

LinkedIn広告の基礎知識

2023年9月版

／ Prime Numbers

目次

LinkedInとは	3
LinkedIn広告の特徴	4
配信面	5
キャンペーン目的	6
ターゲティング	7
クリエイティブ例	9
会社概要	10



LinkedInとは

「LinkedIn（リンクトイン）」とはどのようなSNSなのでしょうか？

■ 概要

ビジネス特化型のSNS。

実名登録が前提で、所属している会社名や役職などをプロフィールに載せるため、**ビジネス上のやり取り**に活用されている。**求人募集専門**のメニューがあり、採用活動にも積極的に利用されている。

■ ユーザー数

日本でのユーザー数は、およそ300万人。

海外でのユーザー数は、およそ9億3000万人。

20～30代のビジネスユーザーが利用者の中心。

■ 求人、ユーザー、ラーニング

LinkedInは他のSNSと同様にユーザーを検索することが可能なほか、LinkedIn上で公開されている求人情報やセミナー情報まで探すことが可能。単に興味のある分野のユーザーとつながるだけでなく、今、自分に必要な情報を見つけられる総合的な媒体でもある。

■ イメージ

LinkedInであなたの可能性を広げよう



確かな情報源により
価値あるインサイトを
手に入れる

プロフェッショナルの洞察、業界のトレンド、LinkedIn News編集者が厳選したビジネストピックなど、確かな情報源により価値あるインサイトを手に入れましょう。

プロフェッショナル
コミュニティを築く

すでにつながりのあるプロフェッショナルの活動を応援しながら、知識やアイデアを交わし合える人達と新しいつながりを築きましょう。

オンラインコースで
スキルアップする

オンラインコースで新しいスキルを身につけ、変化に強いプロフェッショナルになりましょう。LinkedInラーニングはオンライン環境さえあればどこでも受講できます。

キャリアやビジネスの
可能性を広げる

あなたのプロフェッショナルコミュニティによりキャリアの可能性を広げたり、新たなビジネスチャンスを見出したり、LinkedInで様々な機会を発見しましょう。

媒体名	LinkedIn（リンクトイン）	種別	SNS
おすすめの商材	BtoB商材・ハイクラス求人・社会人向けセミナー		
概要	ビジネス特化SNS		
メリット活用方法	求人募集専門の広告メニューあり。		
利用シーン	ビジネス上のやりとり。取引相手とのコミュニケーション。		
その他備考	実名・社名・役職名などの登録が求められる。		
公式HP	https://www.linkedin.com/home		



LinkedIn広告の特徴

LinkedIn広告の強み・弱み・利用すべきケースをまとめました。

■ LinkedIn広告の強み

業界・職種を絞った広告配信が強い。

現在所属している会社単位での広告配信ができる。

特定の職務経験を持った求職者に集中して広告配信ができる。

■ LinkedIn広告の弱み

他のSNSに比べてリーチできるユーザー数が少ない。

ユーザー数が少ないため、クリック単価が他の媒体より高くなりやすい。

■ LinkedIn広告を実施すべきケース

ハイクラスの人を募集したい場合。

BtoBの案件の中でも、ターゲットとなる業種・職種が絞られている場合。

社会人を対象としたセミナーや説明会の参加者を募集する場合。

■ イメージ

The place to B2B.
Build relationships with your ideal audience and drive results all on a platform built for B2B marketing.

Connect with decision-makers who matter most to your business
Target your campaign to reach a qualified audience based on job title, industry, company name, and more.

Audiences exposed to brand and acquisition messages on LinkedIn are 6x more likely to convert.
Source: LinkedIn On-Platform study, 2019

B2B brands experience a significant 2-3x increase in their brand attributes by advertising on LinkedIn.
Source: LinkedIn Data

40% of B2B marketers surveyed indicated LinkedIn as the most effective channel for driving high-quality leads.
Source: eMarketer

媒体名	LinkedIn広告	種別	SNS
おすすめの商材	BtoB商材・ハイクラス求人・社会人向けセミナー		
概要	-		
メリット	業種・職種・会社・スキルをターゲティングできる。		
デメリット	ユーザー数が少ない。クリック単価が高くなりやすい。		
その他備考	-		
参考URL	https://business.linkedin.com/marketing-solutions		



配信面

LinkedIn広告の配信面の一覧。

■ PC向け配信面

The screenshot shows the LinkedIn PC interface with several ad placement areas highlighted in red boxes:

- タイムライン 広告枠** (Timeline Ad Slot): A large blue box covering the main content area of the feed.
- 右側 広告枠** (Right Side Ad Slot): A blue box on the right side of the feed, next to the 'フォローおすすめ' (Follow suggestions) section.

■ スマートフォン向け配信面

The screenshot shows the LinkedIn mobile interface with several ad placement areas highlighted in red boxes:

- タイムライン 広告枠** (Timeline Ad Slot): A large blue box covering the main content area of the feed.
- 求人広告枠** (Job Ad Slot): A blue box on the right side of the feed, next to the 'おすすめ' (Recommendations) section.



