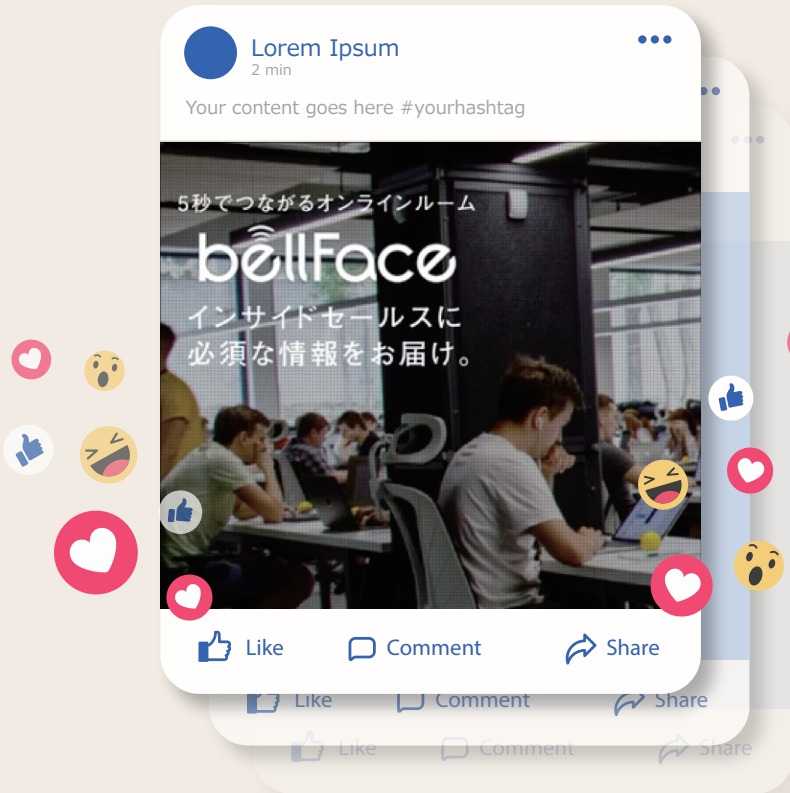


 SHUTTLE ROCK

Facebook

Facebook で広告を配信する時の
モバイルに最適化 TIPS !

