



CVR200% UP

Metaパートナーシップ広告の 成功事例（化粧品）



この資料では、こんなお悩みのヒントになる事例をご紹介します。

商品の良さが、ユーザーに
伝わっていない気がする...

獲得だけでなく、認知～教育
も広告成果として創出したい



今回のお客様と施策概要

- お客様 化粧品メーカー
- 主な事業内容 化粧品の開発・製造・販売
- サービス単価 2,000円～5,000円
- ご支援内容 Web広告運用全般の支援（訴求設計/LP改善/ファネル整理などを含むコミュニケーション戦略の構築）

施策実施前の課題

ブランド基調の静止画中心クリエイティブで
新規獲得を狙っていたが、
期待していた獲得効率に届かない...

仮説

商材の特性や活用イメージが十分に伝わらず、
理解形成に必要な情報が不足していた

広く接触はできていたものの、意思決定に近い層の
育成・選別が弱く、効率的な獲得につながりにくかった

課題や仮説を踏まえ、2つの方針で施策を展開しました。

施策 01

パートナーシップ広告による認知 ～教育フェーズの強化～

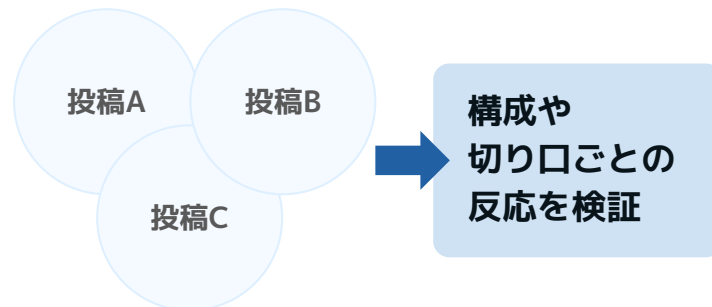


冒頭で悩みや不安に共感し、段階的に商品の機能や使い方を伝える流れを重視。

単なる商品紹介ではなく、「なぜ必要か」「どんな人にあっているか」を自然と伝えられる投稿に。

施策 02

教育効果を前提とした クリエイティブ設計



単発の広告配信ではなく、ユーザーを理解し、育てながら届けるという視点で施策を組み立てたことが後の好循環につながる起点となりました。

2つの方針で施策を実施した結果、以下の成果が得られました。

成果01

パートナーシップ広告の
CVR改善

1.6%で
公式ブランドバナー広告の

2倍

成果02

公式ブランドバナー
広告のCVR改善

0.8% → 1.7%

成果03

その他の成果

店頭での売上増加傾向
(完全な因果関係は未特定)

成果が良いパートナーシップ投稿の
間接CVが多く、ユーザーの認知
獲得～教育にも貢献

パートナーシップ広告により、商品に対する顕在層を多く獲得。

そこに配信が寄り、最適化学習が進んだ結果、公式ブランドバナー広告のCVRも向上。

今回の事例で得た学びは、以下の2点です。
皆さまが抱えるお悩みを解決するヒントになれば幸いです。



学び01

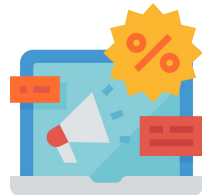
公式ブランドバナー広告にこだわらず、
商材に応じた最適な訴求手段を
選ぶことの重要性



ニッチな商材の場合、ユーザーの理解・共感を促す
導線として、パートナーシップ広告のようなフォー
マットが効果を発揮することもあります。
新規獲得だけでなく、認知～教育にも効果がある施
策です。

学び02

パートナーシップ広告配信後に再度、
公式ブランドバナー広告で
CVRが上がるか検証できたこと



パートナーシップ広告は広告での直接獲得のみでは
なく、認知～教育にも効果があり、施策単体のみで
はなく全体に好影響があるということがわかりまし
た。

最後まで読んでいただき、ありがとうございました！

アドケイトでは、Webマーケティング支援から、SNSアカウント運用、インフルエンサーキャスティングまで、一通貫でマーケティング支援を行っています。

マーケティングのお悩みやご相談など、お気軽にお問い合わせください。

お電話でのお問い合わせ
06-6484-7810

受付時間 10:00~19:00（土日祝除く）

WEBからのお問い合わせ

<https://adcate.co.jp>



株式会社アドケイト

住所 大阪府大阪市中央区南本町2-4-8 ミズワンビル2F

HP <https://adcate.co.jp>