

ヤッパリ**人**力

Web広告の運用代行・伴走サービス

結局、 担当者次第でしょ？

広告運用を外部に任せた方から、
私たちが何度も聞いてきた言葉です。



担当候補の例

杉浦 晃一 | 広告運用・データ分析

『確認して返します』で、 月次会議が終わっていませんか。

悪化した理由を聞いても、分析した人は会議にいない。



先月の数字は説明される。

原因を聞くと、持ち帰り。

次に試すことまで決まらず、
会議が終わります。



会議が終わっても、発注側には確認と整理が残ります。

会議後の仕事を、確認・整理・社内説明に分けます。

1 数字の理由を確認

分析した人へ戻し、
回答の根拠を確かめる。

2 質問と論点を整理

会議後に論点をまとめ、
関係者へ共有する。

3 社内へ説明

回答を待ち、
社内の判断材料にする。



会議が終わったあとも、発注側の仕事は終わっていません。

この三つは、月次会議の時間だけでは見えない仕事です。

担当者は、 実際に重要です。

事業の背景と前回の判断を理解した担当者が、
提案・分析・入稿を継続して担うことが重要です。

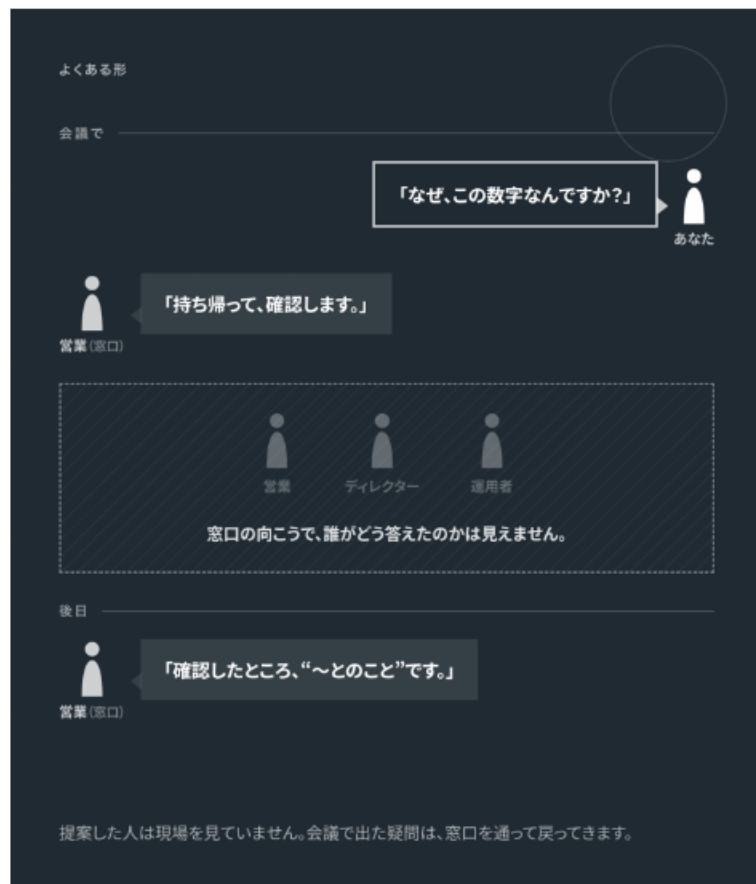
『結局、担当者次第でしょ？』
という声をきっかけに、
ヤッパリ人力を立ち上げました