キャンペーン目的

LinkedIn広告では以下のキャンペーン目的から適したものを選択可能です。

キャンペーン目的	利用ケース	課金形態
ブランド認知	自社のビジネスを知ってほしい。	インプレッション
ウェブサイト訪問	ウェブサイト訪問者を増やしたい。	インプレッション、LPクリック
エンゲージメント	投稿コンテンツへの反応を集めたい。	インプレッション、エンゲージメントクリック
動画視聴	動画視聴者数を増やしたい。	インプレッション、動画視聴
リード獲得	質の高いリードを増やしたい	インプレッション、クリック
ウェブサイトコンバージョン	購入・登録などCVを増やしたい。	インプレッション、LPクリック
求人応募者 ※LinkedIn広告特有のキャンペーン目的	自社の求人を求職者に見せたい。	インプレッション、LPクリック



ターゲティング① オーディエンス属性

LinkedIn広告の「オーディエンス属性」では以下のターゲティングが選択可能です。

属性	詳細
会社	「企業収益」「会社のフォロワー数」「会社の規模」「会社カテゴリー」「会社名」「会社成長率」「業種」「社員のつながり」をそれぞれ選択。
統計データ	年齢：「18-24」「25-34」「35-54」「55以上」から選択。 性別：「男性」「女性」から選択。
学歴	「出身校」「学位」「専攻」をそれぞれ選択する。
職務経験	「スキル」「ポジション」「社会人経験年数」「職務タイプ」「職務レベル」をそれぞれ選択する。
関心と特徴	「グループ（LinkedIn内のグループ）」「メンバーの特徴（求職中、海外勤務者など）」「メンバーの関心（サービス、製品への関心）」をそれぞれ選択する。



ターゲティング② オーディエンス

LinkedIn広告の「オーディエンス」では以下のターゲティングが選択可能です。




属性	詳細
リターゲティング	「ウェブサイト訪問ユーザー」「シングル画像広告に関与したユーザー」「動画広告閲覧ユーザー」「リード獲得フォームを表示したユーザー」「LinkedIn会社ページに関与したユーザー」「LinkedInイベント参加ユーザー」をターゲティングできる
リストのアップロード	「会社名のリスト」「連絡のリスト」をアップロードしてターゲティングできる
サードパーティー	サードパーティーのオーディエンスセグメントを利用してターゲティングできる
類似	上記で作成したオーディエンスに類似するユーザーをターゲティングできる

業種、職種、職務経験など対象を絞ったターゲティングも可能です。



広告クリエイティブ例①


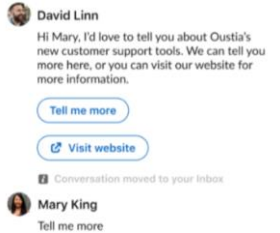
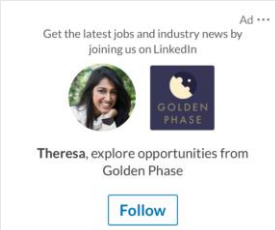
LinkedIn広告に使用できる広告クリエイティブの例を紹介します。

クリエイティブ種別	詳細	参考画像
シングル画像広告	<p>LinkedInの基本的な広告クリエイティブ。画像と見出し文、リンク先、紹介テキストで構成される。WEBサイトに誘導したいときに利用される。</p>	
カルーセル広告	<p>複数の画像を、1つのフォーマットで連続表示できる。画像ごとに異なるリンク先を設定したいときに利用される。</p>	
動画広告	<p>動画とテキストで構成される広告。動画視聴及びブランド認知を行いたいときに利用される。</p>	なし
テキスト広告	<p>テキストとロゴ画像のみのシンプルなクリエイティブ。タイムラインの画面右上の枠に掲載される。</p>	



広告クリエイティブ例②

LinkedIn広告に使用できる広告クリエイティブの例を紹介します。

クリエイティブ種別	詳細	参考画像
スポットライト広告	特定の製品、サービス、イベントにスポットを当てて紹介するクリエイティブ。	
メッセージ広告	ダイレクトメッセージの要領で、広告を配信できます。メール広告に近い形式になります。	なし
会話形広告	メッセージ広告と異なり、複数のCTAボタンを設定し、ユーザーを適したページに案内できる広告です。	
フォロワー広告	企業ページのフォロワーを増やす目的で配信する広告。会社ロゴと会社メンバーの写真が掲載される	

会社概要

弊社はリスティング広告やSNS広告などWeb広告の運用コンサルティング業務と、LP・コーポレートサイトなどのWebサイト制作サービスを提供します。

社名	プライムナンバーズ株式会社 PRIME NUMBERS
所在地	〒163-1107 東京都新宿区西新宿6丁目22-1 新宿スクエアタワー7階
電話番号	03 - 6276 - 0568
資本金	5,000,000円
代表者	小林 大輔
設立	2012年10月3日

無料相談はこちら

<https://primenumbers.co.jp/>

広告運用サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/primenumbers-service/>

Web制作サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/web-pro-service/>