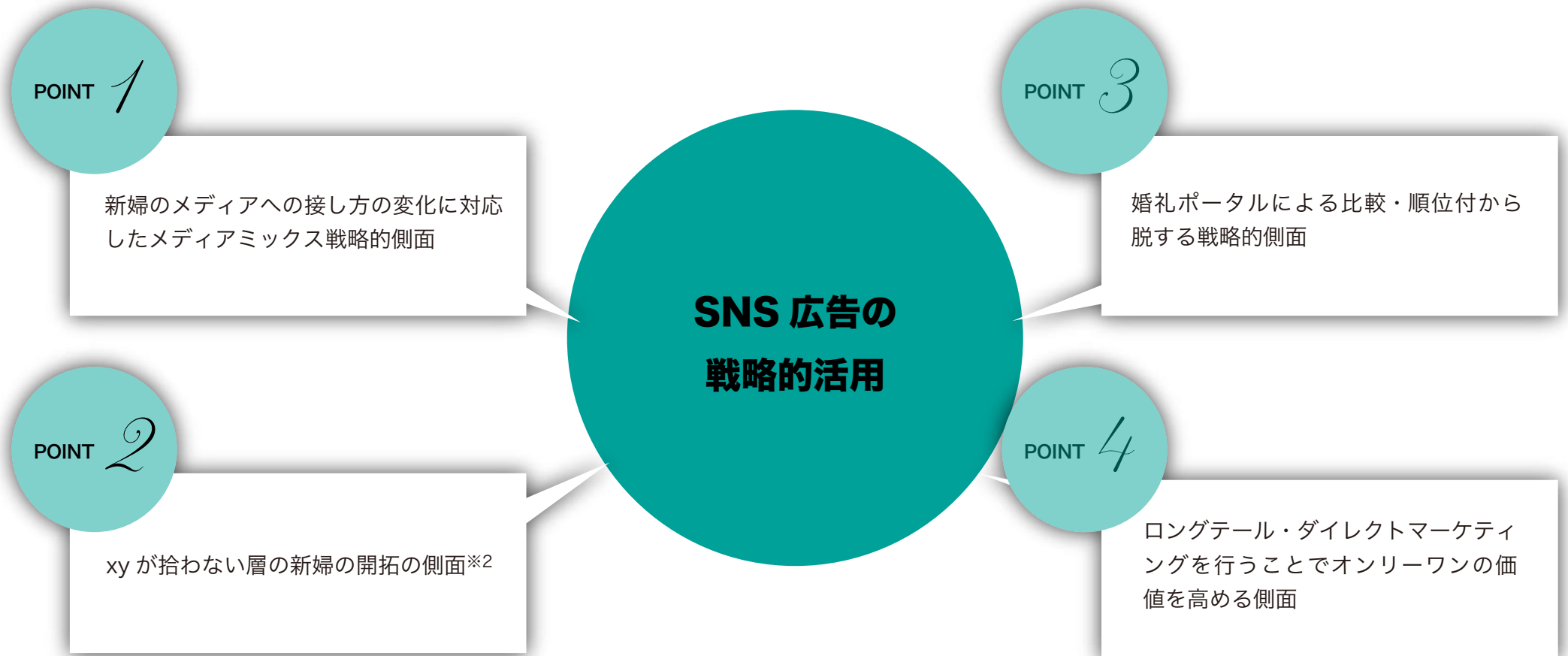
インスタグラムで楽しいパーティーをシェアするのは当たり前の時代！

その上で、会場の良さ・スペックををきちんと伝える内容になっていけばより価値が高まります。

さらに一歩進んで、私たちは予約導線につながる LP※1 をご用意しました！

「SNSがある」を超えた「来館に近づく戦略」を！

12



※1：Landing Page（着地点となるページ） ※2：大都市圏で「結婚するけどxy見ない」層が約50%（2016年弊社調べ）

どうやって進めるの？

TAILWIND[i/f] は特に instagram / facebook の広告プラットフォームの運用に特化し
バナー /LP 制作から新婦様への insta/reel facebook 広告配信の運用までを
トータルでサポートします。

魅力的なコンテンツと効果的なページ構成、タイムリーな運用で会場の魅力を高め来館に近づけます。

13

インスペクション

SNS 広告ではビジュアルの影響力が非常に高くなります。
既存の宣材写真を確認させていただき、
必要な場合は撮影等を提案させていただきます。

アカウントの確認

運用を代行しますので必要な instagram / facebook アカウントの情報をとりまとめます。

このタイミングで機密保持等の契約も結ばせていただきます。

戦略の決定

媒体・広告のプロフェッショナルが必要な戦略をご提案させていただきます。

ペルソナ
エリアターゲットの決定
LP 戦略
広告予算スケジュール
実施時期

製作

バナー・LP の製作を行います。

バナー 10 パターン /
来館予約型 LP の場合、
2 週間程度かかります

必要場合は撮影等

実施

各指標を確認して PDCA サイクルを回しながら実際に運用を行います。

タイムリーに会場の良さを伝えるマルチパターンバナー

毎週新しいSNS広告の配信でプレ花嫁にアプローチします！

反応の良かったビジュアルを
効果検証&再配信

3ヶ月実施の場合 1～10週目まで

1週目	2週目	3週目	4週目	5週目	6週目	7週目	8週目	9週目	10週目	11週目～	11週目	12週目	13週目
										11週目～	11週目	12週目	13週目
											1	2	3