01



担当者次第に見える問題の一部は、 分業の構造から生まれます。

提案・管理・入稿を別の人が分ける体制では、提案した人が現場を見ていません。



担当者は重要。だから、契約で曖昧にしません。
担当者の氏名・担う仕事・必要人日を、契約前に確認します。



提案した人が、自分で手を動かします。

提案・分析・入稿を、同じ人が担当します。デザイン業務だけは、専任のデザイナーが入ります。



発注側には、商談・来店・解約の情報と社内承認を残します。

契約前に決める4つ

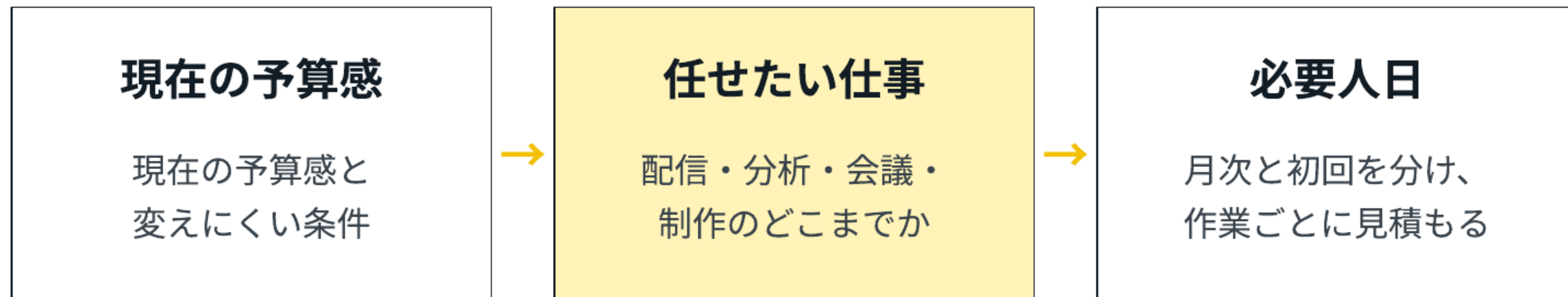
02

担当者・頼む仕事・必要人日・請求方法を、
一つの設計案としてそろえます。

現在の予算感も確認し、 必要な仕事と人日を見積もります。

予算感・任せたい仕事・必要人日を照らし合わせ、依頼範囲を提案します。

02
契約前



予算感と必要人日が合わない場合は、優先順位または依頼範囲を相談します。

契約前に、4項目を1枚にします。

担当者だけでなく、仕事・人日・請求方法まで同じ設計案で確認します。

02
契約前



1 担当者

氏名／担当範囲
変更時の扱い

2 頼む仕事

契約に含む仕事
別に見積もる仕事

3 必要人日

月次／初回
1本ごとの目安

4 請求方法

仕事別／月額固定
月間人日予約

担当者の氏名と責任範囲を、 契約書に明記します。

担当候補の氏名と担当領域は、契約前に確認できます。



担当候補の例
石田 大幸 | 広告運用・EC広告

契約書で確認できること

担当者の氏名

担当する仕事と責任範囲

変更時の事前共有

新しい担当者を反映した契約内容の更新

掲載メンバーは候補例です。実際の担当者と担当範囲は契約前に確認します。



広告の数字だけでなく、 売上につながる数字から改善方針を決めます。

商談化率・来店率・粗利・在庫など、増やす成果と広告で担う範囲を明確にします。



担当候補の例

小菅 友華 | ヘルスケア・広告運用

改善方針を決めるために確認する数字

商談化率・来店率

粗利・在庫

増やしたい成果

そのうち広告で担う範囲



月次には、分析した本人が出席します。

分析した人と、数字の理由を説明する人を分けません。



担当候補の例
杉浦 晃一 | 広告運用・データ分析

月次会議で確認できること

数字が動いた理由

次に試すこと

会議後に確認する内容

欠席時は、分析内容と判断根拠を引き継いだ代理が出席します。



提案・分析・入稿は、 同じ主担当が受け持ちます。

担当者の氏名と責任範囲を契約書に明記し、変更時は事前に共有します。



主担当

提案



分析



入稿

戦略の理由を、運用判断まで残します。



担当変更と専門業務は、 契約前のルールに沿って扱います。

同じ主担当の絶対保証ではなく、変更手続きと専門連携を明確にします。

担当者を変更するとき

事前に共有する
新しい担当者を確認する
契約内容を更新する

制作など専門業務を頼むとき

主担当を中心に連携する
専任デザイナーが担当する
担当範囲と費用を事前に提示する

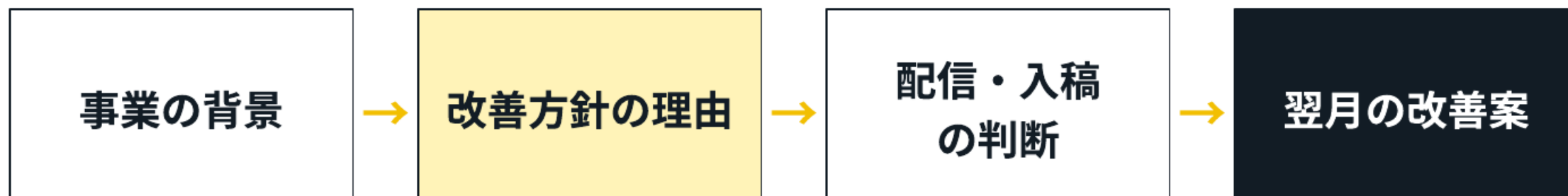
担当者の継続と、専門業務の担当範囲・費用を同じ話にしません。



同じ担当者に、事業の背景と 前回の判断が蓄積します。

背景・判断理由・決定事項を、次の分析・提案・入稿に使います。

