

EC・販促領域の 使い方を攻略!

売上を最大化する

LINEヤフー広告活用セミナー

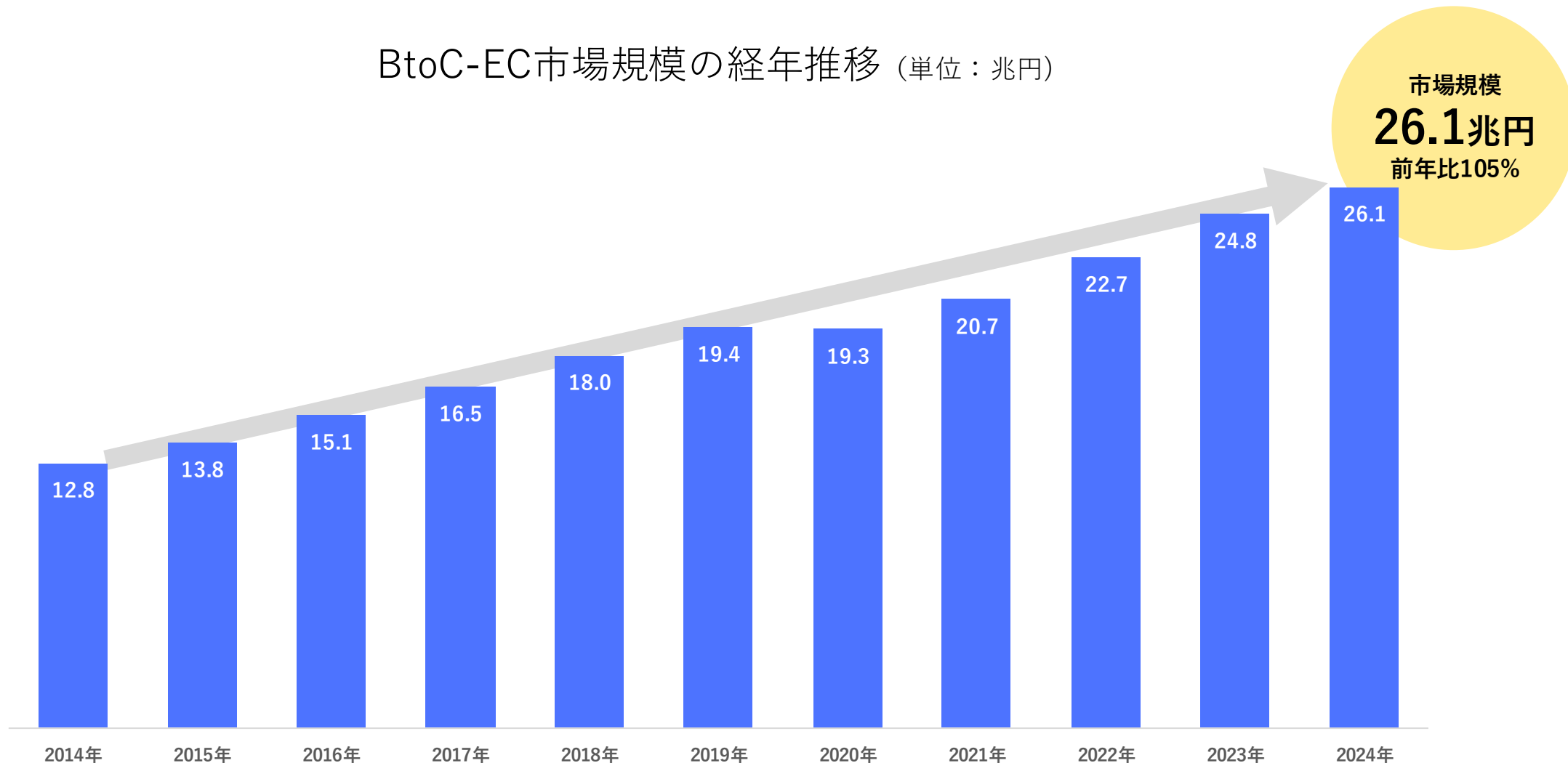


アジェンダ

01. EC業界を取り巻く状況
02. 新規からリピートまで！
顧客を逃さない、LINEヤフー活用マップ
03. 成果を出しているECはこれを使っている！
もう一歩踏み込んだLINEヤフー活用術
04. 自社ではどう使う？
LINEヤフー施策の活用事例
05. アカウント開設に向けたサポート
キャンペーンのご案内

国内のEC市場規模は拡大が続く

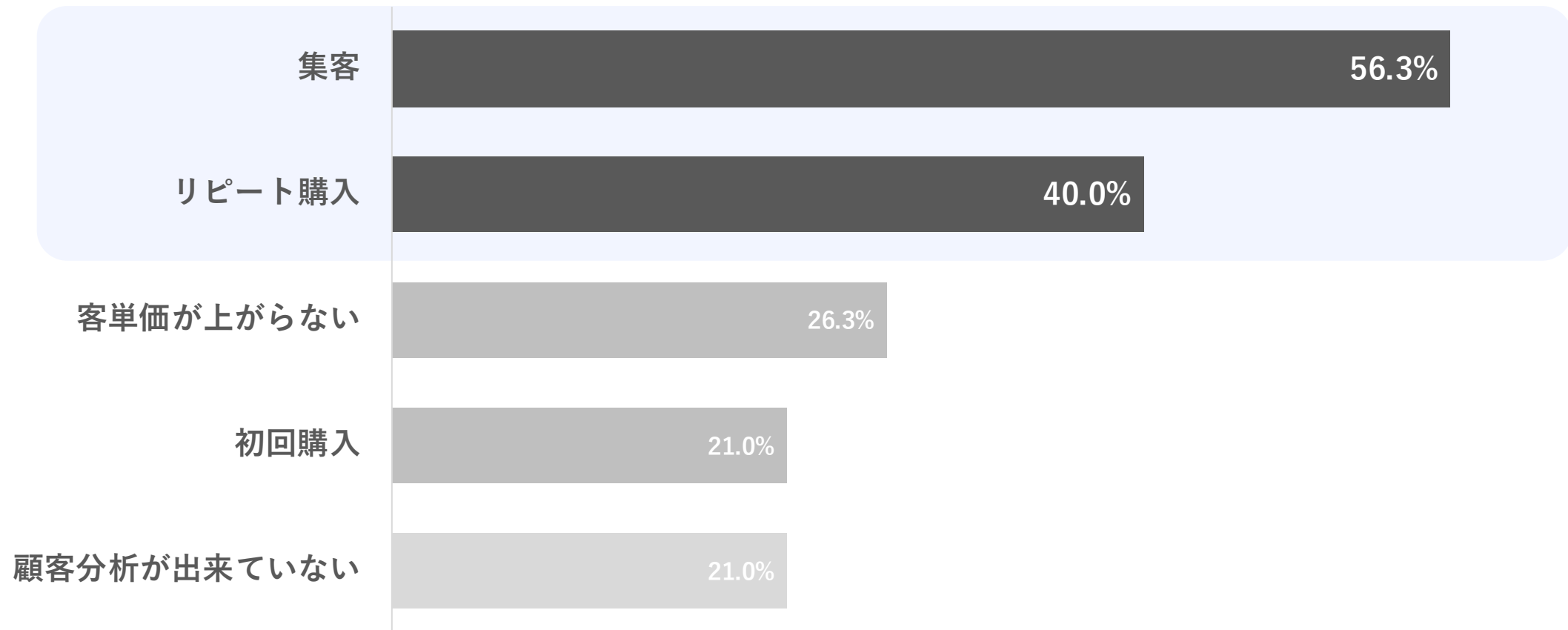
BtoC-EC市場規模の経年推移（単位：兆円）



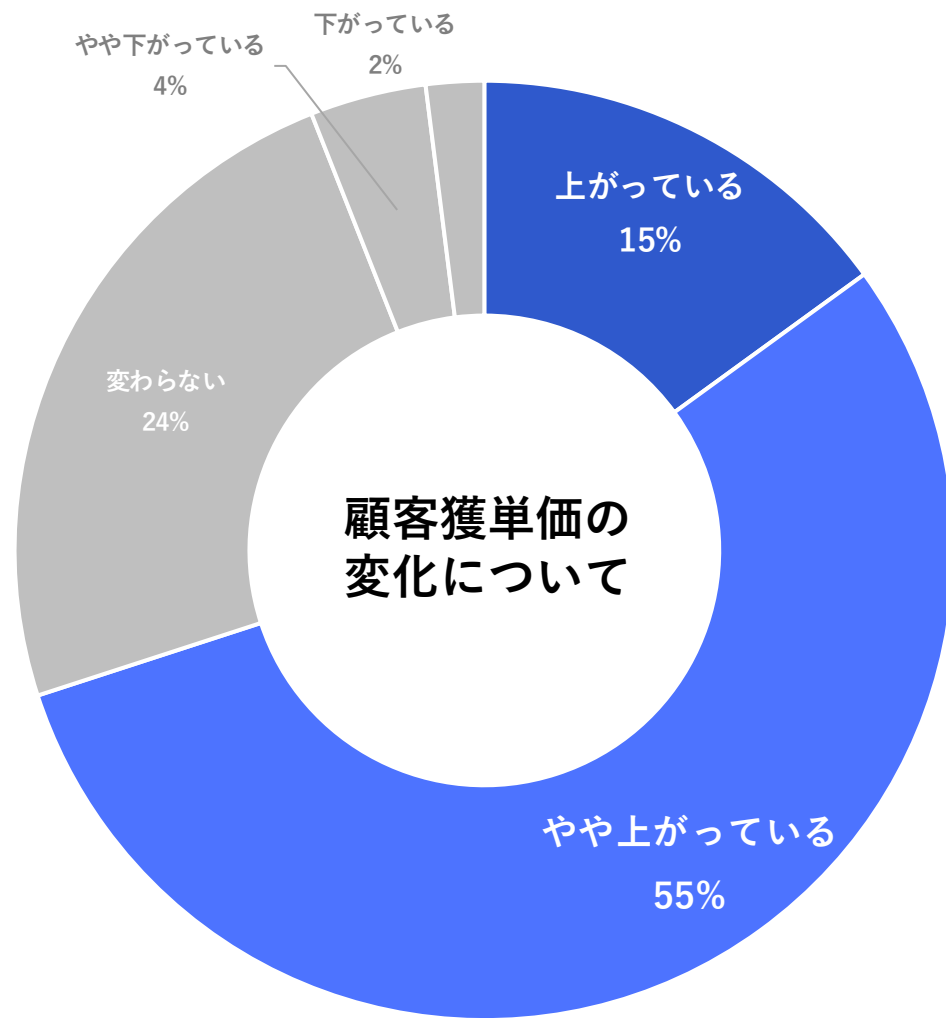
※出典：https://www.meti.go.jp/press/2025/08/20250826005/20250826005.html?utm_source=chatgpt.com

