

# 広告における成功の定義と 修正と改善について

---



# 成功の定義

---

- **費用対効果**が合う（資産が増えている状態）

= 広告費 - 利益 = 0

金額的に±0でも顧客リストが増えている

= **LTV**で考える

ただ、キャッシュフローの問題もあるので回収は早める  
必要がある

# 目標とする数値が多くある

---

- 費用対効果
  - 売上
  - 獲得件数 (CV)
  - 顧客獲得単価 (CPA)
  - 成約率 (CVR)
- 誤魔化してくる広告代理店も多い

# 本当に重要な数値

---

**CPA > LTV**

**重要なのはこれだけ！**

# 修正&改善について

---

- **ボトルネックの判断**

- 広告クリック率 **6%**
- LP成約率 **20%~30%**
- オプト単価 **限界CPA未済**
- 相談成約率 **50%**
- 成約率 (相談なし**20%** あり:**100%**)

- **限界CPAの計算方法**

- 相談なし : 「売値」 × 「成約率」 × 「LP成約率」
- 相談あり : 「売値」 × 「成約率」 × 「相談成約率」 × 「LP成約率」

- **後ろ側から修繕改善を行う**

# 広告から販売までの全体像