02
契約前



担当者は、背景・前回判断・決定事項を、
次の分析・提案・入稿に使います。

頼む仕事を、 人日で見積もります。

03

月の仕事／初回だけの仕事／1本ごとの仕事を分けます

配信運用は、月1~2人日が目安です。

媒体数と入稿本数で工数が変わります。公開前の確認まで含みます。



月1~2人日

入稿・入札・除外設定
配信面の確認

変動する条件
媒体数／入稿本数
工数はTAMKO担当時の目安

分析から翌月の改善案まで、 月2.5～3人日が目安です。

会議1回ではなく、分析・準備・出席・共有・改善案までの一式です。



月2.5～3人日

先月分析 0.5～1
議題・事前共有 0.5
分析担当者の会議出席 0.5
社内共有用1枚 0.5
翌月の改善案 0.5

会議1回だけの工数ではありません
隔週では、準備・出席の回数が増えます
重なる作業は、他ページと足しません

03
人日



会議後の回答まで任せる設計例は、 月2.5～4人日です。

対象は、配信運用・月次レポート・会議運営・事後対応の四つです。

日々の配信と報告

月1.5～3人日

+

会議運営・事後対応

月1人日

合計 月2.5～4人日

設計例です。媒体数・入稿本数・会議頻度で変わります。



月2.5～4人日は、 四つの仕事を足した数字です。

単位と対象名をそろえて、必要人日を確認します。

配信運用

月次レポート・
社内共有用1枚

会議運営

会議後の
調査・回答

1～2

+

0.5～1

+

0.5

+

0.5

$$1\sim2 + 0.5\sim1 + 0.5 + 0.5 = \text{月2.5}\sim\text{4人日}$$

1人日＝1人が1日働く工数。重なる作業があるため、他ページの合計を単純加算しません。



月2.5～4人日に含まない仕事は、 必要なときに分けて見積もります。

初回の媒体設定と広告クリエイティブ制作は、発生単位が異なります。

新しい媒体の調査・初期設定

初回 2～3人日

試す月のみ。媒体と計測方法で変動します。

広告クリエイティブ制作

1本 0.5～1人日

専任デザイナーが担当し、内容ごとに見積もります

月2.5～4人日の合計外として、範囲と費用を事前に提示します。



月2.5～3人日と月2.5～4人日は、 対象範囲が異なります。

重なる仕事があるため、二つの数字は足しません。

月2.5～3人日

分析から翌月の改善案まで

分析／議題・事前共有
分析担当者の出席／社内共有用1枚
翌月の改善案

月2.5～4人日

配信から会議後の回答まで

配信／月次レポート・社内共有用1枚
会議運営／会議後の調査・回答

重なる仕事あり ／ 単純に足さない



増やすのは会議の回数ではなく、
事業理解・判断・提案に
使う時間です。

04

コミュニケーションに必要な仕事も、人日で見積もります。

事業理解は、次の判断と提案に使います。

同じ担当者が、背景と前回の判断を次の仕事へ持ち越します。

事業理解

数字の背景
顧客と商材
過去の判断



判断・提案

改善方針
次に試すこと
仕事の優先順位

背景と前回の判断を、次の分析と提案に使います。



相談後に、担当候補と ヤッパリ人力が担う仕事を示します。

設計例です。実際の担当者と範囲は、契約前に確認します。



担当候補の例
杉浦 晃一
広告運用・データ分析

ヤッパリ人力が担う仕事