EC業務における課題は集客とリピート購入

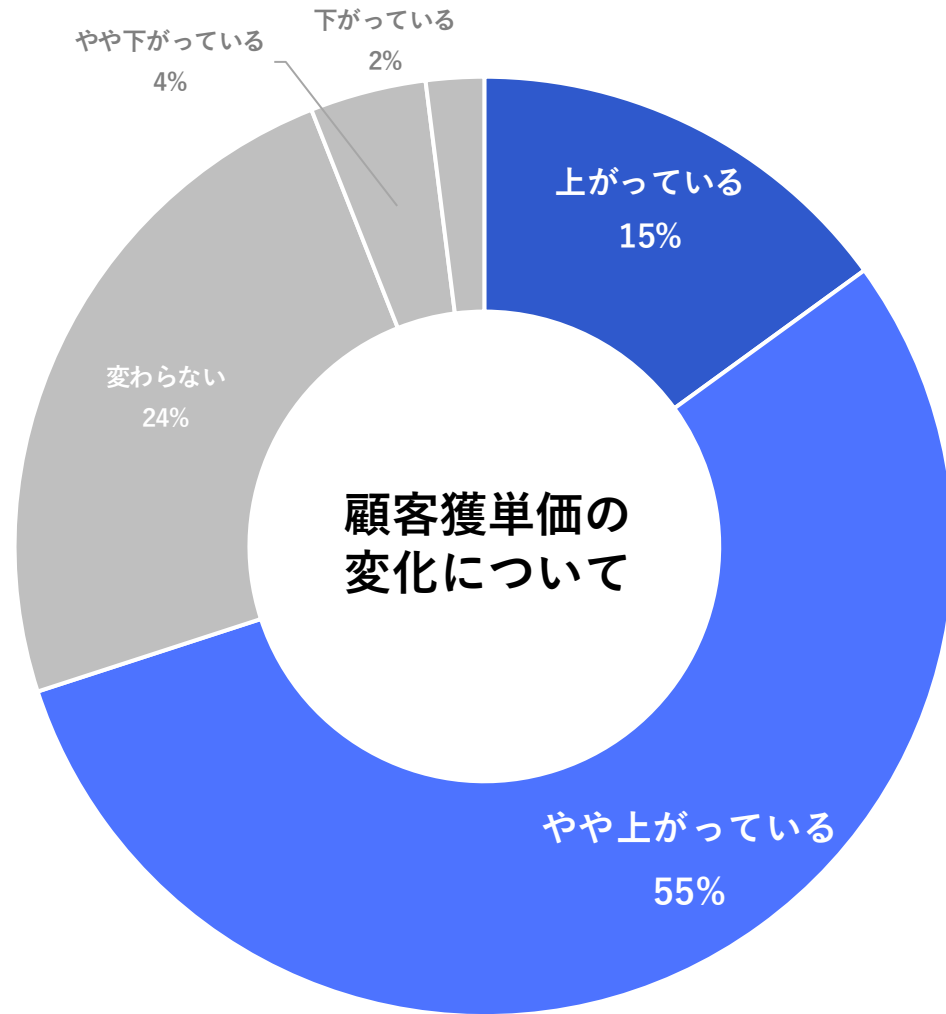
Q.現在のEC業務における課題として、当てはまるものを全てお選びください。



新規顧客の獲得単価も高騰している



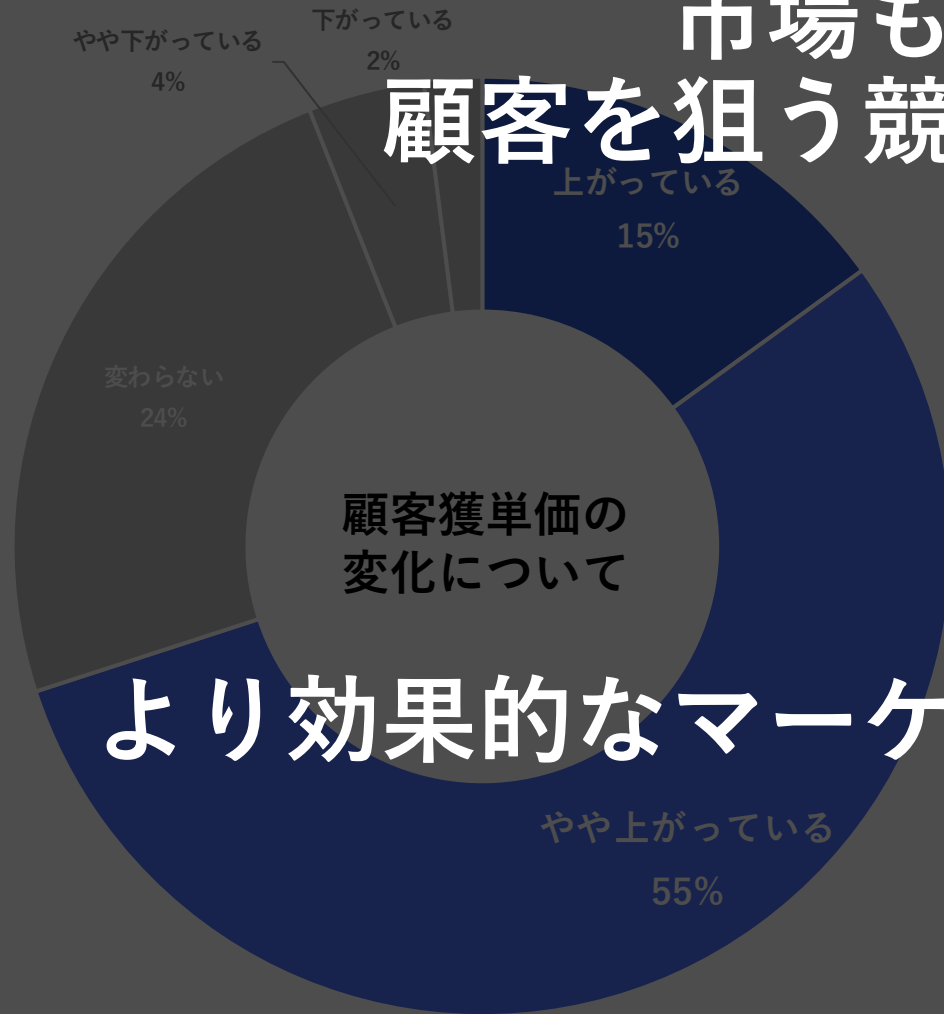
新規顧客の獲得単価も高騰している



**70%以上のEC事業者が
顧客獲得単価の上昇を実感**

新規顧客の獲得単価も高騰している

市場も伸びているが 顧客を狙う競合も増えている状況



▼ **70%以上**のEC事業者が

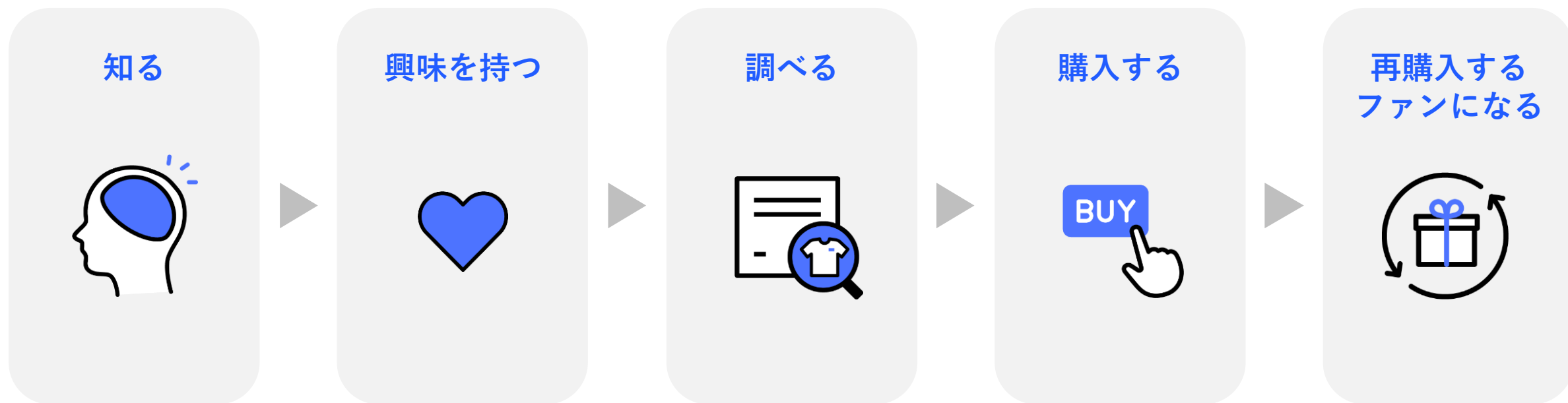
顧客獲得単価の上昇を実感

より効果的なマーケティングを行うことが必要

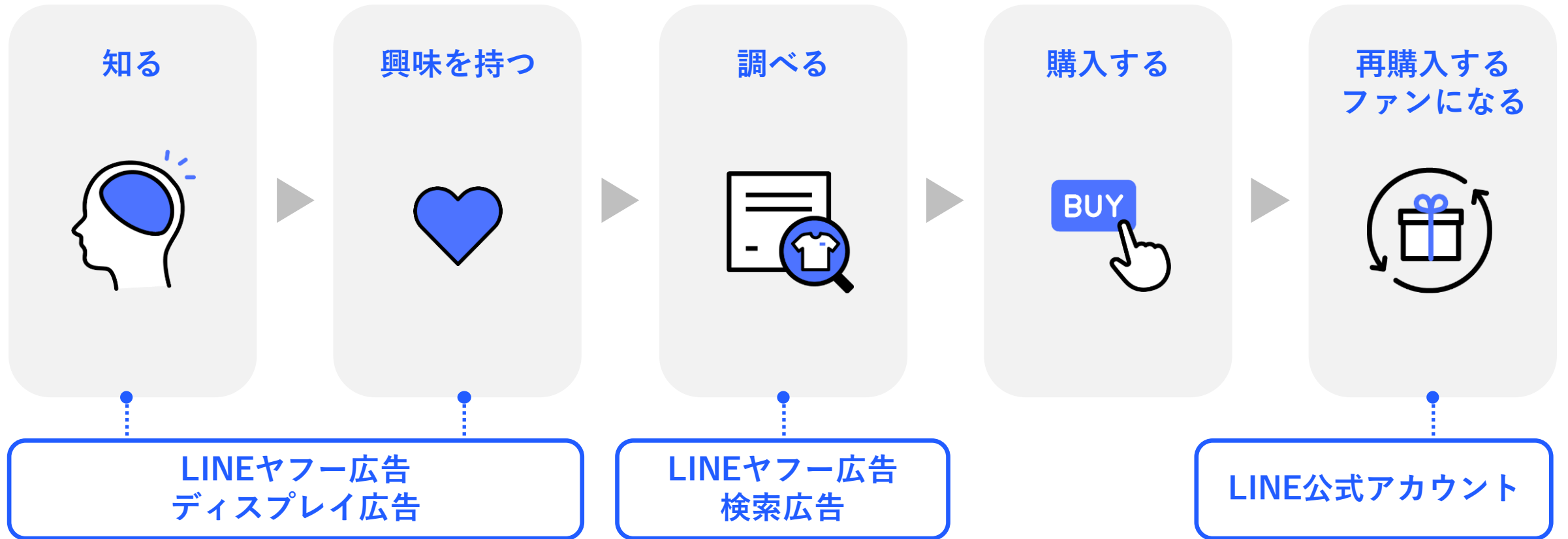
アジェンダ

01. EC業界を取り巻く状況
02. 新規からリピートまで！
顧客を逃さない、LINEヤフー活用マップ
03. 成果を出しているECはこれを使っている！
もう一歩踏み込んだLINEヤフー活用術
04. 自社ではどう使う？
LINEヤフー施策の活用事例
05. アカウント開設に向けたサポート
キャンペーンのご案内