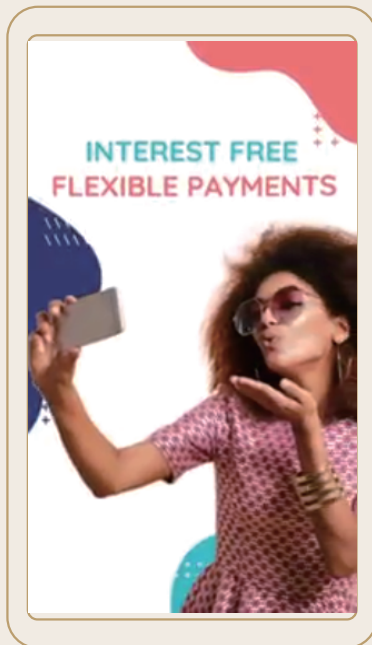
動画クリエイティブのベストプラクティス



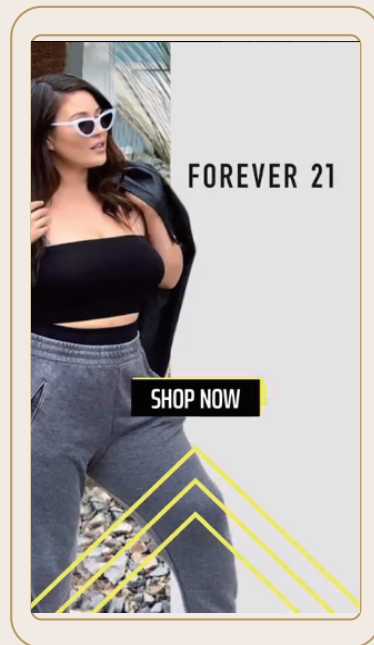
SHUTTLEROCK | キャンペーン内容やターゲティングに合わせる



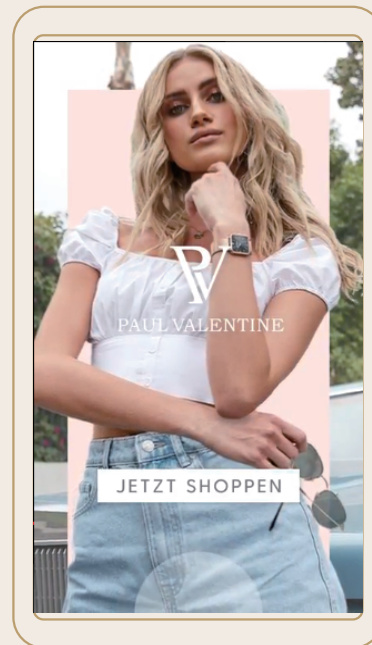
→例えば、20代の女性をターゲットにする場合、
クリエイティブはその層が好みそうな動画によらせることがコツ！



女性 10代 ~



女性 20代 ~



女性 30代 ~



女性 40代 ~

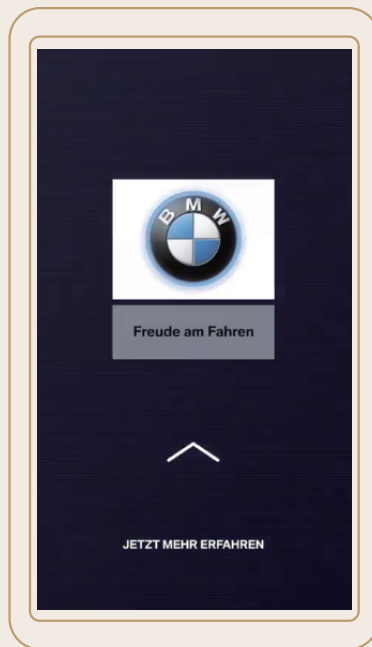
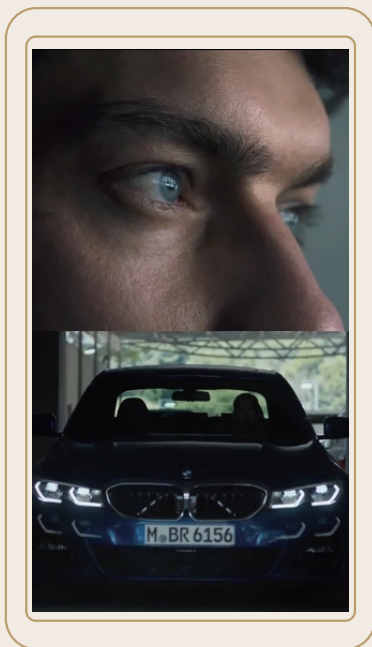
SHUTTLEROCK | デザインは目的に合わせて変更するべき



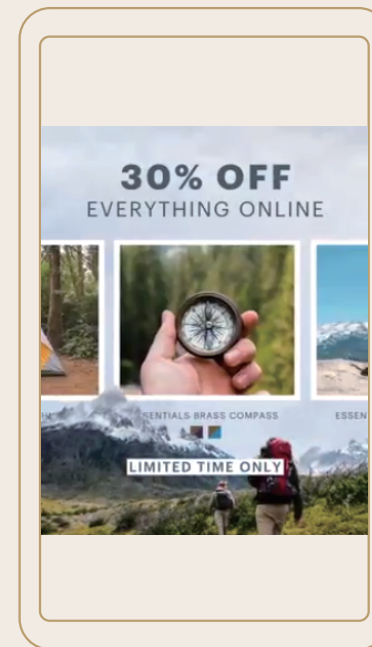
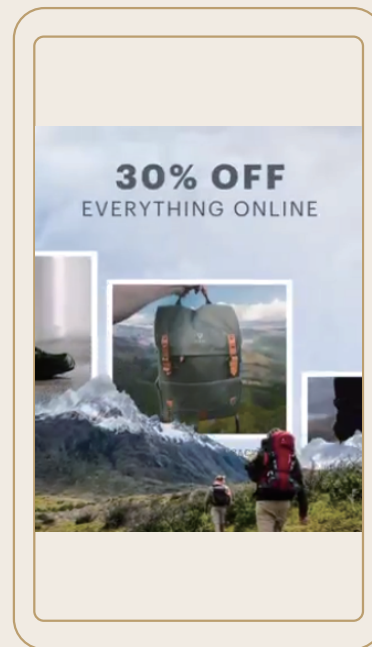
→ブランディング目的だったらブランドカラーやロゴを前半に表示する。

