

フォロワーの増加だけで終わらない X(Twitter) キャンペーンの設計



SmartShare **OWNLY**

本資料はスマートシェア株式会社の許可無く複製・配布しないようお願い致します。

お問い合わせ：sales@smartshare.jp

キャンペーン解説

X(Twitter)キャンペーンの設計

- X(Twitter)キャンペーン設計のポイント
- 目的の明確化
- キャンペーン参加方法と導線設計
- 振り返りとKPI設計
- インセンティブの選定
- X(Twitter)キャンペーンのTips

OWNLYで実現するSNSキャンペーン

X(Twitter)のフォロワー増加で終わらないキャンペーン構築

- ファンと一緒に盛り上げ、コンテンツ化
- Wチャンスキャンペーン – X(Twitter) × LINE
- 特定のWebサイトへ誘導キャンペーン

見込み客をSNSで可視化するユーザー分析キャンペーンプラットフォーム

OWNLY

- OWNLYについて
- 実績企業
- OWNLY(オウンリー)のキャンペーン施策
- 提供しているサービス- その他 -

キャンペーン解説

X(Twitter)キャンペーンの設計



X(Twitter)キャンペーン設計のポイント

ポイント①

何を達成したいか目的を明確にする

ポイント②

目的に応じたキャンペーン参加方法とユーザー導線を設計

ポイント③

目的をどのように振り返るかKPIを設計

ポイント④

インセンティブで効果を最大化

ポイント⑤

X(Twitter)キャンペーンの鉄板施策/設計を踏襲

X(Twitter)キャンペーン ≠ フォロワー増加だけ

設計する際のステップ例



X(Twitter)でキャンペーンを何を達成したいか目的を明確にする

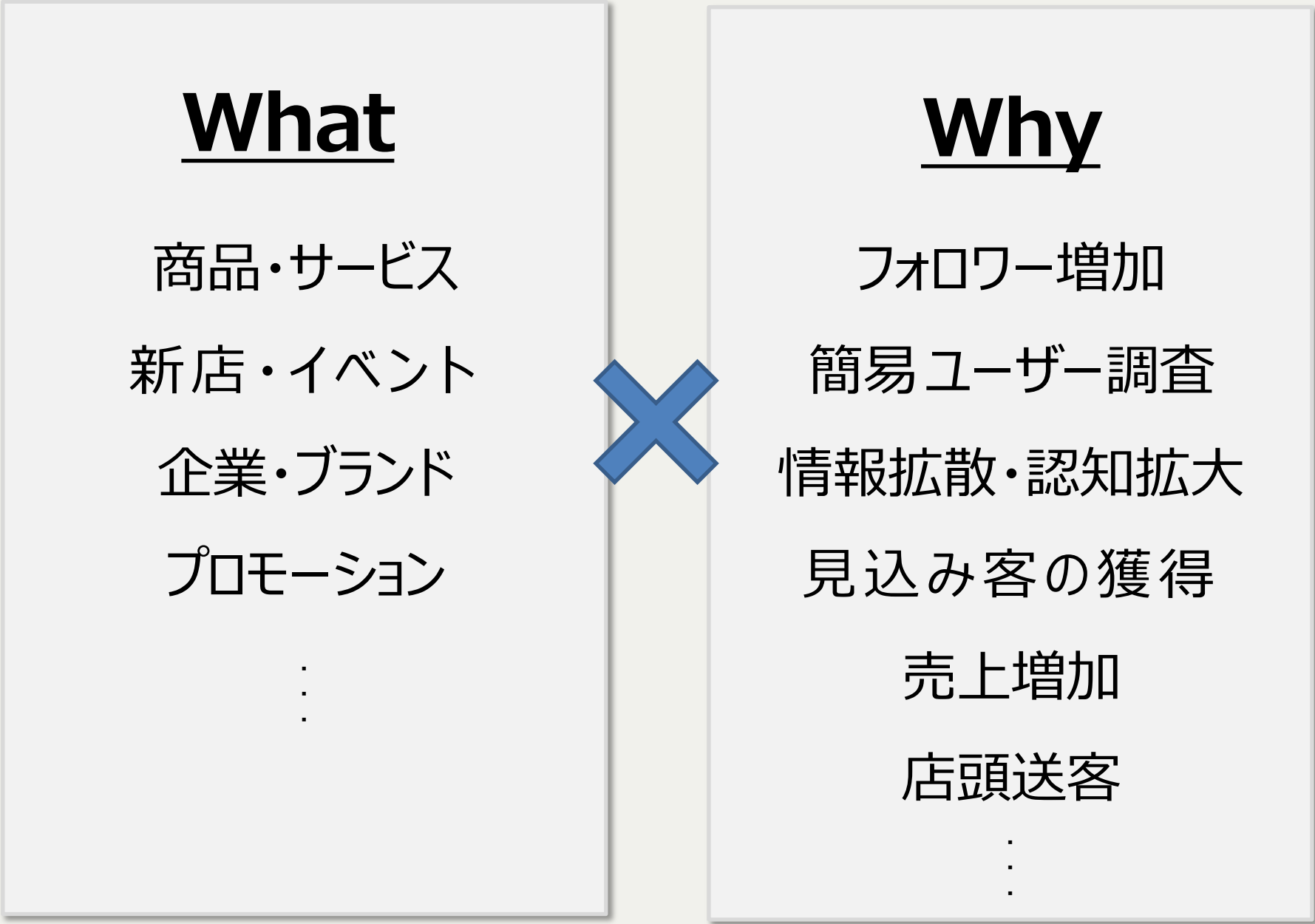
！ まずは何を、何故やりたいかを明確にしてみましょう。

明確で具体的な目的例

2022年8月1日に発売する新商品を、多くの社会人として働いている20代後半の男女に知って貰いたい。
その為に、発売前の今からX(Twitter)で幅広く拡散し、より興味度合いが強いユーザーとLINEでコミュニケーションを行う。

いまいちな目的例

新商品が発売するので、情報拡散を行いたい。
X(Twitter)でフォロワーを増やし、継続的な拡散を狙う。



FOLLOW

目的に向けた最適なユーザー導線を設計し、それに最適な参加方法を選択

！ 目的に応じて、ユーザーにどのような行動をして欲しいかを考えましょう。

オートリプライあり？なし？

オートリプライ3つのポイント

- ①即時結果がわかることでユーザーの参加率が高まる
- ②広告で獲得したいユーザーを狙い撃ち
- ③オートリプライでユーザーをX(Twitter)外へ効率的に誘導

オートリプライを実施するには、X社へのオートリプライを含む際には**必ず**キャンペーン実施の連絡が必要になります。その際に以下の確認が必要です。

- ①X(Twitter)リミットの上限緩和(ポスト制限解除)
- ②自動返信に含むURLのホワイトリスト化

上記は、X認定代理店を通じて「Xへの広告出稿の相談」として行うことが原則になっております。

参考：X社 自動化ルール
<https://help.x.com/ja/rules-and-policies/x-automation>