商品・サービス購入までの行動



商品・サービス購入までの行動



商品・サービス購入までの行動





買い物をする時、検索しますよね？

悩み

涼しくなってきたから
新しい服が欲しいけど
どんな服を着ればいいかな



行動

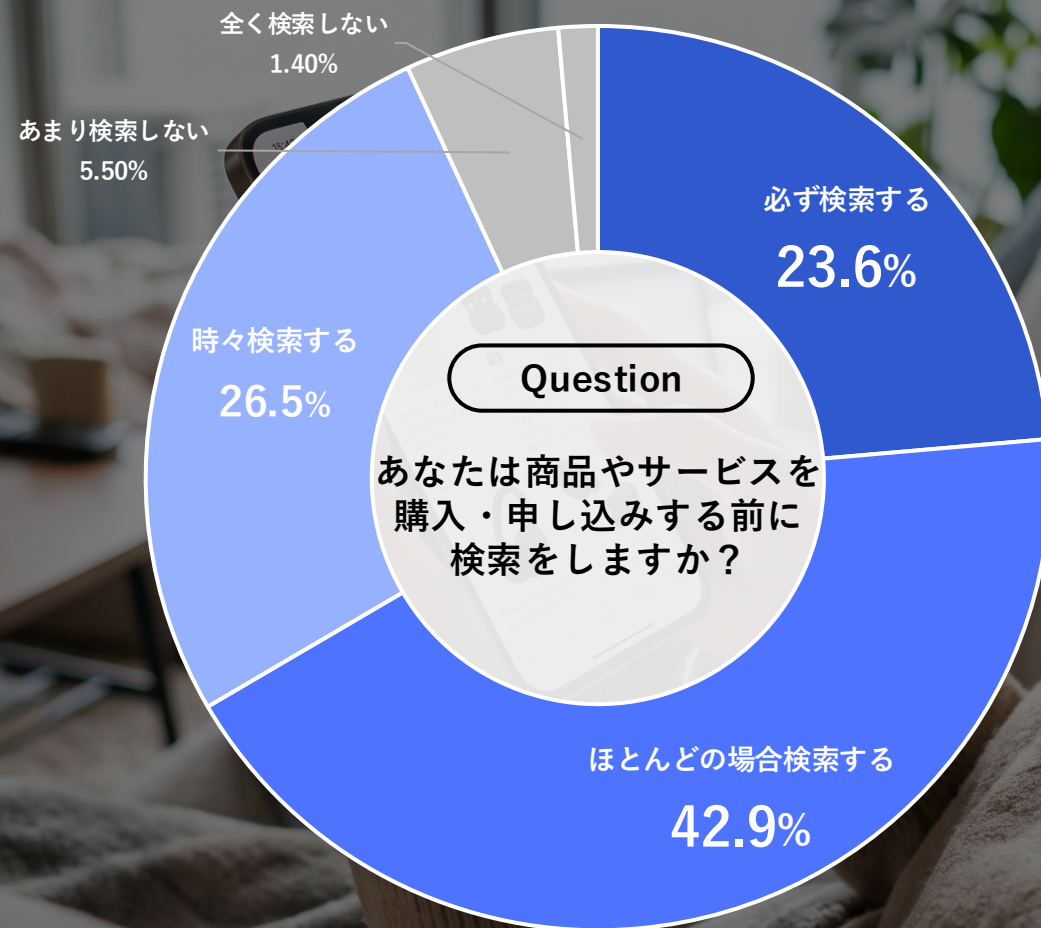


発見



メンズ アイテム一覧

ユーザーの7割以上が购买前に ほとんどの場合検索をしている

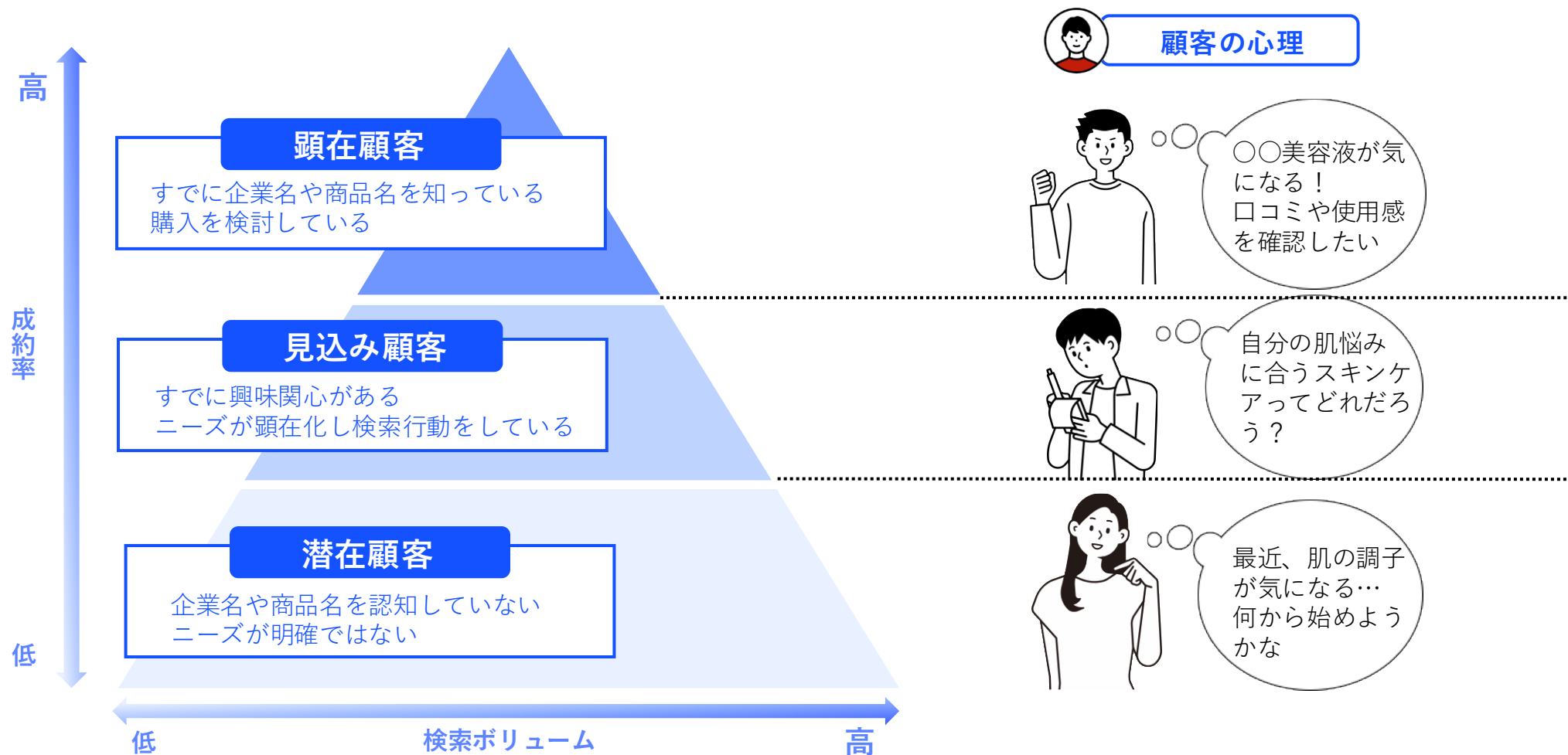


いま検索している人にアプローチできる LINEヤフー広告 検索広告



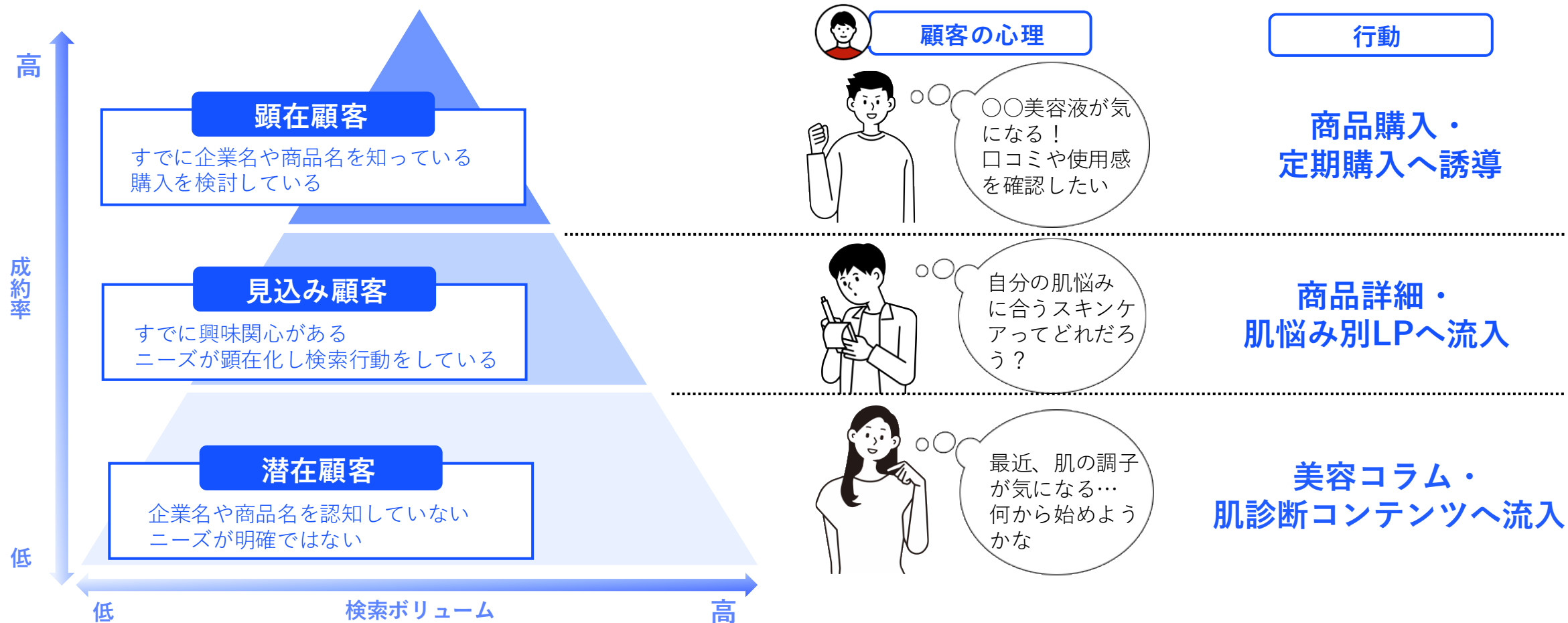
ターゲットを整理する

ターゲットを状態ごとに整理をする



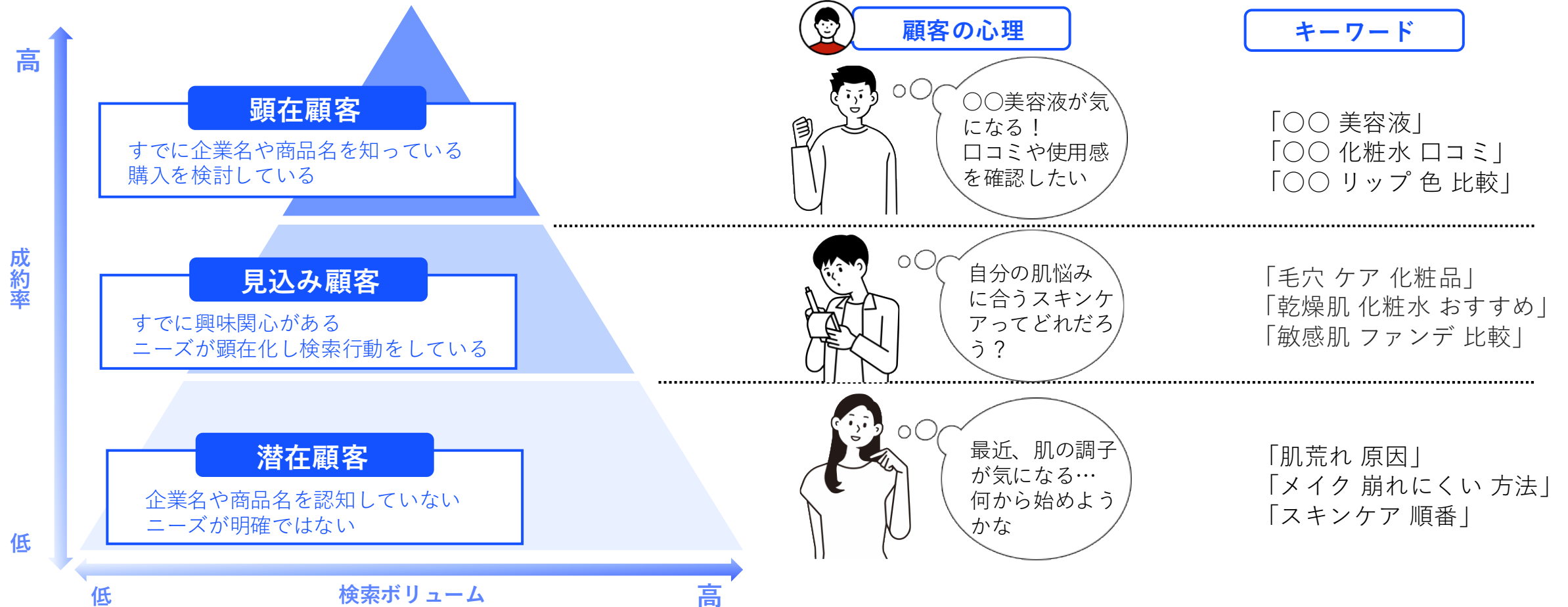
ターゲットごとに目的を整理する

ターゲットを状態ごとに整理をして、促したいアクション（=目的）を想定する

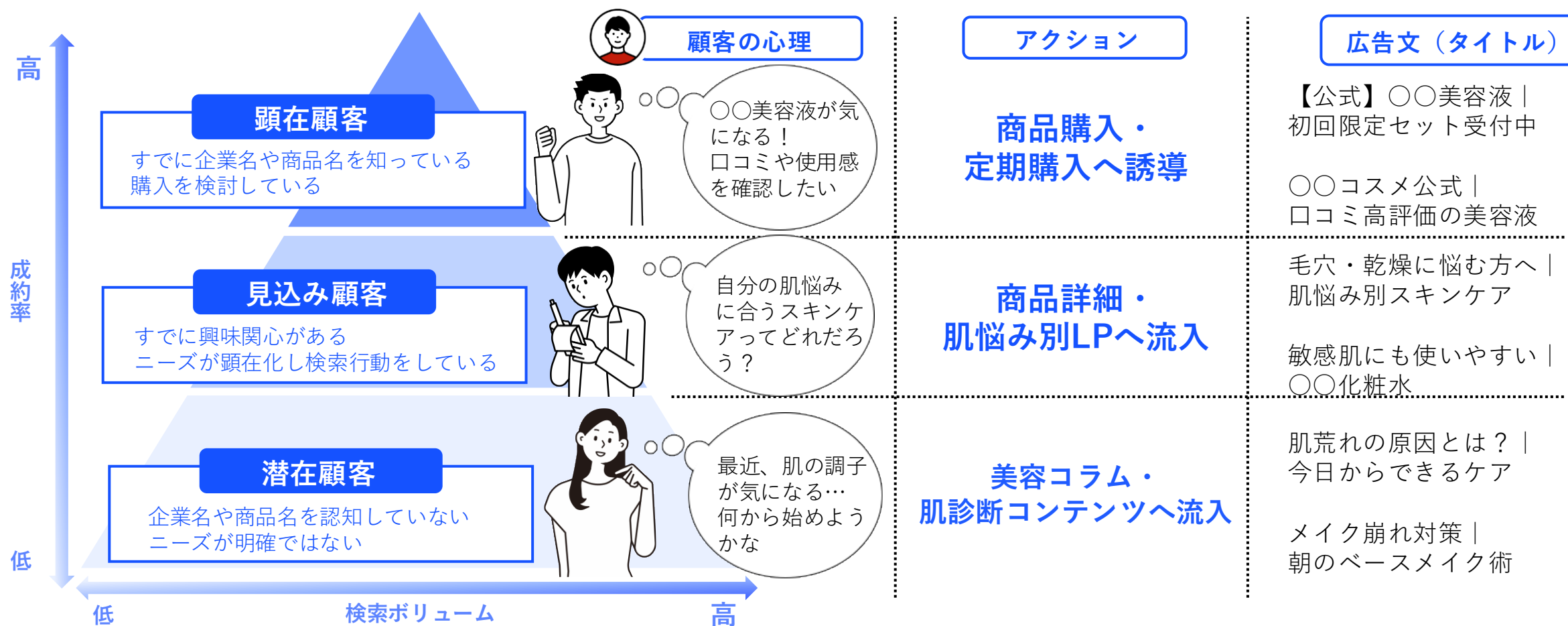


ターゲットが調べるキーワードを想定する

ターゲットを状態ごとに整理をして、どういうキーワードを調べるかを考える



自社の強みを活かした キーワードと広告文を作成する



商品・サービス購入までの行動



知らない商品は購入されない

ユーザーがなにかを購入しようと思ったときに、あなたのブランドや商品を知らないと、購入してもらうのはなかなか難しいのが実情です。
必要になったときに、購入してもらうためには、まず商品の存在を知ってもらう必要があります。

掃除機が壊れちゃったから
新しいのを買わないと。
何がいいかな。



掃除機ブランド



ブランドA



ブランドB



ブランドC

この中に入ることが重要！

顕在層への継続的なアプローチも重要

ユーザーは常に何かを探しているわけではありません。
ユーザーがなにかを欲しい、と思う瞬間に思い出してもらうことも重要です。
人々の日常の中で商品を訴求することで、ユーザーの記憶に残り、購買へとつながります。

ニュースを見ているときや
友だちに連絡しているとき



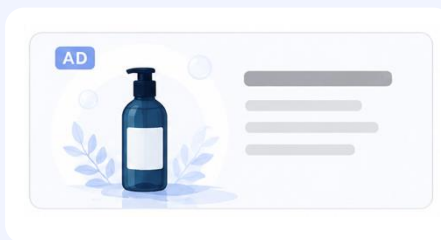
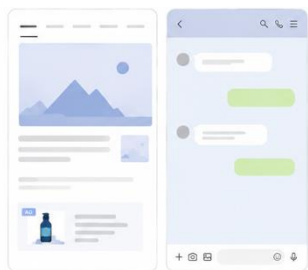
何気ない瞬間に
広告を見る



思い出して
関心が高まる



購買につながる！



あ、この間見てた商品だ。
そろそろボーナスも出るし、
買おうかな。



LINEヤフー広告 ディスプレイ広告とは



圧倒的な「面」のリーチ力

LINEヤフー広告で
リーチ可能なユーザー数

1億人以上

日本の人口の
80%以上

LINEヤフーのサービスのみ
利用しているユーザー

26.4%

※3
※4
※5



YAHOO!
JAPAN



※1 LINEアプリ 月間アクティブユーザー数（日本）1億人（2026年3月末時点）・Yahoo! JAPAN 月間ログインユーザーID数 5,400万人（2025年3月末時点）

※2 LINEの国内月間アクティブユーザー1億人÷日本人人口1億2374万4千人（2024年12月[確定値]総務省統計局）

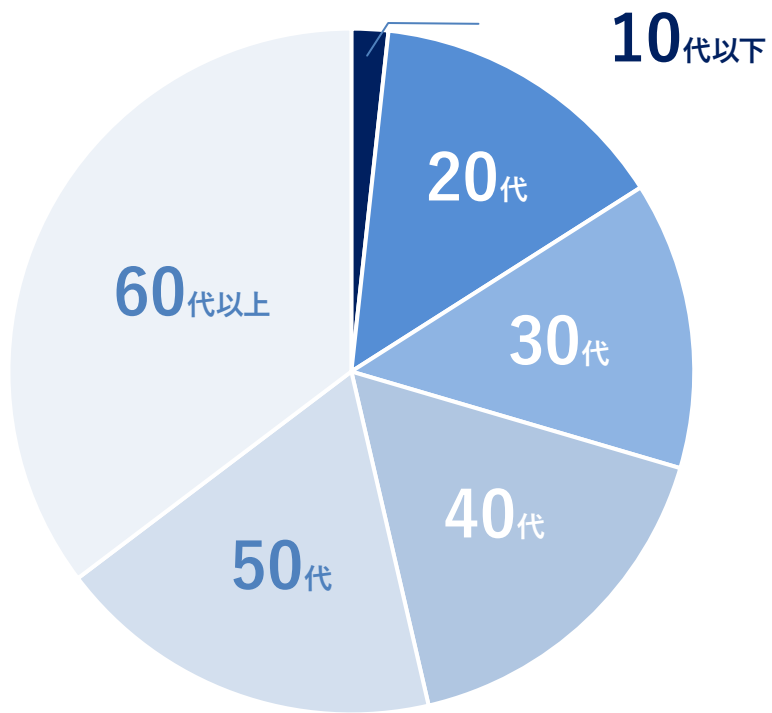
※3 「Nielsen MobileNetView」2024年12月度データ（ブランドレベル/スマートフォンからのアクセス（アプリの利用を含む）「LINEヤフー」はBrand LINEとBrand Yahoo Japanの重複を除いて算出）

※4 出典：「Nielsen Mobile NetView Custom Data Feed」を元にYahoo! JAPANが独自に作成

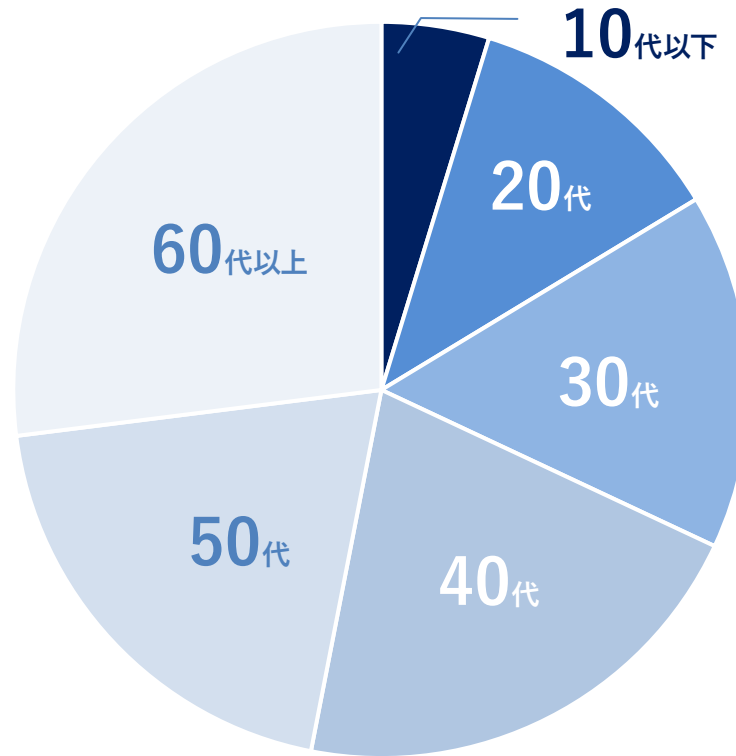
※5 Yahoo Japan、LINE、Twitter X、Facebookをブランドレベルで集計