獲得目的の場合キャンペーンやお得情報を前半に出すなど。

活用できる TIPS は様々！



ブランディング目的
ブランドカラーやロゴを表示

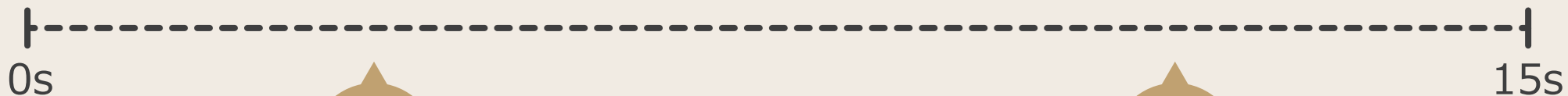
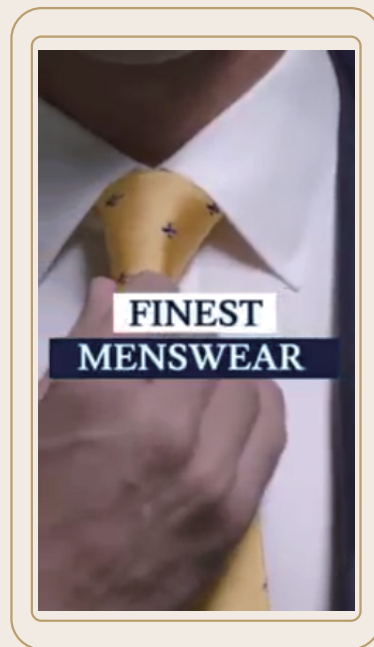
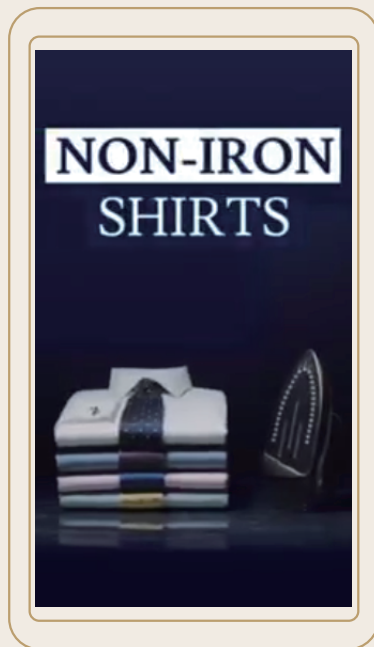


