Instagram動画広告の入稿前確認シート

動画素材が用意できていても止まりやすい、広告目的、案内先、表示内容、受付担当の確認を公開前に整理するためのシートです。

使い方：使用予定の動画と案内先ページを並べ、項目ごとに確認担当を決めます。 未確認の項目は公開前に確認し、実際の広告画面や仕様に合わせて判断します。

01 広告の目的
視聴後に促す行動を一つに整理
例：サービス説明ページを読む

02 届ける相手
地域、役割、関心を具体化
例：地域企業の採用担当者

03 使う素材の版
動画名と更新版を記録
例：説明動画A・確認済み版

04 冒頭の伝達内容
何の案内かが冒頭で分かるか
例：動画制作の相談案内

05 表示する提供条件
料金等に条件がある場合は記載箇所を確認
例：見積条件を案内先で説明

06 根拠が必要な表現
実績、比較、数値の根拠を確認
例：確認できない数値は使用しない

07 権利・出演の確認
映像、音源、人物の利用範囲を確認
例：広告利用の許可範囲を確認

08 字幕と読みやすさ
音声なしでも要点を理解できるか
例：商品名と案内先を字幕で示す

09 画面内の配置
操作部分と文字が重ならないか
例：実際の表示画面で確認する

10 案内先URL
遷移先が目的と一致するか
例：相談対象のサービスページ

11 スマートフォン確認
表示、読み込み、フォーム送信を確認
例：担当者が端末で一連の操作を確認

12 問い合わせの受け手
返信担当と確認頻度を決める
例：受付担当と代行担当を記録

13 予算と停止条件
上限と変更・停止の判断窓口を記録
例：広告管理者と事前に合意

14 公開前承認
最終確認者と確認日を残す
例：責任者が素材と案内先を確認

15 公開後の確認予定
確認する項目と日程を決める
例：遷移先と受付状況を確認

3つの場面を、伝える内容と対応させる

以下は架空の企画例です。実在の導入企業・実施実績・獲得結果を示すものではありません。

01 素材を確認

見せる場面：冒頭、字幕、案内文を並べて確認
伝える内容：誰への何の案内かを揃える
確認すること：実績や料金の未確認表現を残さない

02 遷移を確認

見せる場面：スマートフォンで広告から案内先をたどる
伝える内容：広告とページの説明を一致させる
確認すること：送信操作と受付通知を確認

03 担当を確認

見せる場面：返信、変更、停止の窓口を一覧化
伝える内容：問い合わせ後に動ける準備を整える
確認すること：広告運用担当だけに情報を集めない

視聴から次の行動へ

・動画広告 → 案内先ページ → 問い合わせ → 受付確認 → 個別相談

受付・引き継ぎ時に確認すること

・案内内容とフォームの目的が一致しているか
・返信方法を案内しているか
・必要以上の個人情報を求めていないか
・受信担当が決まっているか

条件のすり合わせと、公開後の見直し

実施前に担当者同士で確認する項目

・本シートは入稿前の準備用で、広告審査の承認や成果を保証しません。
・媒体の最新仕様、広告ポリシー、実際の表示は入稿時に確認します。
・広告費や外部サービスの費用は各契約の条件で確認します。

撮影・公開前の確認

・人物と施設の広告利用許可を確認する
・音源や素材の利用条件を確認する
・個人情報・機密情報の映り込みを確認する
・元データと最終版を区別して保管する

振り返りの記入欄

01 公開後の表示状況
確認した内容と、次に行うことを記入

02 URLの到達確認
確認した内容と、次に行うことを記入

03 フォームの受付状況
確認した内容と、次に行うことを記入

04 返信までの流れ
確認した内容と、次に行うことを記入

05 修正が必要な素材
確認した内容と、次に行うことを記入

06 次回の確認担当
確認した内容と、次に行うことを記入

各欄は検討を整理するための項目です。実施条件、担当範囲、費用、成果の定義は関係者間で確認してください。

ご相談：https://booking.bitegami.com/book/salesteam-pfp