エントリー方法は？



該当アカウントをフォローして、対象ツイートをリポストすることで応募完了となるキャンペーン。

簡単に実施できることが特徴。定期的に行っているアカウントでは、フォロワーの継続的な獲得かつ離脱防止として活用されています。

※リポスト、引用リポストの選択可能



ユーザーへの問い掛けや、選挙形式での選択や、クイズ形式として実施されることが多いキャンペーン。

ユーザーが能動的に選択するという行動を起こしてくれることが特徴。商品やサービスなどを知って貰うことや、簡易的な調査にもつながる。

※ユーザーにポストさせる方法は、様々設計が可能です。

※上記を基本とし、投票型キャンペーンでLPを活用することや、引用リポストだけを対象とするなど、目的達成に向けた細かやかなご提案が可能です。

指標はひとつではない！計測可能な指標を理解し、改善に活かす

！ SNSキャンペーンは、継続的に実施することでより大きな効果を得られます。効果計測は評価ではなく、次回施策への学びです。

KPI	概要
フォロワー	フォロワー増加は、キャンペーンで最もわかりやすく、標準的な指標です。 フォロワー数は、自社アカウントのポストがタイムラインに表示される数値の基本的な数になります。
リポスト	投稿したポストが拡散された数で、フォロー＆リポストキャンペーンでは参加者数を意味する数値になります。 他エントリー方法の施策でも、拡散を評価する重要な指標です。
エンゲージメント	リポスト、いいね、メディア、URLなどをクリックした数の総数です。 ポストに対して、ユーザーがアクションした数を計測し、ポストが表示されたユーザーの関心度を計測します。
いいね	投稿したポストに共感したユーザーの数を計測するための指標となります。 拡散度合いが比較的に低いので、エントリー方法として非推奨しています。
URL遷移(クリック)	ポストに特定のURLを設定した際に、どれだけ遷移したかたをみる指標です。リポストやDMに含める際には、カスタムパラメータや、URL短縮ツールのクリック計測を用いることをオススメしています。
インプレッション	投稿したポストがユーザーのタイムラインなどで表示された回数です。 キャンペーンがどれだけのユーザーに表示されたかを評価する際に活用できる指標です。
コンバージョン	Webサイトでの購入、申し込み、コンテンツの閲覧などX(Twitter)外での行動を計測します。 設計することでオンライン/オフライン計測が可能。計測方法にお困りであれば是非、スマートシェアにご相談ください。

X(Twitter)キャンペーンのTips



過去に実施してきた中で、目的達成最大化や指標改善に繋がった設計を一部ご紹介します。
(アドバンスド検索で過去の外社キャンペーンを見てみましょう。)

効果が上がった施策例(抜粋)

- ・スクエア型クリエイティブと文字数を最大活用し、ポストで縦幅を取る
- ・オートリプライ時の結果は、GIFや動画の最後に回答を出す
- ・投票型のキャンペーンでも、リポスト促進を行う表現を入れる
- ・オートリプライ時にX(Twitter)外に遷移させる際には、DMでも再告知する
- ・ビデオウェブサイトカードとコミュニケーションカードの活用で、再生数UP
- ・引用リポストのみにすることで、トレンド入りを促進
- ・オートリプライの当落をOWNLYページで表示し、目的のサイトへ誘導
- ・ウェブサイトカードを活用した投票キャンペーンで参加者数UP