獲得目的の場合
キャンペーンやお得情報

SHUTTLE ROCK | 最初の2秒でアテンションを引く



素早くスクロールしていく SNS 環境の中、広告は素早く目を引く動画で止まっていたかく加工をするのがポイント！



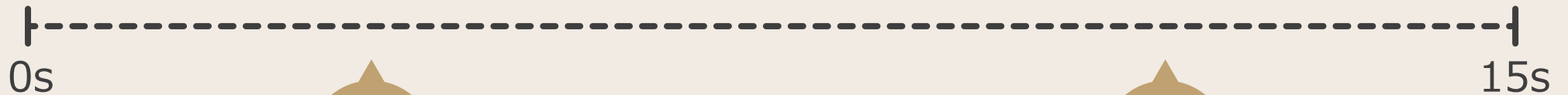
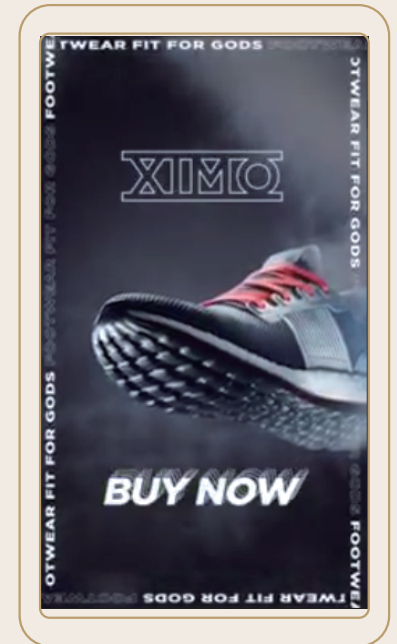
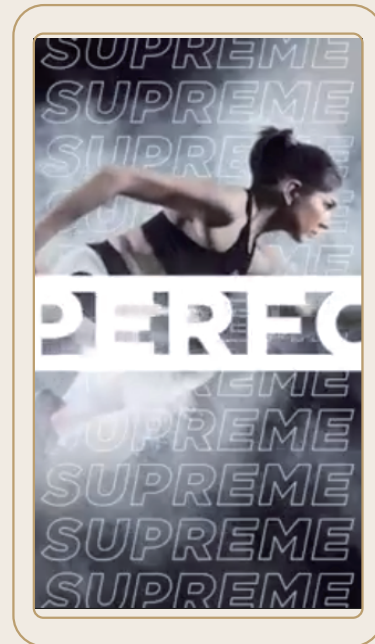
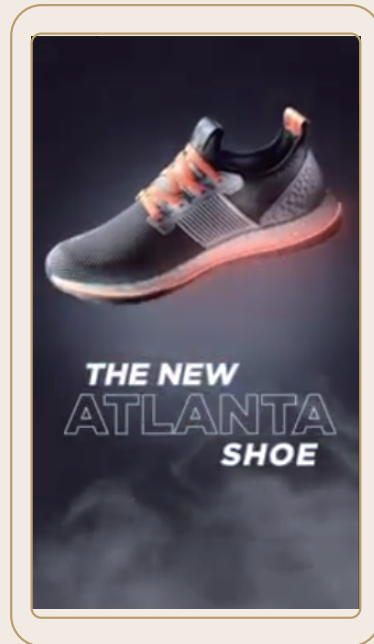
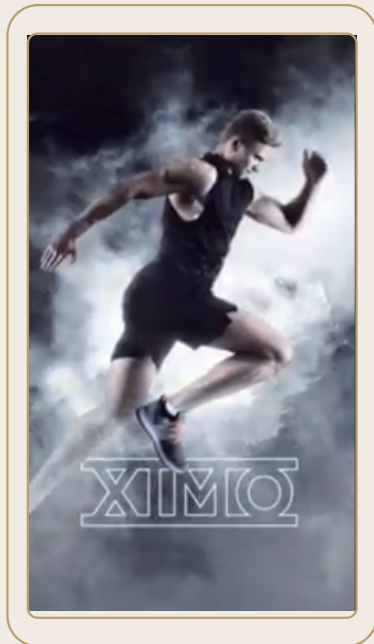
2s

11s

SHUTTLE ROCK | ブランド情報は前もって伝える



よく知っているブランドと認識したユーザーはその動画の処理スピードも早くなると言われています。ブランドのロゴや色、テーマなどをうまく活用することによりブランド認知も期待できます。