改善方針

配信運用

分析

月次会議

会議後の調査・回答



発注側に残す判断と、 専門担当との連携も分けます。

事業情報と承認は発注側、専門業務は主担当を中心に連携します。



主担当を中心に連携

発注側が共有・判断すること

商談・来店・解約の情報
承認者と承認に必要な日数

専門担当との連携

必要な専門担当者との連携
担当範囲と費用を事前提示

担当候補は提案時点の候補です。アサインを保証するものではありません。



仕事の発生回数と変わり方で、 契約方式を選びます。

05

仕事別見積もり／月額固定／月間人日予約を、同じ軸で比較します。

三つの契約方式は、 固定する対象が違います。

仕事と期限／毎月の仕事と金額／使える人日の、どれを先に決めるかで選びます。

仕事別見積もり

単発・範囲が決まる仕事

実際に使った人日

月額固定

毎月繰り返す仕事

契約した仕事の月額

月間人日予約

月ごとに優先が変わる仕事

予約した人日

人日は、人を貸す単位ではなく、仕事量を見積もる単位です。

月の広告費が2倍になっても、仕事量が変わらなければ請求は変わりません。

人日で請求する場合は1人日6万円が目安で、担当者と仕事内容によって変わります。



仕事別見積もり

内容と期限が決まる単発仕事を、必要な都度依頼します。

仕事別 見積もり

固定するもの

仕事と期限

向く仕事	初期設定・LP改善など、内容と期限が決まる仕事
------	-------------------------

請求	実際に使った人日
----	----------

メリット	実際に使った人日を請求
------	-------------

留意	担当者の時間を先に確保しません。
----	------------------

05
契約



月額固定

毎月やる仕事と金額を決め、反復する業務を任せます。

月額固定

固定するもの

仕事と金額

向く仕事	入稿・入札調整・レポートなど、毎月繰り返す仕事
------	-------------------------

請求	契約した仕事の月額
----	-----------

メリット	予算と担当範囲を固定
------	------------

留意	仕事が少ない月も固定額を請求します。
----	--------------------

05
契約



月間人日予約

毎月使える人日を先に確保し、その中で優先する仕事を決めます。

月間人日 予約

固定するもの

使える人日

向く仕事	分析・改善提案・入稿・LP改善など、 月ごとに優先順位が変わる広告の仕事
請求	予約した人日
メリット	予約人日の中で、月ごとに優先する仕事を決定
留意	未消化の人日も予約分として請求します。



相談で伺うことと、 その後にお伝えすること。

現在の体制を整理し、任せ方の設計案として返します。

相談時に伺うこと

現在の予算感

任せたい仕事

増やしたい成果

相談後にお伝えすること

担当候補

仕事の分け方

必要人日・契約方式

担当者候補と必要工数を、 まず確認しませんか。

現在の体制を伺い、担当候補・仕事の分け方・
必要人日・契約方式をお伝えします。

[担当者候補と必要工数を確認する](#)

お急ぎの方は、右のQRから相談内容をお送りください。



tamko.tam-tam.co.jp/contact

[ヤッパリ人力のサービスページを見る](#)