幅広いユーザーをカバー

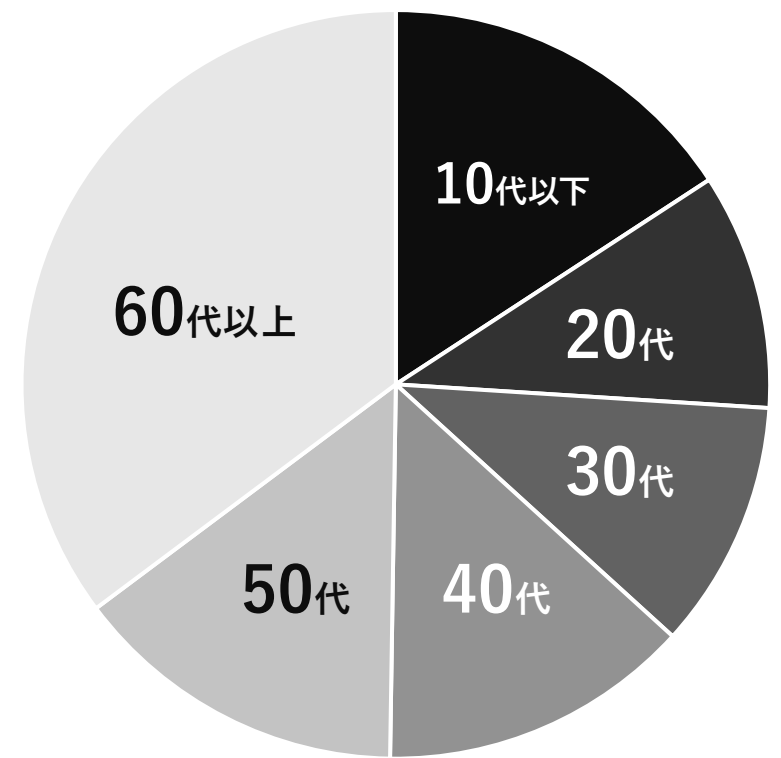
スマートフォンの利用割合



PCの利用割合



日本の年齢比率



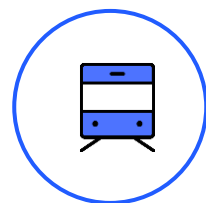
1日の生活に溶け込むLINEヤフーサービス



7AM



12PM



6PM



10PM

朝起きたら
天気やニュースをチェック

Yahoo!天気

Yahoo!ニュース



お昼になったら
近くのお店の情報を検索

Yahoo!検索



仕事帰りの移動やショッピング

Yahoo!乗換案内

Yahoo!ショッピング

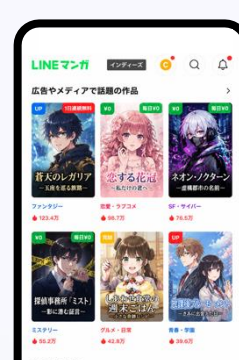


コミュニケーション・アニメ
友人とのチャットやゲームなど

LINE

LINEマンガ

LINEゲーム



数多くのサービス接点でリーチ可能

Yahoo!JAPAN面



Yahoo!JAPAN



Yahoo!ニュース



Yahoo!知恵袋



Yahoo!乗換案内



Yahoo!ファイナンス



Yahoo!天気

LINE面



LINEトークリスト



LINEニュースタブ



LINEホームタブ



LINEスタンプショップ



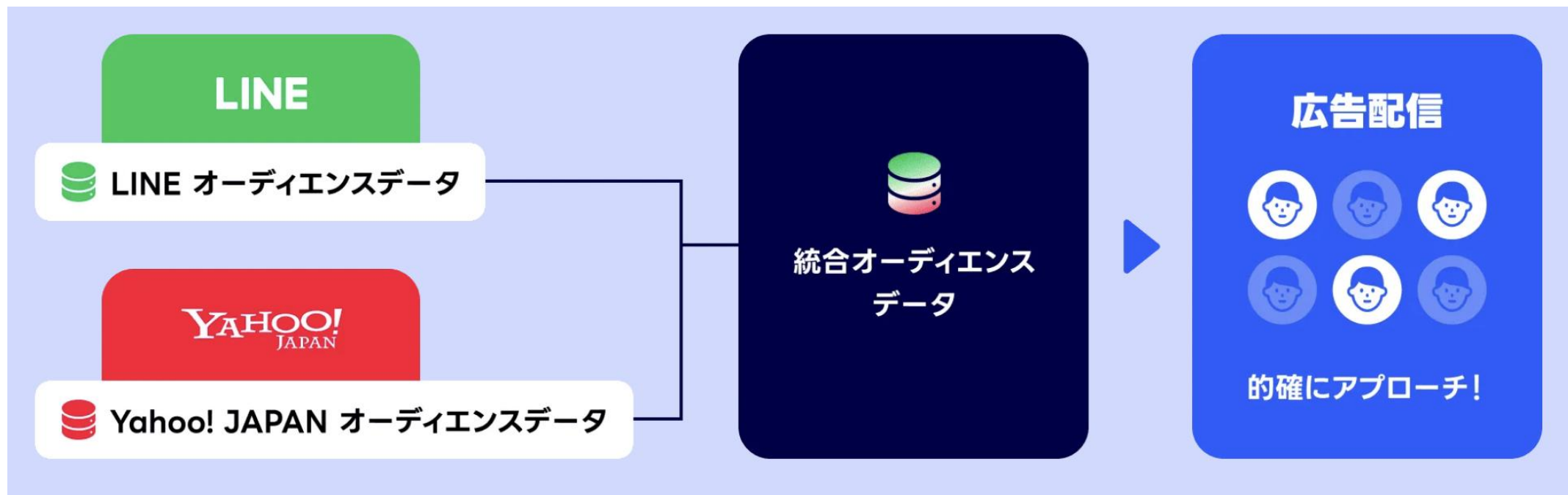
LINEポイントクラブ



LINEチャシ

LINEヤフーが持つ豊富なデータを利用可能

LINEとYahoo! JAPAN、2つのプラットフォームのデータを組み合わせて
成果につながりやすいユーザーへの的確にアプローチ



EC事業者におすすめの4つのセグメント

EC訴求ではこれをまずはやってみよう！

セグメント 1

リターゲティング



- ✓ 一度サイトに訪れたが、商品購入に至らなかったユーザーへ再度広告を配信
- ✓ 1億人を超えるLINEやフーのプラットフォームで確実に追いかけて配信

セグメント 2

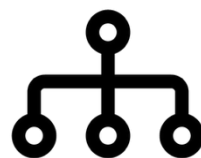
電話番号 メールアドレス利用



- ✓ 自社で持っている購入ユーザーの電話番号やメールアドレスを指定した配信で再購買訴求
- ✓ また、過去購入者と類似するユーザーへもアプローチ

セグメント 3

購買ユーザー類似



- ✓ 過去購入したユーザーと同様の動きをLINEやフーサービス内でしているユーザーに対してアプローチ

セグメント 4

購買意向 オーディエンス



- ✓ 自社で持っている購入ユーザーの電話番号やメールアドレスを指定した配信で再購買訴求
- ✓ また、過去購入者と類似するユーザーへもアプローチ

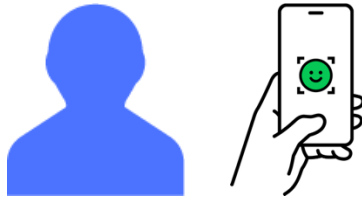
セグメント1

リターゲティング

一度サイトに訪問してくれたユーザーを狙い撃ちで広告配信

01

過去にウェブサイトを
訪問したユーザーデータ



自社ECに訪れたユーザーを
広告タグで捕捉

02

該当ユーザーを探し出し
ターゲティング



LINEヤフー広告の
管理画面で設定

03

LINEヤフーサービス内で
広告表示



電話番号・メールアドレス利用

自社で保有している過去商品購入者の電話番号やメールアドレスを利用し、
再購買を促す訴求に利用

01

過去商品購入ユーザーの
データを抽出



過去商品購入者の
電話番号やメールアドレス

02

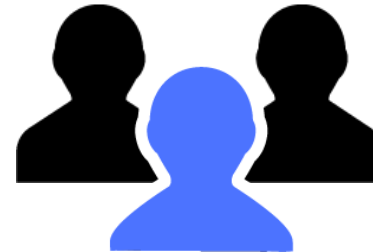
抽出したデータを
アップロード



管理画面で該当データを
アップロード

03

該当ユーザーを探し出し
ターゲティング



04

LINEヤフーサービス内で
広告表示



購買ユーザー類似配信

過去購入したことのあるユーザーデータを元に、
LINEヤフーのサービス内で似たの動きをしているユーザーへアプローチ

01

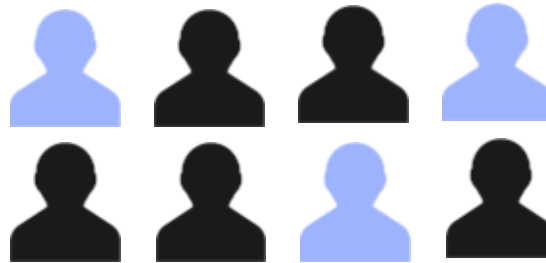
過去商品購入ユーザーの
データを活用



自社ECで商品購入した
ユーザーをタグで捕捉

02

類似ユーザーの抽出



LINEヤフーサービス上で
購入者と似た動きをする
ユーザーを抽出

03

LINEヤフーサービス内で
広告表示



興味関心・購買意向オーディエンス

300以上のオーディエンスカテゴリから自社に合ったカテゴリの選択が可能。
自社で展開しているECの商材と親和性の高いカテゴリを選択することで、
適切なユーザーへの配信を実現します。

オーディエンスカテゴリ例

興味関心カテゴリ



ショッピング



旅行



グルメ



スポーツ



金融



教育



ゲーム



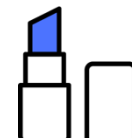
エンタメ

...

購買意向カテゴリ



アパレル



コスメ



パソコン



飲料

...



自転車



ギフト



不動産



DIY

ECで使えるクリエイティブTips

各業種にあったクリエイティブを活用することで、
ユーザーアクション率も向上

01

コスメ



画像内で複数の選択肢や
バリエーションを表示

02

健康食品



ビジュアルを排除し、
ターゲットが直面している
悩みを文字のみで

03

アパレル



背景に質感のある素材や
色味を敷き、高級感を演出

04

美容・健康食品

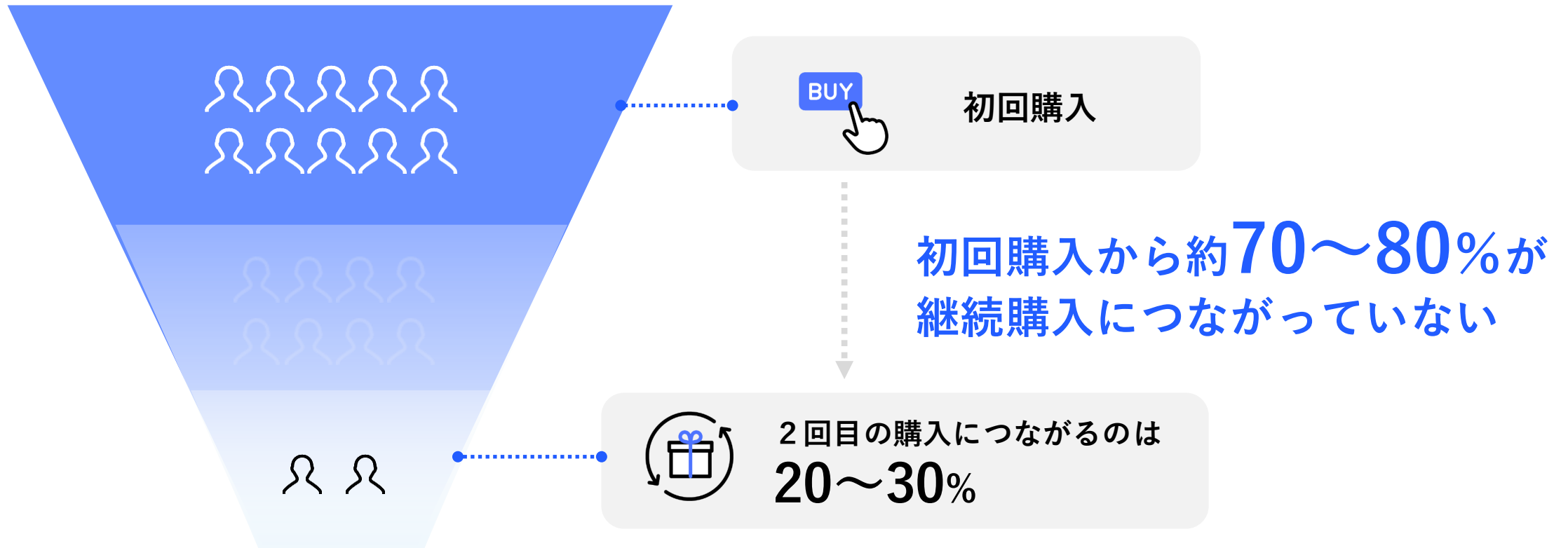


日常の不安を具体的な
キーワードで表示する

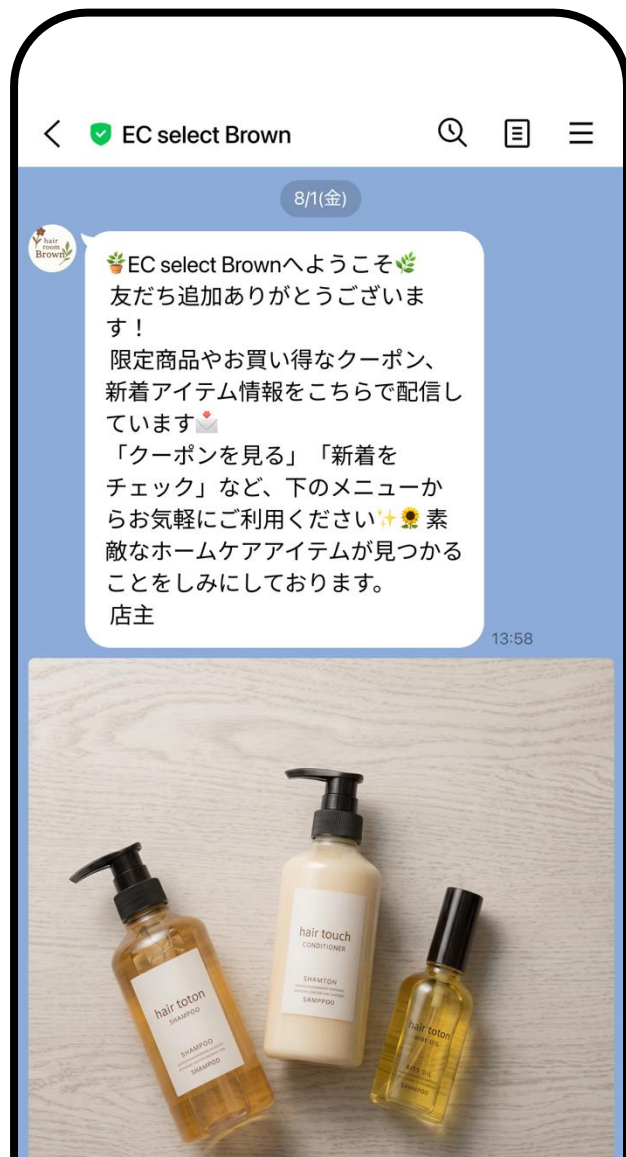
商品・サービス購入までの行動



初回購入から継続購入への壁



リピートにつながるLINE公式アカウントとは



友だち追加の4つの方法

1 ポスター掲出



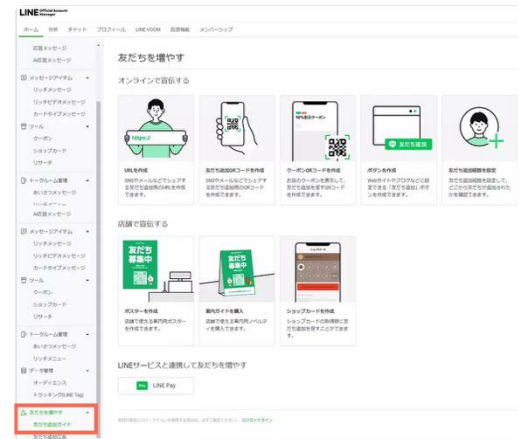
店舗に設置したポスターのQRコードから友だち追加

2 LINEプロモーションスタンプ



スタンプ利用をきっかけに友だち追加

3 友だち追加URL利用



Webサイトなどで友だち追加

4 友だち追加広告



LINEヤフー広告から友だち追加

店舗・ECでの友だち追加の方法

レジ前でのPOP掲出



ECの購入手続き画面での連携



商品発送時のパッケージに同梱



LINE公式アカウントでできること

機能一覧

 メッセージ配信	 ツール └クーポン └ショップカード └リサーチ	 分析	 LINEコール
 ステップ配信	 トークルーム管理 └あいさつメッセージ └リッチメニュー	 LINE VOOM (旧タイムライン)	 収益化 └メンバーシップ └トークルーム広告
 自動応答 └応答メッセージ └AIチャットボット(β)	 データ管理 └オーディエンス └トラッキング	 チャット	+ オプション/別メニュー LINE通知メッセージ LINEチャットPlus LINEコールPlus LINEで予約 etc...
 メッセージアイテム └リッチメッセージ └リッチビデオメッセージ └カードタイプメッセージ	 友だちを増やす	 ビジネスプロフィール	