来館に近づく効果が
期待できるイベントバッジ

SNS 広告では文字は全体の 20%以下という基準が
あったように、ビジュアルのイメージ・クオリティ
がコストにも反映されるため非常に重要になります

少ない文字情報の中で訴求力のあるバッジが必要
です

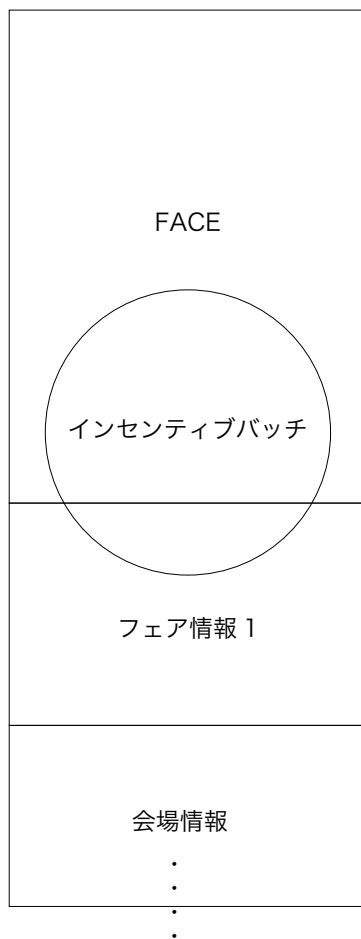


各シーンに必要なバリエーションに対応

フィード i	ストーリーズ	インスタント
		
フィード f		PC
		
メッセンジャー マーケットプレイス etc....		

間口を広げながら「# プレ花嫁」に幅広くアプローチ

会場のファンになってもらうことはもちろんのこと、プレ花嫁にアプローチするシナリオを導くLPを提供します。



LP のフレームワークも独自にご提案



質と効果の両方を追求する LP 実装を実現します

結婚式プレゼントキャンペーン
エントリーフォーム

STEP1 入力 STEP2 確認 STEP3 完了

お名前

お相手様名

メールアドレス

電話番号

挙式のご希望時期 ~

ご列席の予定人数 名くらい

会場への要望

エントリー後の流れ:
1. 当館からの連絡をもって来館日が確定
2. 来館後、会場を気に入ったらお申込み(結婚式はプレゼント!)
3. 結婚式当日まで専属スタッフがサポートします
※エントリーおよび来館後、結婚式のお申込みは必須ではありません。
まずはご見学いただき、会場や日程が気に入っていただけましたらお申込みください。

対象者及び注意事項:
・過去に当館のご見学、ブライダルフェアに参加されたことが無い方
・来館日より1年以内の結婚式をご検討の方
・30名以上の結婚式と会食(または披露宴)をご一緒に申込みいただける方(結婚式のみご検討の方はキャンペーン対象外となります)
・新郎新婦様ご本人の応募に限り
・結婚式の人数: ~120名まで

ご来館日について:
当館からのご連絡をもって確定とさせていただきます。

最小契約期間3ヶ月から、以後3ヶ月単位でご活用いただけます。

基本はしっかりと。

業界トップクラスのお値打ち価格にてサービスを提供させていただきます。

16

TAILWIND[i/f] 運用サポート費 20 万円 / 月額 (税別)

含まれるもの	標準LP1点製作 バナー10点(3ヶ月あたり)製作 LPからの申込みの自動転送 週ごとのバナー更新 広告配信運用 週次レポート
含まれないもの	写真/動画等の素材

※素材は会場様にご提供いただきます。

+

広告費 30 万円 / 月額 (税別)

※instagram/facebook 広告プラットフォーム) 広告出稿に投下される実費になります。

CPI(Click Par Inpression/ ユーザーの画面に表示される毎)ベースでの課金が基本となります。

instagram 広告は google の AdSense などに比べて CPI が極めて良いという特徴があります。業種や目的にもよりますが、一般に google AdSense の CPI が 6,000~10,000 円といわれるのに対し、instagram 広告は 200~600 円程度となります。

さらなるサポートをご提供しています

できるだけ柔軟にご要望にお応えできるよう豊富なオプションをご用意しています。
「こんなことがやりたい!」「こういうことは可能?」がございましたらお気軽にご相談ください。

17

プレミアムサポート 10万円～

広告出稿の現状分析、集客導線チェックを含むプレミアムサポート。
さらに高度な内容についても対応可能ですので弊社担当にご相談ください。

オリジナルLP製作 50万円～

「独自の LP を用意したい」というご要望にデザインディレクター・エンジニアがお応えします。
技術的な点についてもお任せください。

ホームページ製作 300万円～

このタイミングで自社サイトもきちんとしてほしいというご要望にデザインディレクター・エンジニアがお応えします。
CMS やデータベース管理など技術的な点についてもお任せください。

「いい素材がないんです」を解消します!!

動画コンテンツ制作

ショート

5～15 秒
(reel/IGTV 向け)

10 パターン

ミディアム

90 秒
(LP/ 自社サイト /xy 向け)

2 パターン

Tailwind同時お申込みに限り

80 万円～

※単独撮影の場合、110 万円
※2021 年 4 月末まで適用

写真撮影

イメージ 60 カット
スクエア納品

Tailwind同時お申込みに限り

100万円～

※単独撮影の場合、140 万円
※2021 年 4 月末まで適用

お気軽にお問合せください

Ask us !!

k2@makeit.be

担当：金森・鳥居

MakeIT

株式会社メイキット

所在地：〒150-0021 東京都渋谷区恵比寿西 1-35-11 代官山タワー 5F(502)
TEL：03-5728-3706