

リード獲得広告 設計シート

インスタントフォームのリード獲得広告を、広告マネージャを開く前に紙の上で設計し、届いたリードを取りこぼさずに連絡と記録まで回すための4枚

この4枚でできること

- ☐ フォームタイプを選び、4つのセクションの中身を先に書き出せる
- ☐ 質問の数と形を決め、多肢選択式の選択肢を用意できる
- ☐ 連絡の段取りを配信の前に決められる
- ☐ 90日の期限と権限を押さえて、リードを受け取れる

使う順番

作る前に2ページでフォームを決める → 3ページで質問を決める → 配信を始める前に4ページで連絡と受け取りを決める。

目次

2	フォームタイプと4つのセクション 大量用・高い意向・リッチクリエイティブ、イントロから終了まで
3	質問の設計 質問の形、数のつり合い、多肢選択式の選択肢
4	連絡の段取りと受け取り 誰が何時間以内に、週1回の記録、90日と権限

数字と決まりの出どころ

この資料に載せた内容は、Metaビジネスヘルプセンターで2026年10月15日に確かめたことと、講座第24回の記事本文にあるものだけです。画面の名前や手順は時期によって変わることがあります。

フォームタイプと4つのセクション

迷ったら大量用で始め、記録を見て変える

フォームタイプ	中身	選ぶ
大量用（デフォルト）	モバイルで素早く送れる。件数を取りたいとき	☐
高い意向	確認の画面が入る。関心の低い人の送信を防ぐ。モバイルのFacebookとInstagramのフィードだけ	☐
リッチクリエイティブ	画像や補足のテキストで中身を伝える。イントロが必須	☐

4つのセクションを書き出す

セクション	決めること	書き出し
イントロ（任意）	送るとどうなるか、誰から連絡が来るか	
質問（最低1つ）	3ページで決めた質問	
プライバシーポリシー（必須）	自社のページのURL	
終了	送信後の文、ボタン、クーポンコード	

追加の機能（条件付きロジック、電話番号の認証など）は、広告マネージャで作るときだけ使える。Business Suiteからは連絡先を取るシンプルなフォームのみ。

質問の形	使いどころ	使う数
定型の質問	名前、メール、電話番号。登録済みの情報が自動で入る	
多肢選択式の質問	時期、地域、状況など。質を上げる中心	
短い回答の質問	自由に書いてもらう。手間が大きいので数を絞る	
条件付きの回答・ロジック	前の答えで次の質問や選択肢を変える	

多肢選択式の選択肢を書き出す

聞きたいこと	選択肢（正直に答えられるものも入れる）
いつごろ始めたいか	すぐに／3か月以内／半年以内／情報を集めている

入力の質を上げる追加の機能	使う
電話番号の認証（ワンタイムパスワード）。つながらない番号が減るが件数は減りやすい	☐
仕事用のメールアドレスの確認	☐
限定コンテンツ（PDF・JPEG・PNG、10MB以下）を送信した人に渡す	☐

連絡の段取りと受け取り

ダウンロードできるのは送信から90日間

配信の前に決めること			書き出し	
誰が連絡するか				
何時間以内に連絡するか				
つながらなかったら、何回、どの手段で連絡し直すか				
連絡できない時間帯や曜日（配信の量と時間を合わせる）				
週	リード	連絡がついた	商談	成約
受け取りの確認				印
手でダウンロードするなら、取りに行く曜日を決めた（90日を過ぎると取れない）				☐
ダウンロードする人が、ページの全権限かメッセージの権限を持っている				☐
件数が多い、またはすぐ連絡したいなら、CRMとの連携を使っているツールの案内で確かめた				☐

確認先（2026年10月15日確認）

インスタントフォーム付きリード獲得広告について	facebook.com/business/help/761812391313386
インスタントフォームのタイプについて	facebook.com/business/help/252352181957512
広告マネージャーでリード獲得広告を作成する方法	facebook.com/business/help/375478503258484
リードのデータをダウンロードまたは取得する	facebook.com/business/help/734933888443065
リード獲得広告作成のベストプラクティス	facebook.com/business/help/435270316658768