※ターゲットリーチ（性別や年齢、地域で絞り込んだターゲティングメッセージの配信先となる友だちの母数）数や利用プランにより一部機能が利用できない場合があります。

メッセージ配信の種類

通常のテキストメッセージに加えて3種類のメッセージタイプを用意。
魅力的なクリエイティブでユーザーのアクションを促進することができます。

リッチメッセージ



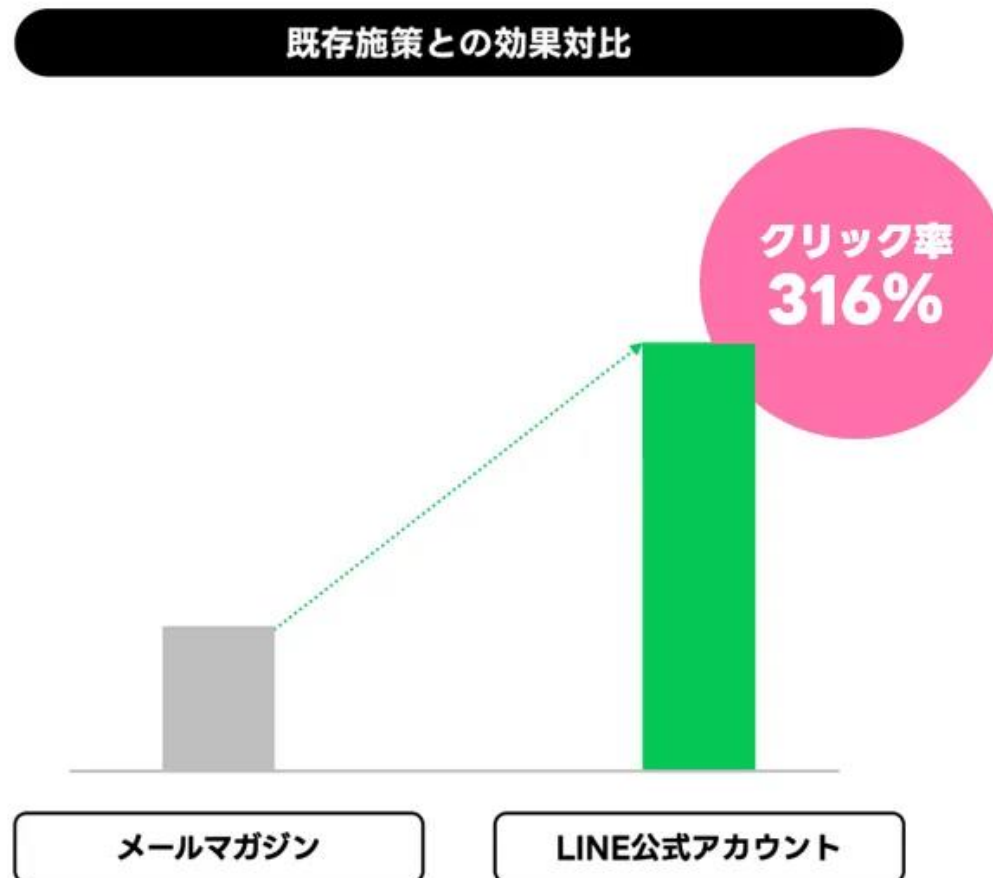
リッチビデオメッセージ



カードタイプメッセージ



LINE公式アカウントとメルマガ施策の比較



※出典： <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/line-mini-app/alpen/>

LINE公式アカウントの配信内容

01

新商品/セール情報



SALE

新商品の発売時や、
お得なセールを訴求

02

クーポン配信



店舗やECで利用できる
LINE友だち限定クーポン配布

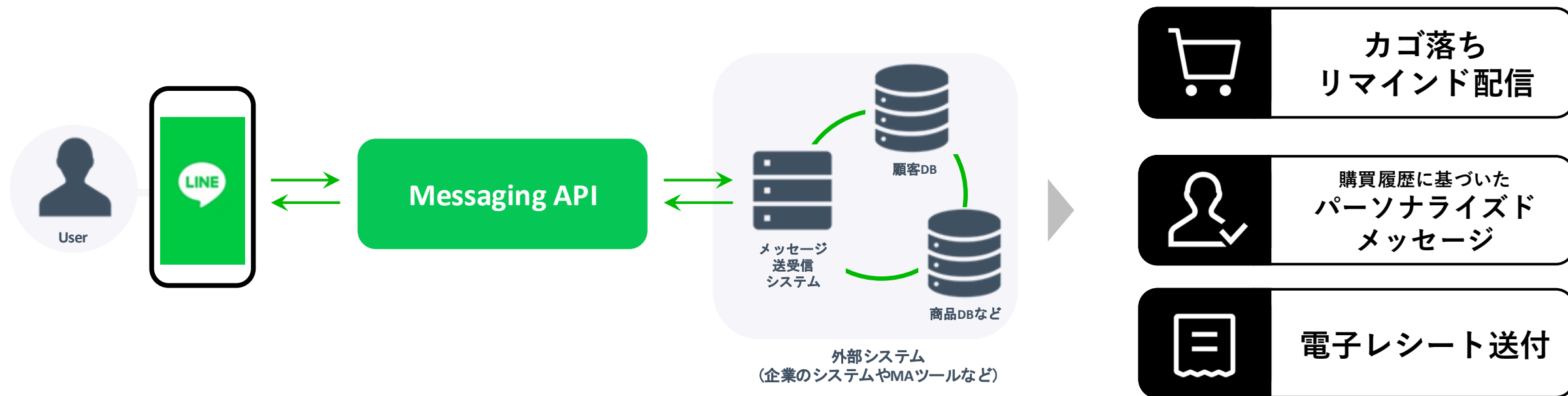
03

キャンペーン情報



年末年始などの
季節のキャンペーン訴求

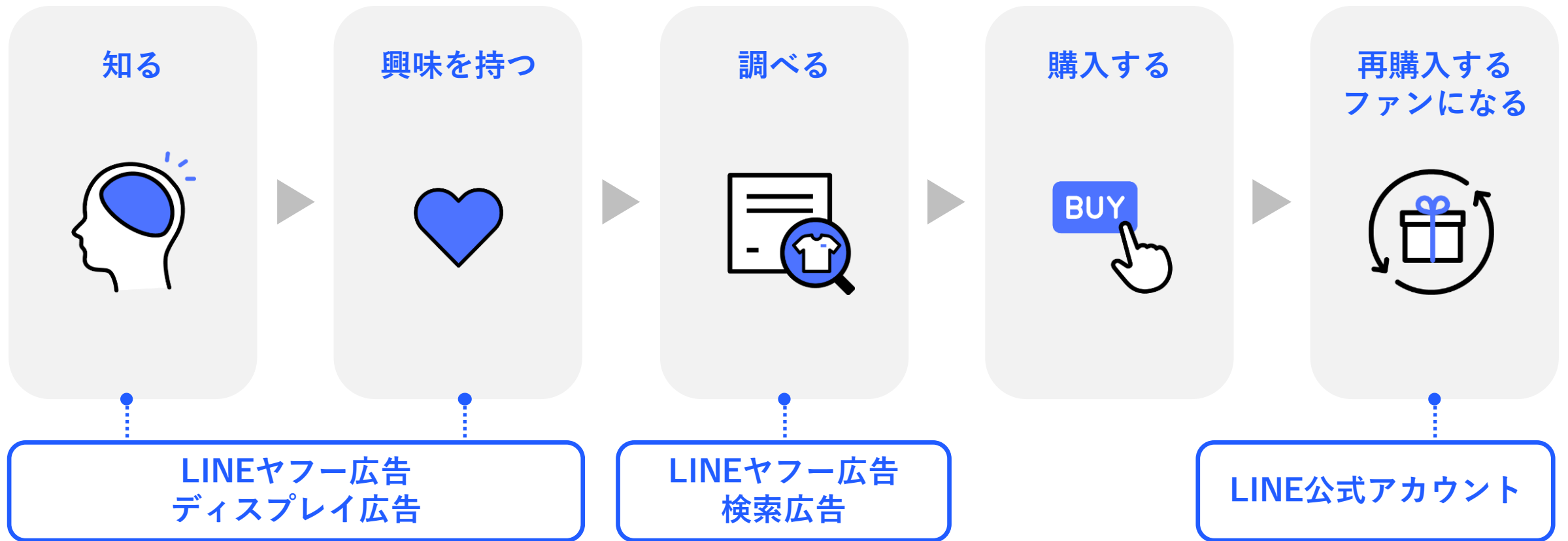
顧客に合わせた1to1配信を実現する LINE API



Messaging APIのご利用方法

自社開発の場合	LINE Developers で仕様を公開しておりますので、ご参照いただき、開発ください。
他社へ依頼する場合	LINEヤフーの法人向けサービスの販売・開発のパートナーを認定する「 LINEヤフー Partner Program 」の Technology Partner の中から実績のあるパートナーに相談や開発依頼いただくことを推奨します。

商品・サービス購入までの行動



アジェンダ

01. EC業界を取り巻く状況
02. 新規からリピートまで！
顧客を逃さない、LINEヤフー活用マップ
03. 成果を出しているECはこれを使っている！
もう一歩踏み込んだLINEヤフー活用術
04. 自社ではどう使う？
LINEヤフー施策の活用事例
05. アカウント開設に向けたサポート
キャンペーンのご案内

ECにおすすめのLINEヤフー広告サービス

動的
ディスプレイ
広告

検索連動型
ショッピング
広告

LINEヤフー
コマースアド

ECにおすすめのLINEヤフー広告サービス

動的
ディスプレイ
広告

検索連動型
ショッピング
広告

LINEヤフー
コマースアド

動的ディスプレイ広告とは

インターネットユーザーの行動履歴（商品ページの閲覧など）や属性などをもとに、各ユーザーに最適な内容の広告を動的に生成、配信する広告です。

服について検索・サイト閲覧

閲覧商品や関連商品の広告表示

新しい服を
購入したい

LINEヤフーの
データ

【PC版Yahoo! JAPAN トップページ】



【掲載クリエイティブ例】

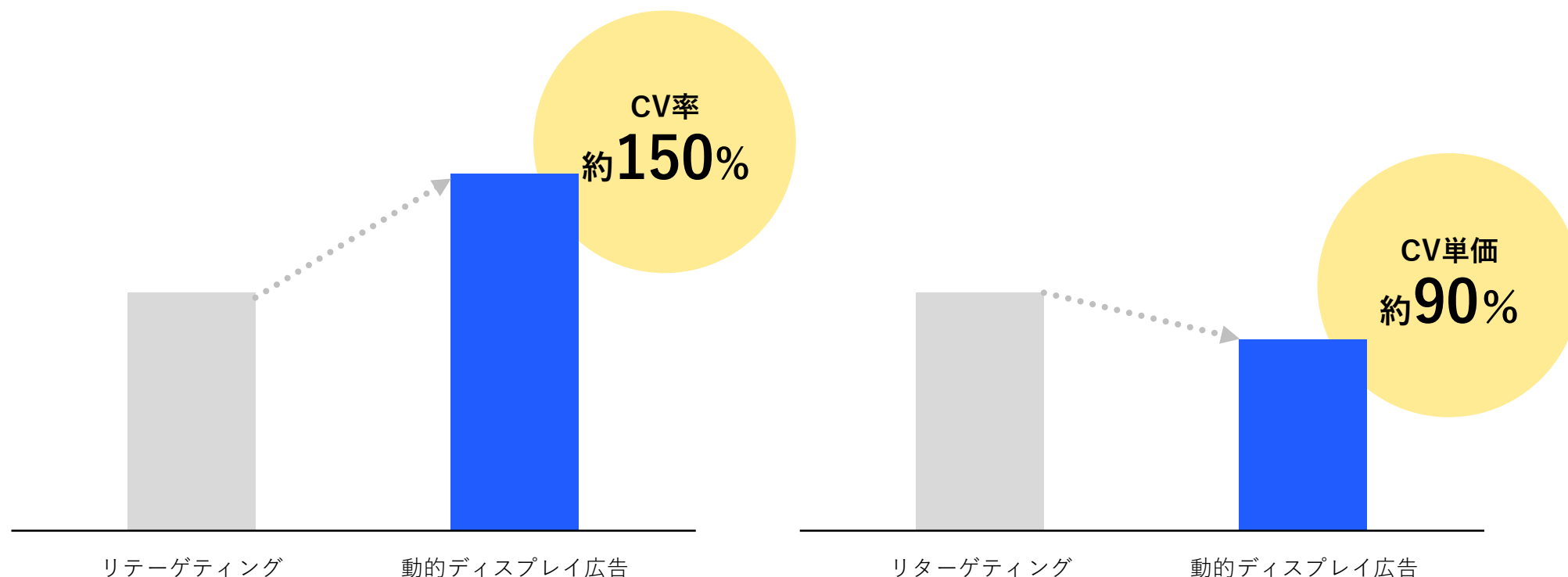


※広告主様のサイトにリターゲティングタグが貼っていない場合などでユーザー情報が利用できない場合は、ユーザー情報を使わない推定配信を行います。

動的ディスプレイ広告の効果

ユーザーの興味関心に沿った内容や、様々な内容で訴求が可能のため、ディスプレイ広告のリターゲティングよりもコンバージョン率、コンバージョン単価が良い傾向にある。

化粧品企業様の配信実績



※LINEヤフー社調べ 時期：2020/6/1/-6/30 リターゲティングの実績を100%として指数化

ECにおすすめのLINEヤフー広告サービス

動的
ディスプレイ
広告

検索連動型
ショッピング
広告

LINEヤフー
コマースアド

検索連動型ショッピング広告とは



特徴 1

顕在層へリーチ

ニーズが明確なユーザーへリーチできる



- ✓ ユーザーが自らキーワードを入力して検索した瞬間（＝欲しい・知りたい意図が最も高まっている瞬間）に広告を表示できるため、購入や問合せなどの成果に直結しやすい

特徴 2

視認性が高い

ユーザーからのリアクションがもらえる



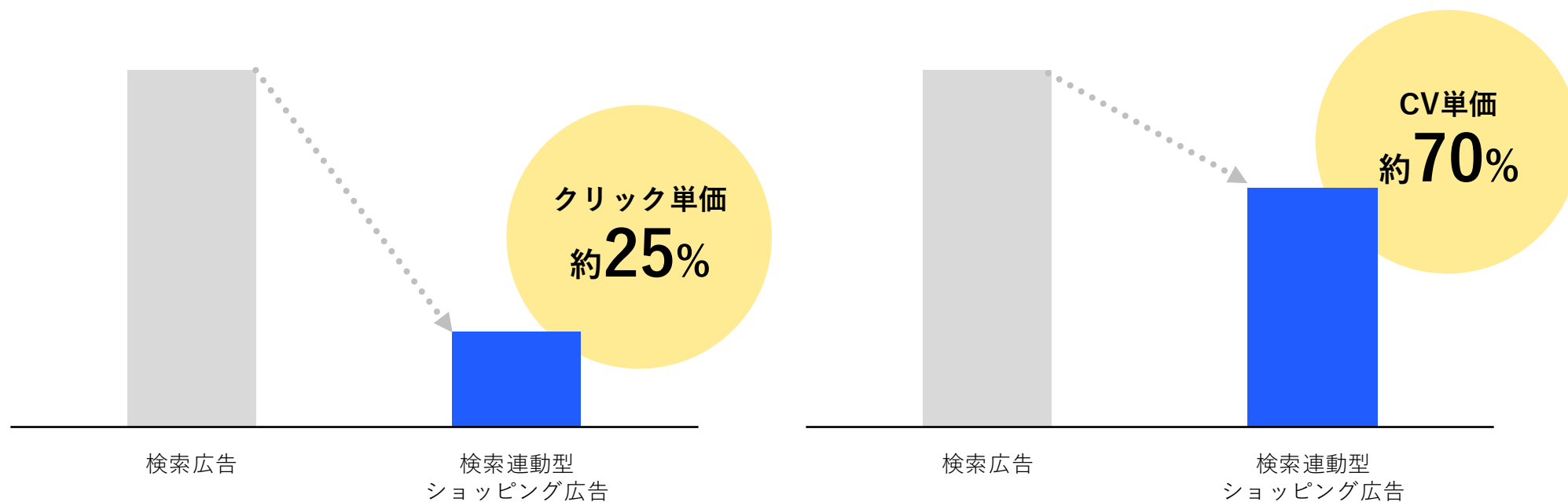
- ✓ 商品名や商品画像、価格などの視認性の高い情報を検索結果に載せることができる。

検索連動型ショッピング広告は、代理店など後払い請求のアカウントをお持ちのお客様のみご利用になれます。
詳しくは弊社担当営業または担当代理店にお問い合わせください。