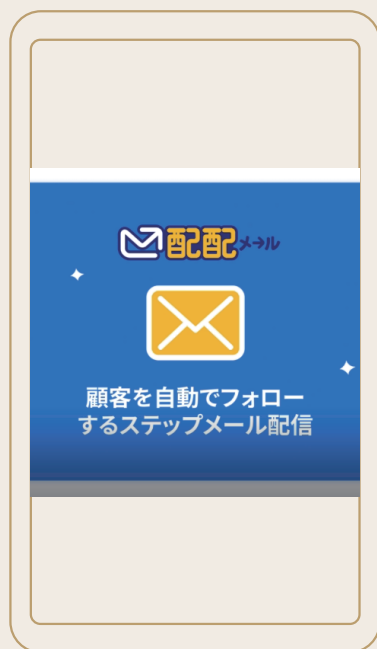


2s

9s



日中携帯で SNS を見ている人には音声なしで見ていることがわかっているので、目で見えてわかるメッセージやキービジュアルを活用しましょう



0s

2s

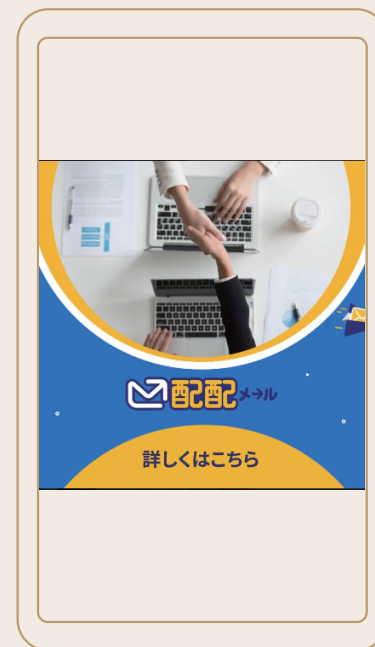
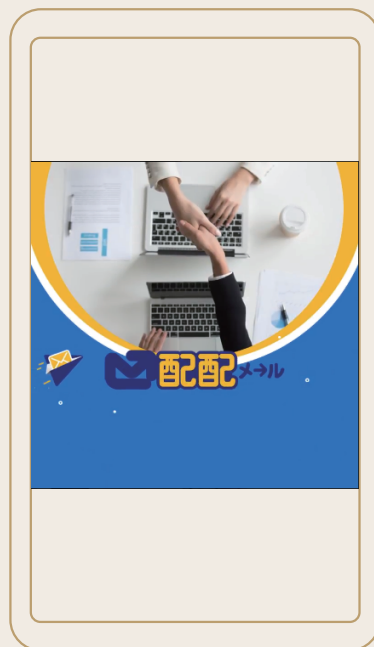
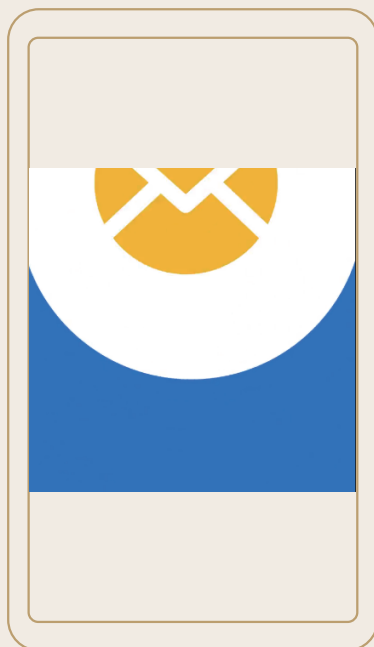
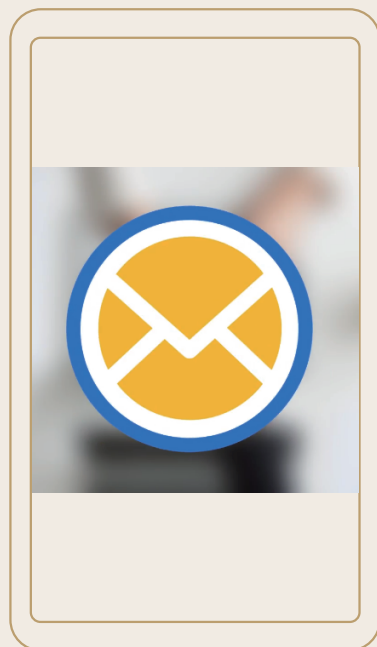
5s

7s

SHUTTLE ROCK | サイズ感に目を向ける



小さい画面でもわかりやすくするためモバイルに最適化が必要になります。
98%のユーザーは携帯を縦に構えて見ているため、その中で十分に見やすく、
アニメーションやテキストのサイズで遊ぶのも良いでしょう。



0s

1s

12s

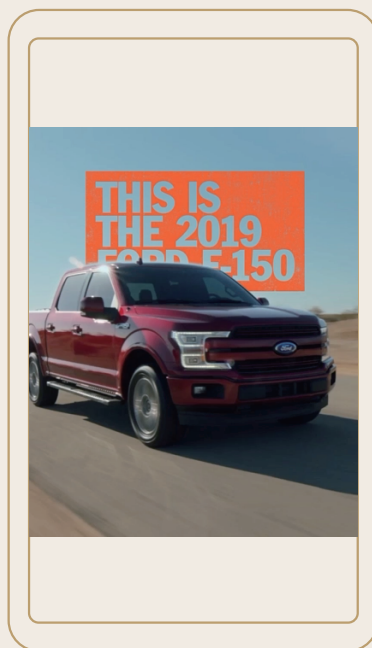
15s



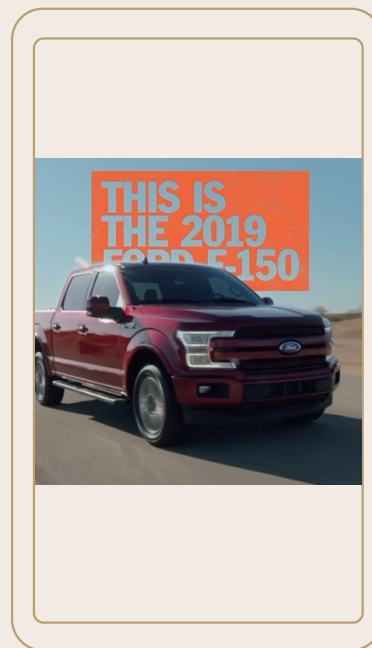
プレイスメント毎にサイズの指定も変わってきます。Facebook ならフィードで流れる 1:1 や 4:5 の動画を配信し、Instream の場合は 16:9 など、比率に目を向けることが必要になります。



FONT: FRANKLIN
GOTHIC STD
CONDENSED



4:5

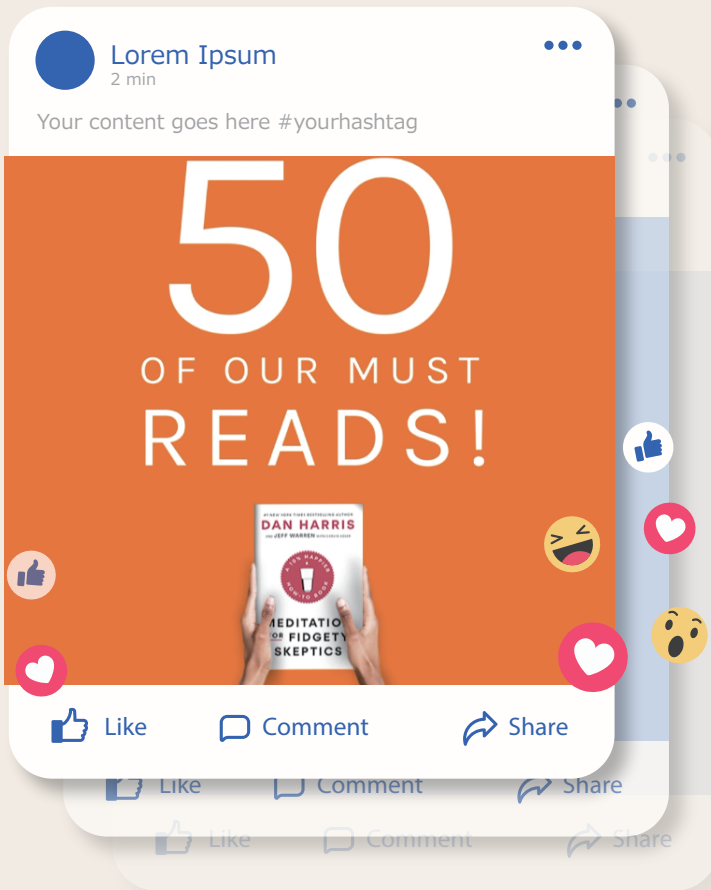


1:1



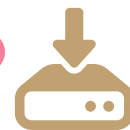
16:9

元素材



SHUTTLE ROCK

たくさんの動画広告でテストを行ない
キャンペーンやブランドに最適な
クリエイティブを探してみましょう。



資料ダウンロード