検索連動型ショッピング広告の効果

検索広告と同時に掲載をされた場合、1件あたりのクリック単価や
コンバージョン単価では検索広告よりも良いパフォーマンスが確認できた。

検索広告 vs 検索連動型ショッピング広告



※LINEヤフー社調べ 調査概要：2025/3/5～ 2025/3/11のデータを集計、YSAを100%としてSSAが表示された場合のYSAとSSAの数値を比較

ECにおすすめのLINEヤフー広告サービス

動的
ディスプレイ
広告

検索連動型
ショッピング
広告

LINEヤフー
コマースアド

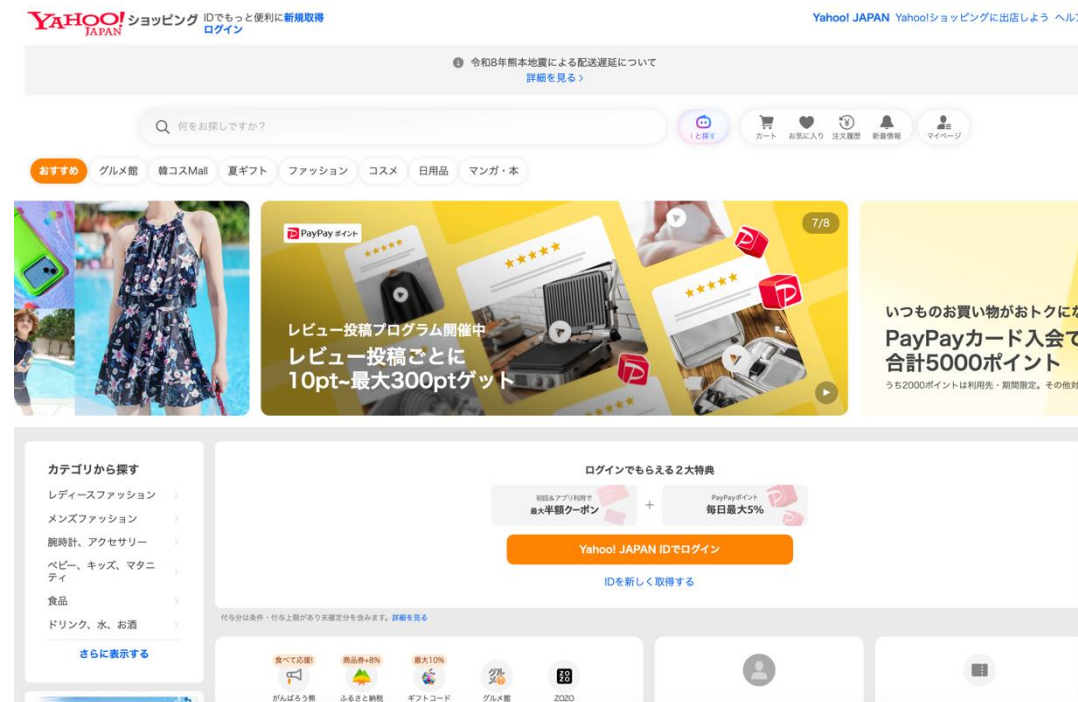
Yahoo!ショッピング出店店舗向け

LINEヤフーコマースアド

ECでの購買意向が高いユーザーが集まるYahoo!ショッピング内で広告配信ができる機能

LINEヤフーコマースアド

Yahoo!ショッピング内店舗



※LINEヤフーコマースアドについては、詳しくは弊社担当営業または担当代理店にお問い合わせください。

LINEヤフーコマースアドでできるターゲティング

LINEヤフー広告の通常ターゲティングに加えて、独自のターゲティングが利用可能

通常のターゲティング

性別・年齢・地域

曜日・時間帯

デバイス

オーディエンス（行動）

サイトリターゲティング

など

コマースアド独自のターゲティング

LYPプレミアム会員情報

特定カテゴリの訪問セグメント

競合ストア購買セグメント

購買予兆モデル

ストアリターゲティング

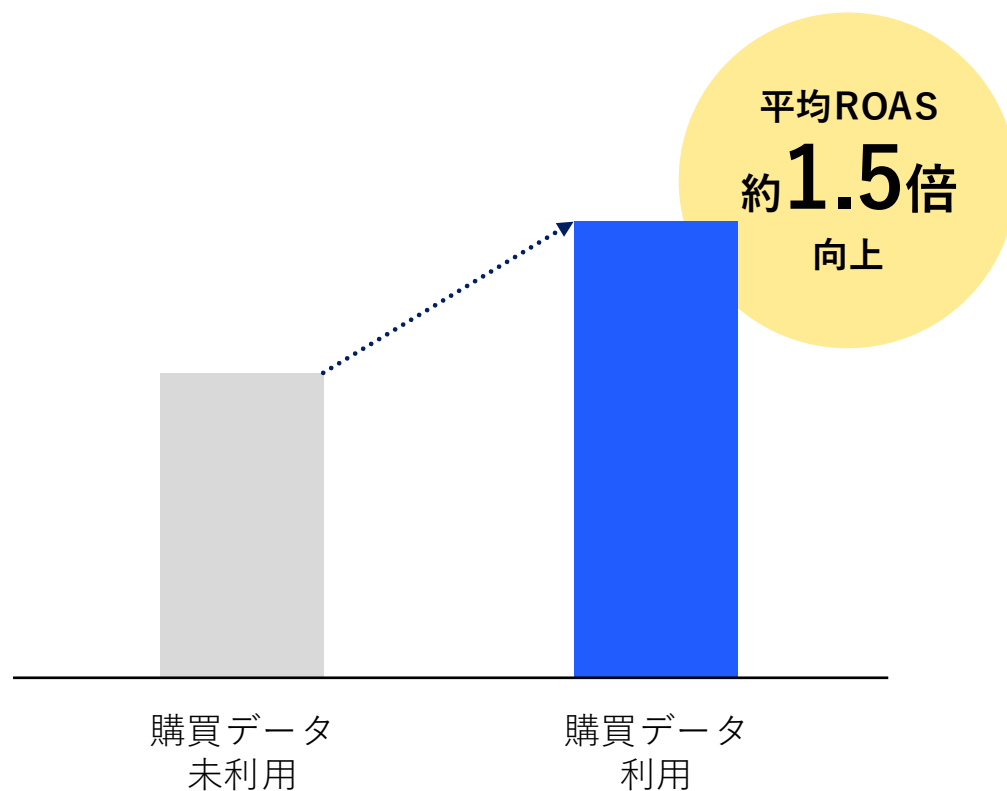
など

※独自ターゲティングの利用には条件がございます。

LINEヤフーコマースアド独自ターゲティングの効果

Yahoo!ショッピング購買データを利用したターゲティングで広告効果が約1.5倍も向上

独自ターゲティング利用企業と未利用企業のROAS比較



※LINEヤフー社調べ 集計期間：2024年9月実績

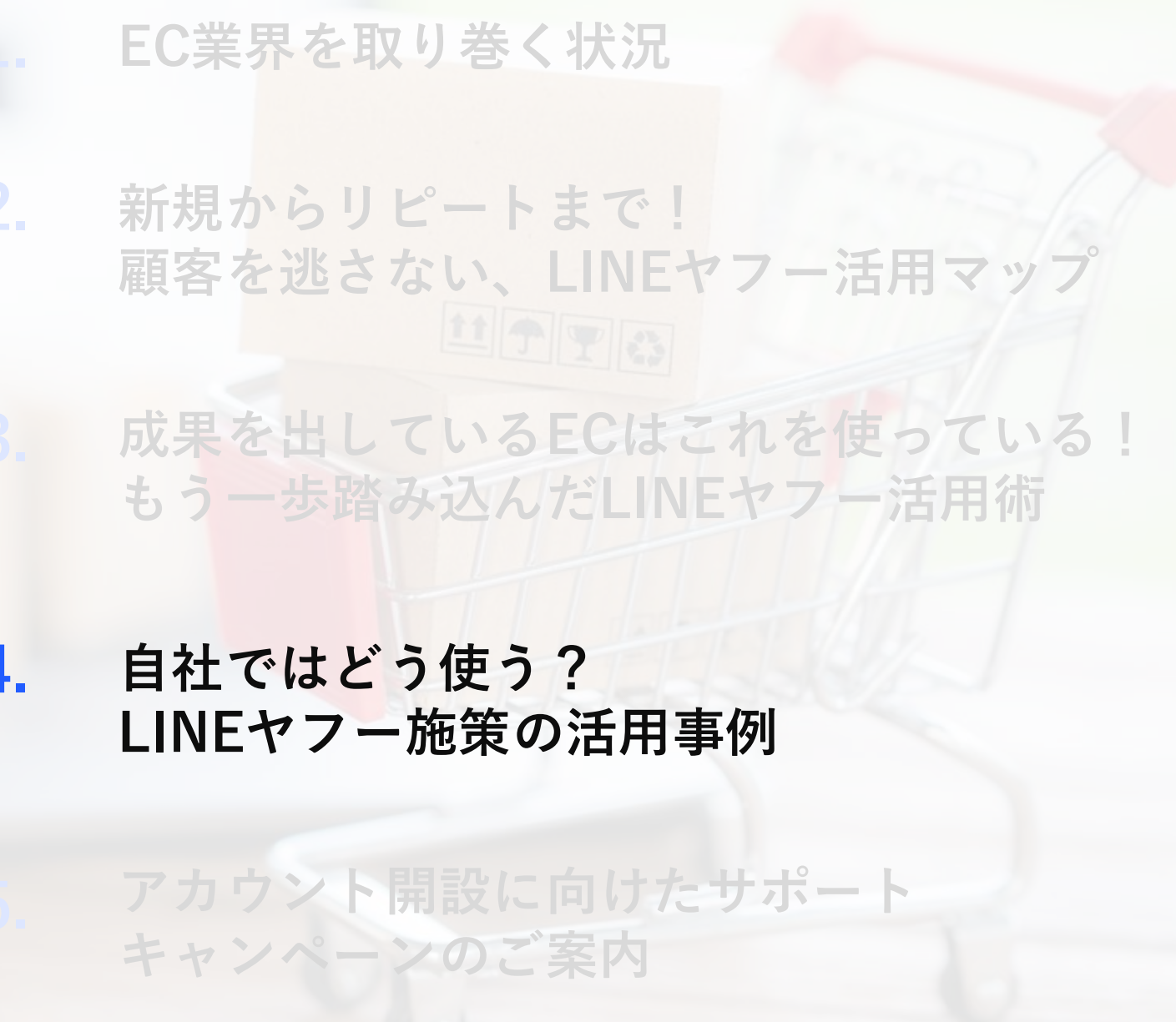
ECにおすすめのLINEヤフー広告サービス

動的
ディスプレイ
広告

検索連動型
ショッピング
広告

LINEヤフー
コマースアド

アジェンダ

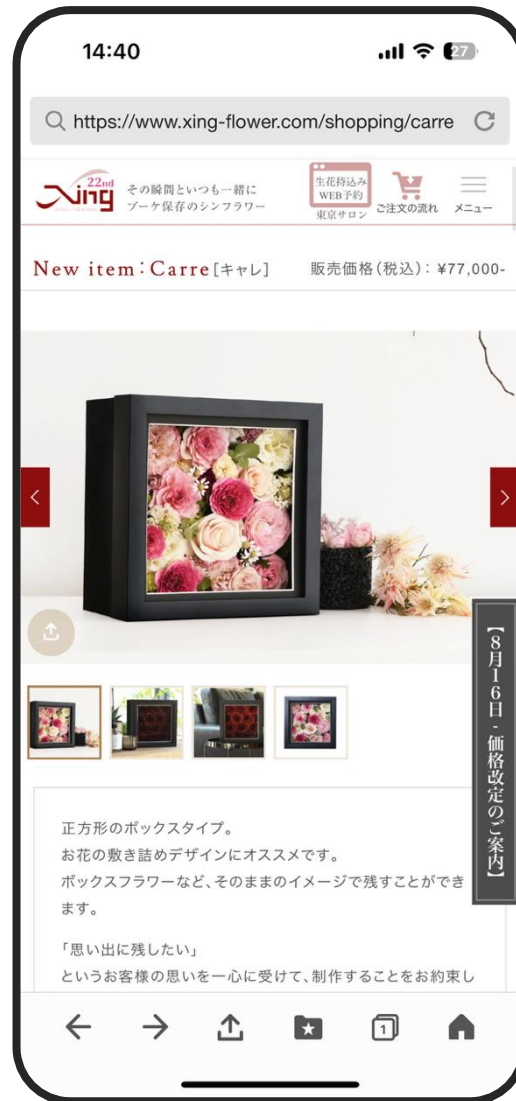
- 
01. EC業界を取り巻く状況
 02. 新規からリピートまで！
顧客を逃さない、LINEヤフー活用マップ
 03. 成果を出しているECはこれを使っている！
もう一歩踏み込んだLINEヤフー活用術
 04. 自社ではどう使う？
LINEヤフー施策の活用事例
 05. アカウント開設に向けたサポート
キャンペーンのご案内

シンフラワー株式会社



事業署名	シンフラワー株式会社（Xing）
創業	2002年6月 フラワー加工専門店Xingとして創業
設立	2010年2月 シンフラワー株式会社設立
所在地	【本社】 岡山県岡山市中区桑野704-1 1階 シンフラワー工房 【東京虎ノ門サロン】 東京都港区虎ノ門五丁目11番1号 オランダヒルズ森タワーRoP 6F
従業員数	社員数44名 専属デザイナー20名
事業内容	ボトルブーケ、3Dブーケ、押し花ブーケの制作 花束を、半永久的に保存するフラワー加工専門

LINEヤフー広告導入に至った背景と目的



課題

コロナで売上が激減
toCサービスのWEB接点の強化

目的

- ・ サービス認知の拡大
- ・ 新規購入者の増加

ターゲット

20-30代女性

体制

1名

LINEヤフー広告 検索広告における狙いと目標

獲得数の増加

(顕在ニーズの獲得)

目標獲得単価

1万円以内

(商材単価：4万円～)

LINEヤフー広告 検索広告の成果

広告費の10倍の売上

広告費用

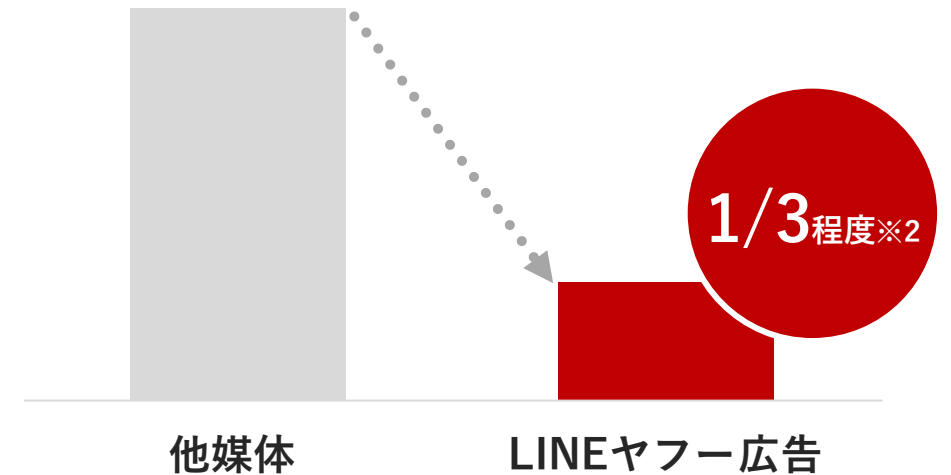
10万円

広告経由の売上

100万円※1

獲得効率も安価に

他媒体とLINEヤフー広告のCPC比較



CPA : 5,000-10,000円※3

株式会社ドリームデッサン



事業署名 株式会社ドリームデッサン

設立 2009年1月

所在地 【本社】
広島市安佐南区古市三丁目 3 番 1 号 FMビル 6 F

【韓国事務所】
ソウル市江東区城内洞500番地

【中国事務所】
香港湾仔謝斐道90号豫港大夏17楼

事業内容

- ・ 販促品、ノベルティグッズの企画・生産・卸
- ・ オリジナルアクセサリーの製作・卸

LINEヤフー広告導入の目的

検索広告

ディスプレイ広告



<https://www.cosmetic-example.co.jp>

【公式】敏感肌用薬用オールインワン美容液 - 今なら送料無料！

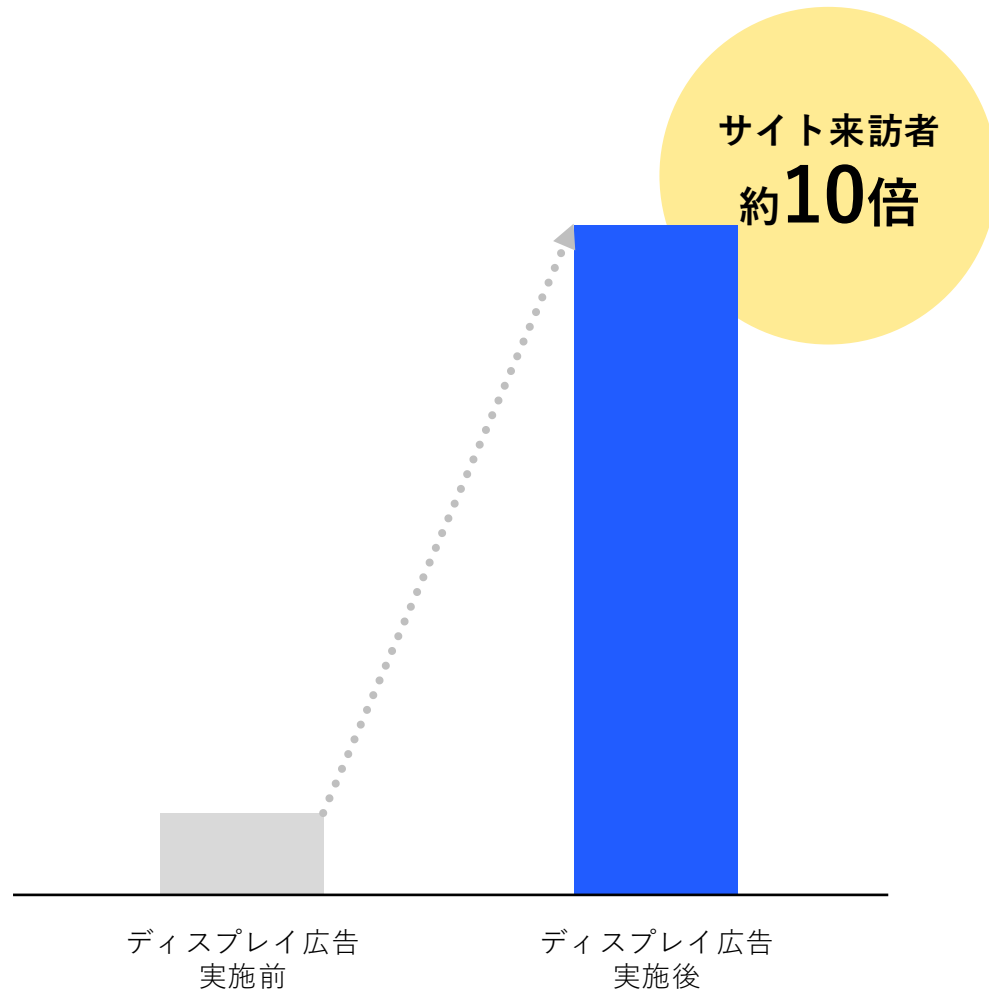
厳選された植物由来成分を配合。乾燥や肌荒れを防ぎ、ハリとツヤを与えます。忙しい朝もこれ一本でケア完了。アレルギーテスト済み、無香料・無着色。定期コースがおトク！



販促エキスポドットコム
認知拡大

通販サイト
**集客促進
売上拡大**

LINEヤフー広告導入の目的



ディスプレイ広告利用前と比べて
サイト来訪者は**10倍**に

検索広告とディスプレイ広告の役割

それぞれのサービスを使い分け、相乗効果を生む運用を実現

検索広告



検索広告の役割

今すぐ情報を探している
健在層にアプローチ

- ✓ 「来店記念品」「粗品」「展示会」「ノベルティー」など関連キーワードを広く網羅的に設定
- ✓ CPAを基準に、合うキーワードを細かく選択
- ✓ できる限り多くの広告量を出稿し、確実な獲得を目指す



【公式】敏感肌用薬用オールインワン美容液 - 今なら送料無料！

厳選された植物由来成分を配合。乾燥や肌荒れを防ぎ、ハリとツヤを与えます。忙しい朝もこれ一本でケア完了。アレルギーテスト済み、無香料・無着色。定期コースがおトク！



相乗効果



併用利用で認知拡大が進み
検索広告のCPCが
約20%低下

ディスプレイ広告



ディスプレイ広告の役割

まだニーズが顕在化していない
潜在層に認知を拡大

- ✓ 検索広告では拾いきれない潜在顧客へ、テレビCMのように広く認知を獲得
- ✓ 広く安価に配信し、大量のインプレッションを確保
- ✓ 興味を示しそうな層へ段階的に絞り込み、単価を上げながら繰り返し配信し、関心を醸成
- ✓ 最初の流入があれば、他のWeb広告で再接触が起こり、必要なタイミングで思い出してもらいやすくなる



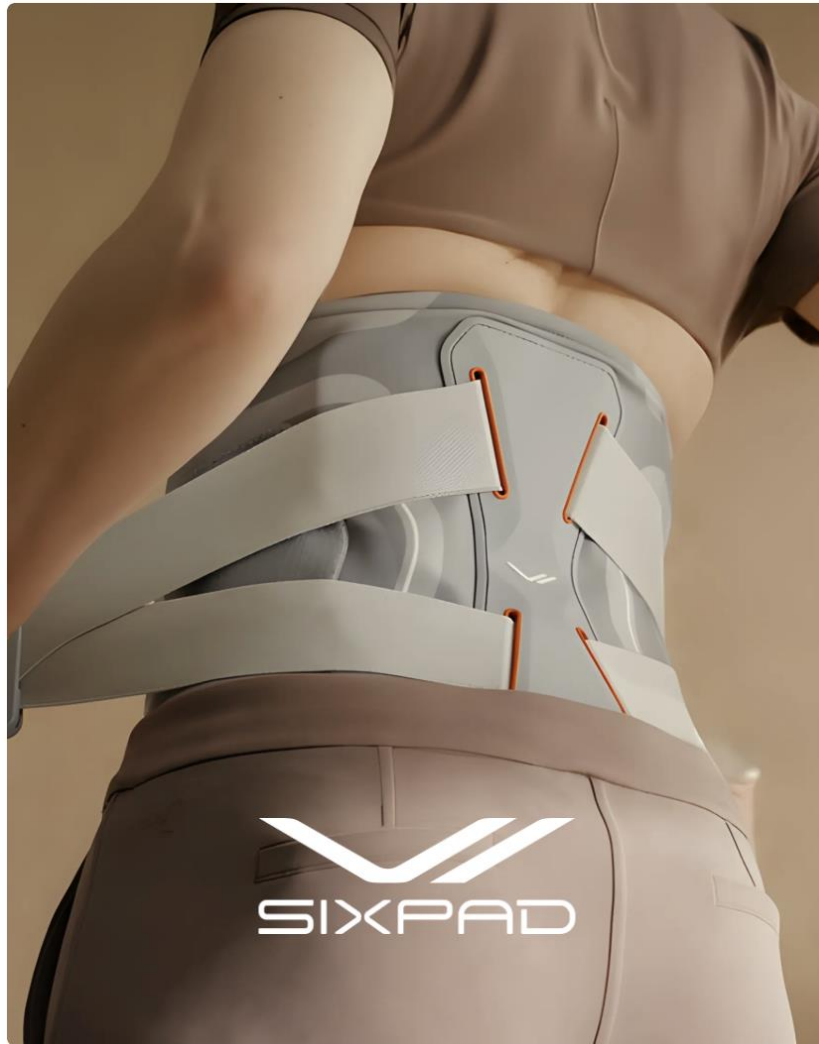
※クリエイティブは株式会社 ドリームデッサン様のものではございません。

MTG

We have many dreams



ReFa

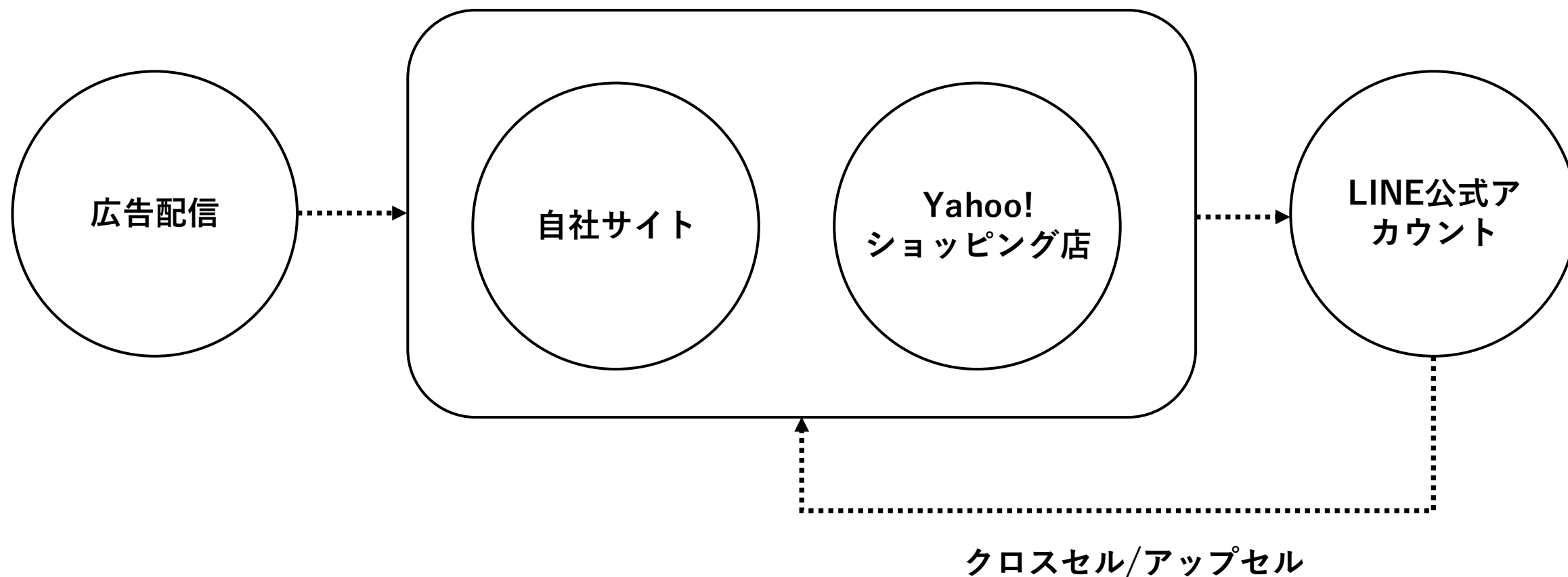


SIXPAD



Style

LINEヤフーサービス活用の主な目的



LINEヤフーのサービス活用状況

検索広告



スポンサー

株式会社MTG
<https://www.mtgec.jp/refa/dryer>

【公式】リファのドライヤー

MTG公式オンラインショップ-プロセンシングで髪を熱ダメージから守る。髪のプロである美容師も大絶賛のドライヤー。髪の美しさ...



アクセス数：10万回以上（先月）

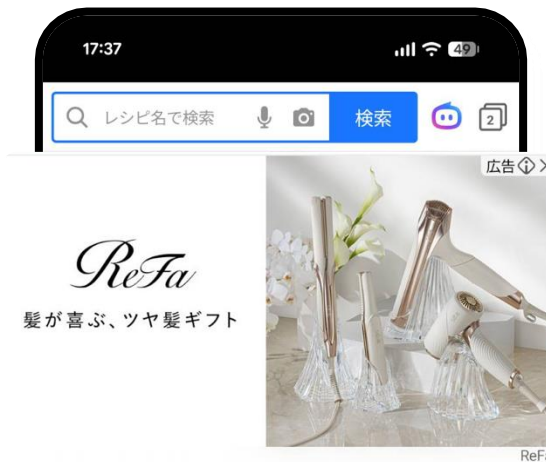
どれにするか迷うあなたへ

"リファのドライヤー"

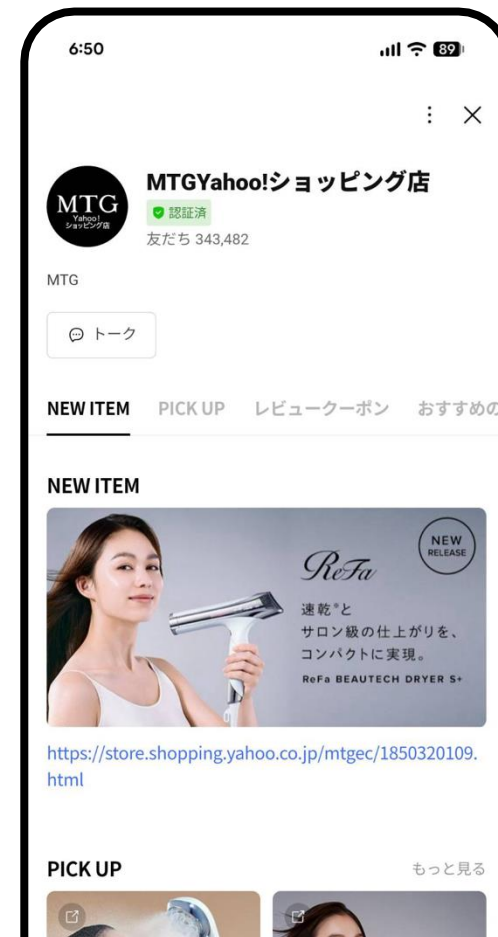
"リファのヘアケア商品"

ギフトラッピングセット

ディスプレイ広告



LINE公式アカウント



LINEヤフー広告 ディスプレイ広告の活用方法



出稿目的

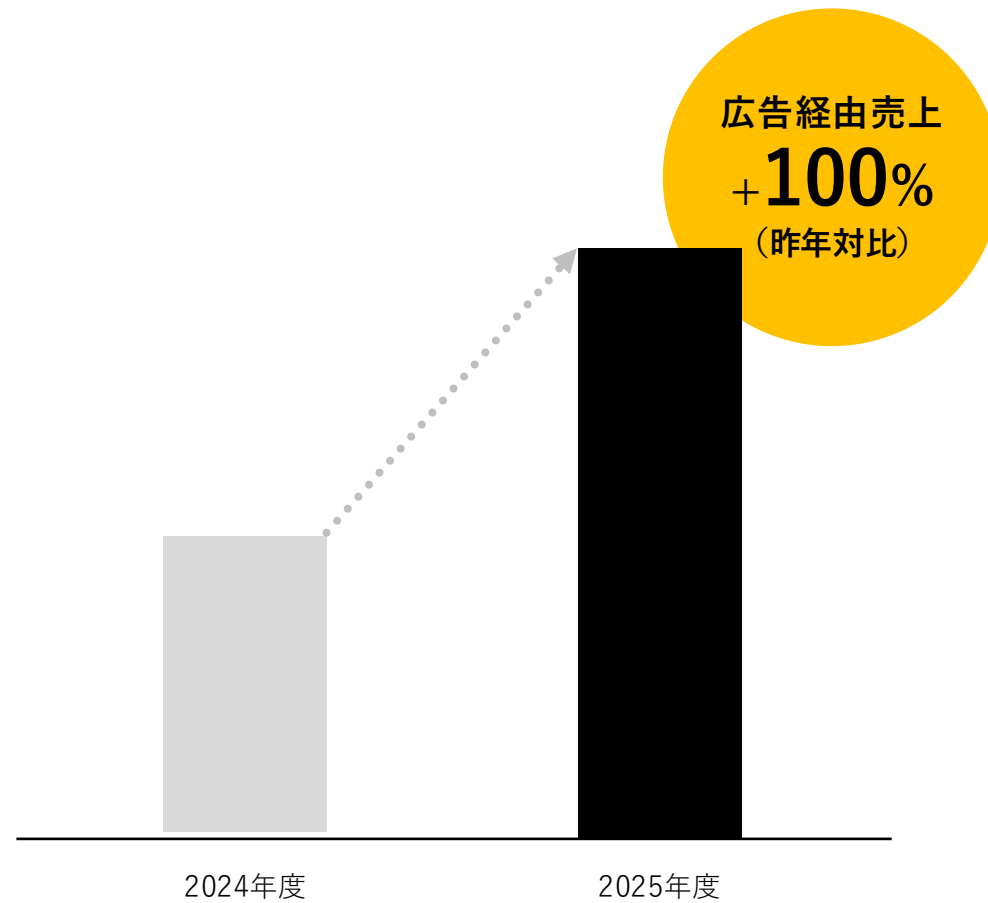
自社商品購入
(1アカウント内で複数の商品訴求)

セグメント

リターゲティング
Yahoo!ショッピング閲覧ユーザー
購買意向：ヘアケア

And more

ディスプレイ広告の実績



LINE公式アカウント活用事例

友だち限定のクーポンをきっかけに友だち追加を促し、メッセージを配信



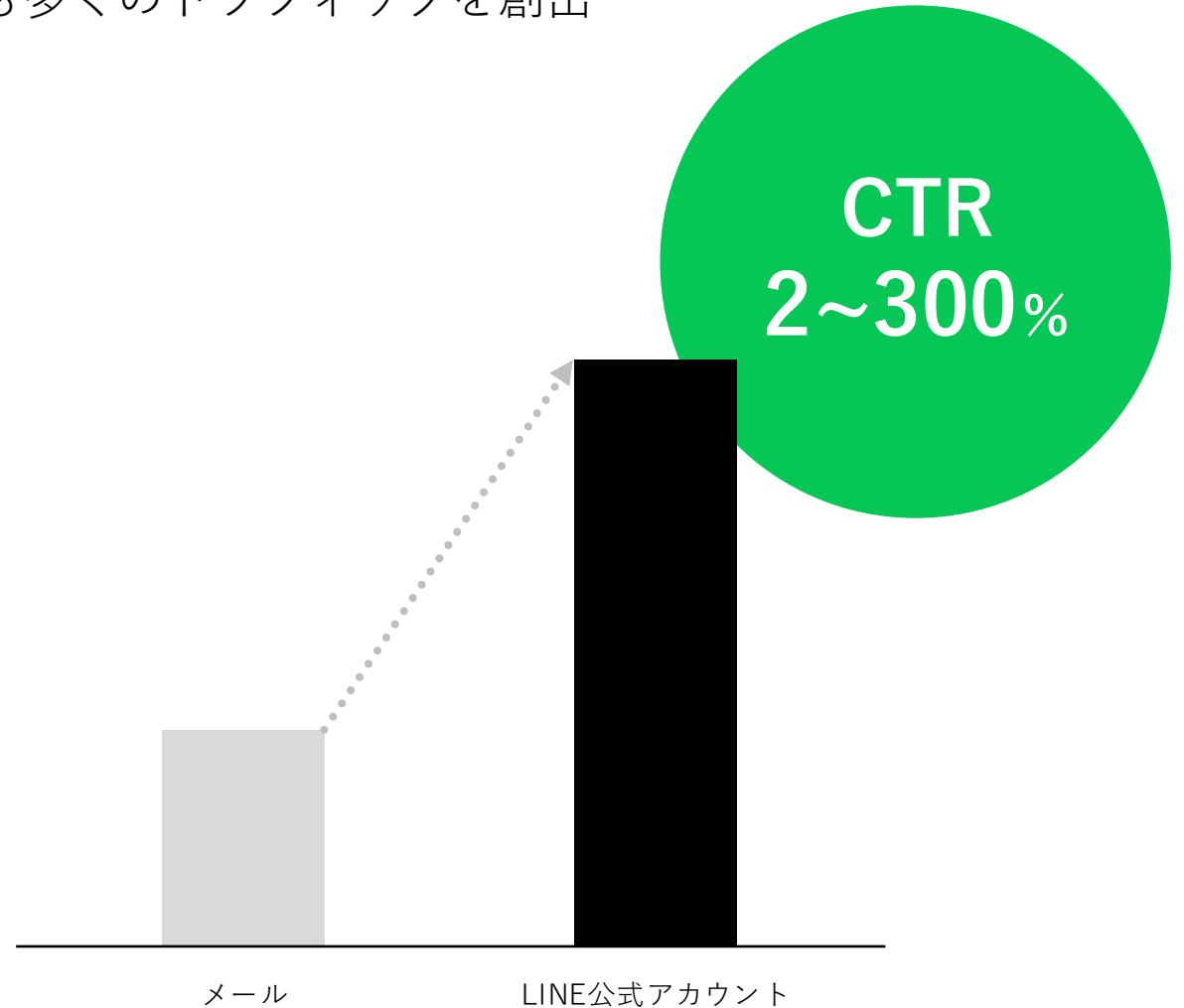
お得な
キャンペーン
情報

おすすめ
アイテム情報

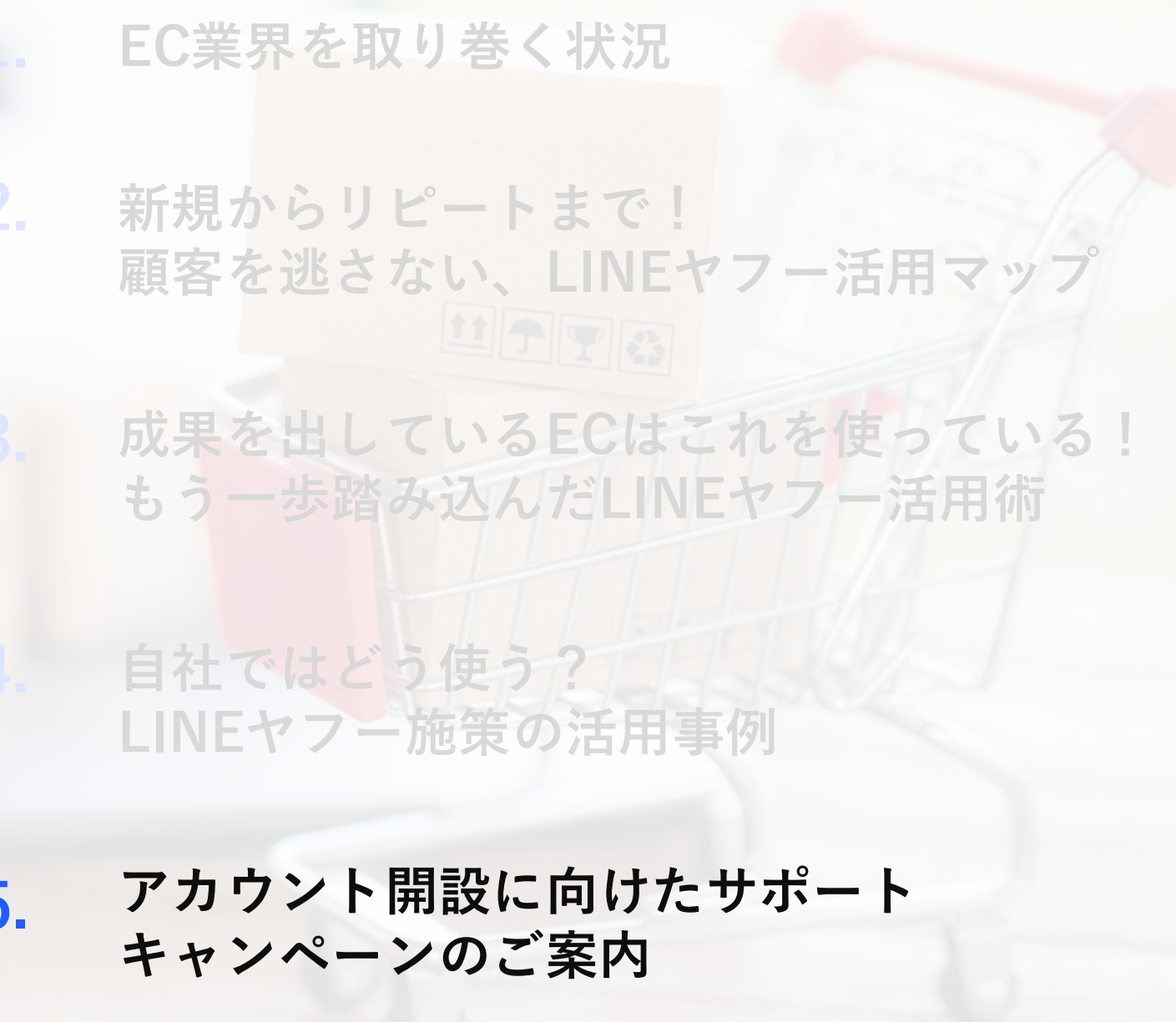
短期間で認知やアクセスを確保する
ブランドのファンであるユーザーを繋ぎとめる

LINE公式アカウント活用事例

メールと比較しても多くのトラフィックを創出



アジェンダ

- 
01. EC業界を取り巻く状況
 02. 新規からリピートまで！
顧客を逃さない、LINEヤフー活用マップ
 03. 成果を出しているECはこれを使っている！
もう一歩踏み込んだLINEヤフー活用術
 04. 自社ではどう使う？
LINEヤフー施策の活用事例
 05. アカウント開設に向けたサポート
キャンペーンのご案内

LINEヤフー広告をはじめよう

LINEヤフー広告のアカウント作成方法～申し込みをご説明します
アカウント開設ページに沿って、申し込みを行ってください



アカウント開設は
こちら



アカウント開設はこちら

<https://www.lycbiz.com/jp/service/ly-ads/entry-flow/>

LINEヤフー広告をお得にはじめよう

はじめての方限定

最大16万円分※1
広告料金プレゼント!

詳細はこちら



ココに
広告を
出せます!

※検索広告・ディスプレイ広告でそれぞれ独立した条件を達成する必要があります

LINEヤフー広告のサポート

初期設定サポート



LINEヤフー広告を始めたいが
初期設定に不安がある

おまかせサポート



運用改善など設定代行をしながら
サポートをしてほしい

問い合わせ窓口



運用前に不明点があり
相談したい

マーケティングキャンパス

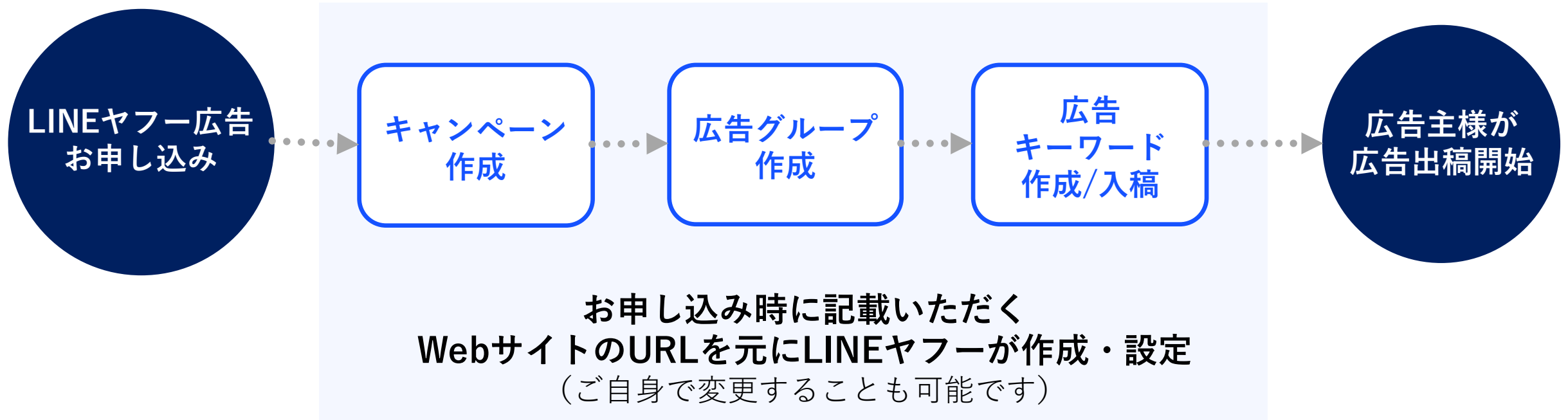


LINEヤフー広告の運用に
必要な知識を学びたい

LINEヤフー広告を始めたいが初期設定に不安がある

初期設定サポート

LINEヤフー広告 検索広告にお申し込み後、LINEヤフーにて無料で初期設定を行います。



初期設定サポートの詳細はこちらから

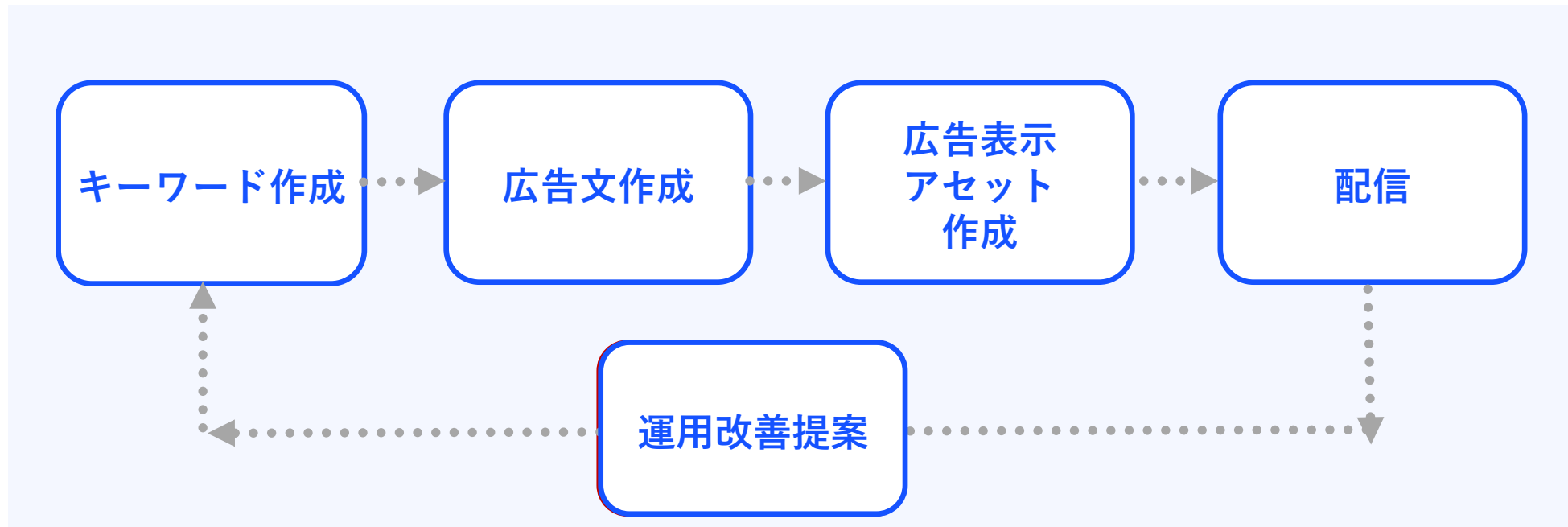
※なお、サポートには条件がございます。詳細はこちらのページをご確認ください。

https://www.lycbiz.com/jp/column/ly-ads/searchads/service-information/initial_setup_support/

LINEやフー広告を始めたいが継続運用に不安がある

広告設定まるっとおまかせサービス

キーワードの登録から配信、運用改善を無料で行います。



広告設定まるっとおまかせサービスの詳細はこちらから

※なお、サポートには条件がございます。詳細はこちらのページをご確認ください。

<https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20230116/>

担当者による電話サポート



対象

新規で広告の出稿を相談したい方
広告アカウント作成のサポートを希望する方

問い合わせ方法

下記のフォームよりお問い合わせ内容を送信ください
<https://www.lycbiz.com/jp/contact/new/>

Yahoo!広告の運用に必要な知識を学びたい

LINEヤフーマーケティングキャンパス

LINEヤフーの広告サービスが無料で学べるオンライン学習ツール



ポイント

ご自身の目的やレベルに合わせて
LINEヤフー広告に関するオンライン
学習コースを無料で受講可能

LINEヤフーから広告知識レベルの
証明を受けられる、認定資格も取得可能

LINEヤフーマーケティングキャンパスのお申し込みはこちら

<https://lymcampus.jp/>

EC・販促領域の 使い方を攻略!

売上を最大化する

LINEヤフー広告活用セミナー