... and more

クリエイティブ制作



無料から使える高機能なクリエイティブ作成ツール
[「Canva」](https://www.canva.com/)

OWNLYで実現するSNSキャンペーン

X(Twitter)のフォロワー増加で終わらないキャンペーン構築

X(Twitter)のフォロワー増加で終わらないキャンペーン構築方法

! ONLYだからこそ実現が可能な、X(Twitter)だけで終わらないキャンペーン構築を一部ご紹介いたします。



✓ ファンと一緒に盛り上げ、コンテンツ化



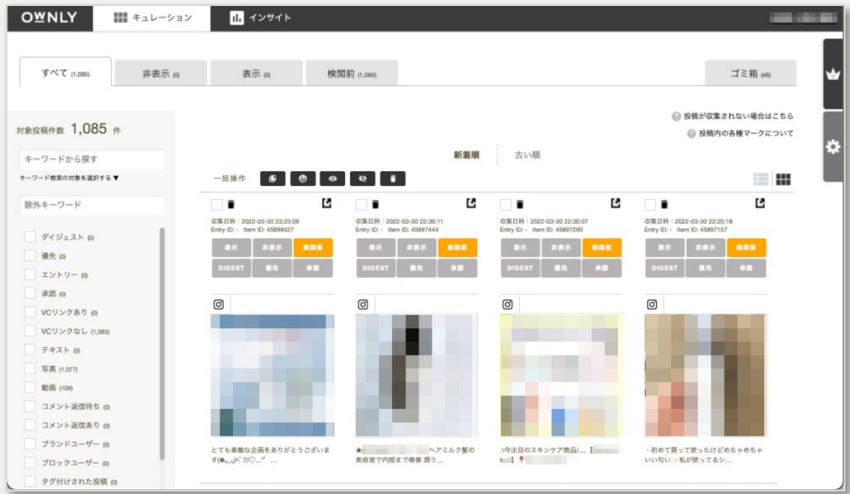
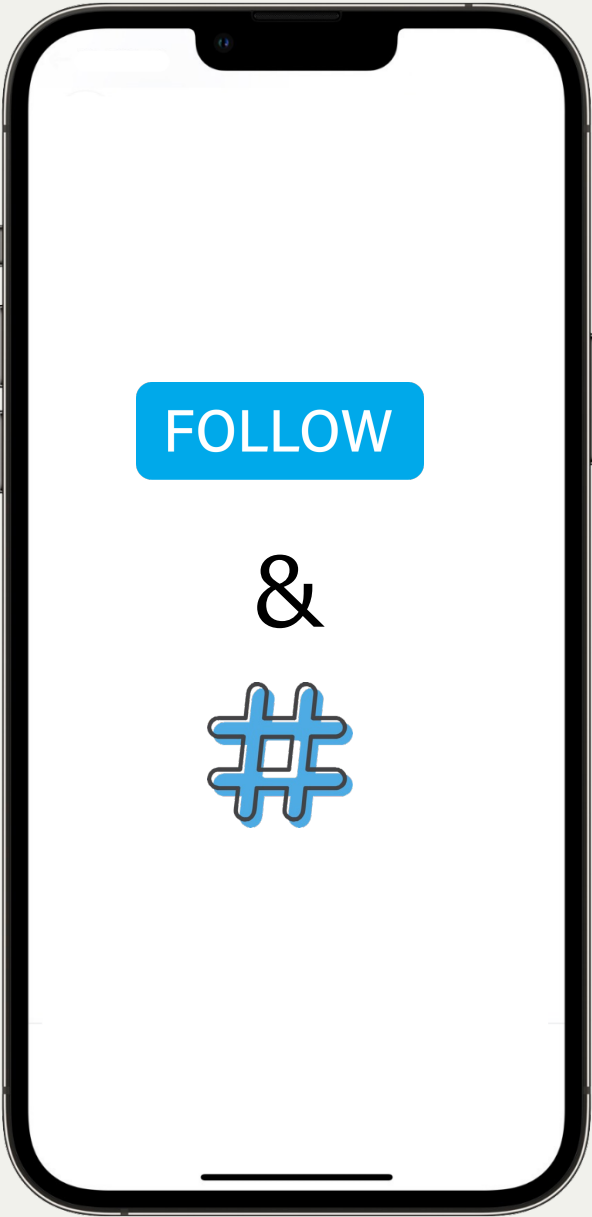
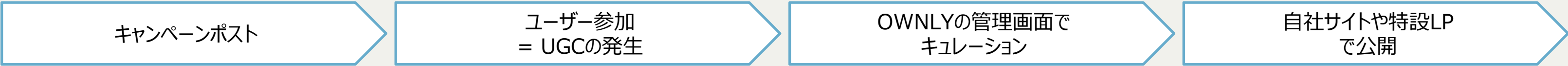
✓ Wチャンスキャンペーン
(X × LINE)



✓ 特定のWebサイトへ誘導

X(Twitter)キャンペーンがプラットフォーム内で完結していませんか？

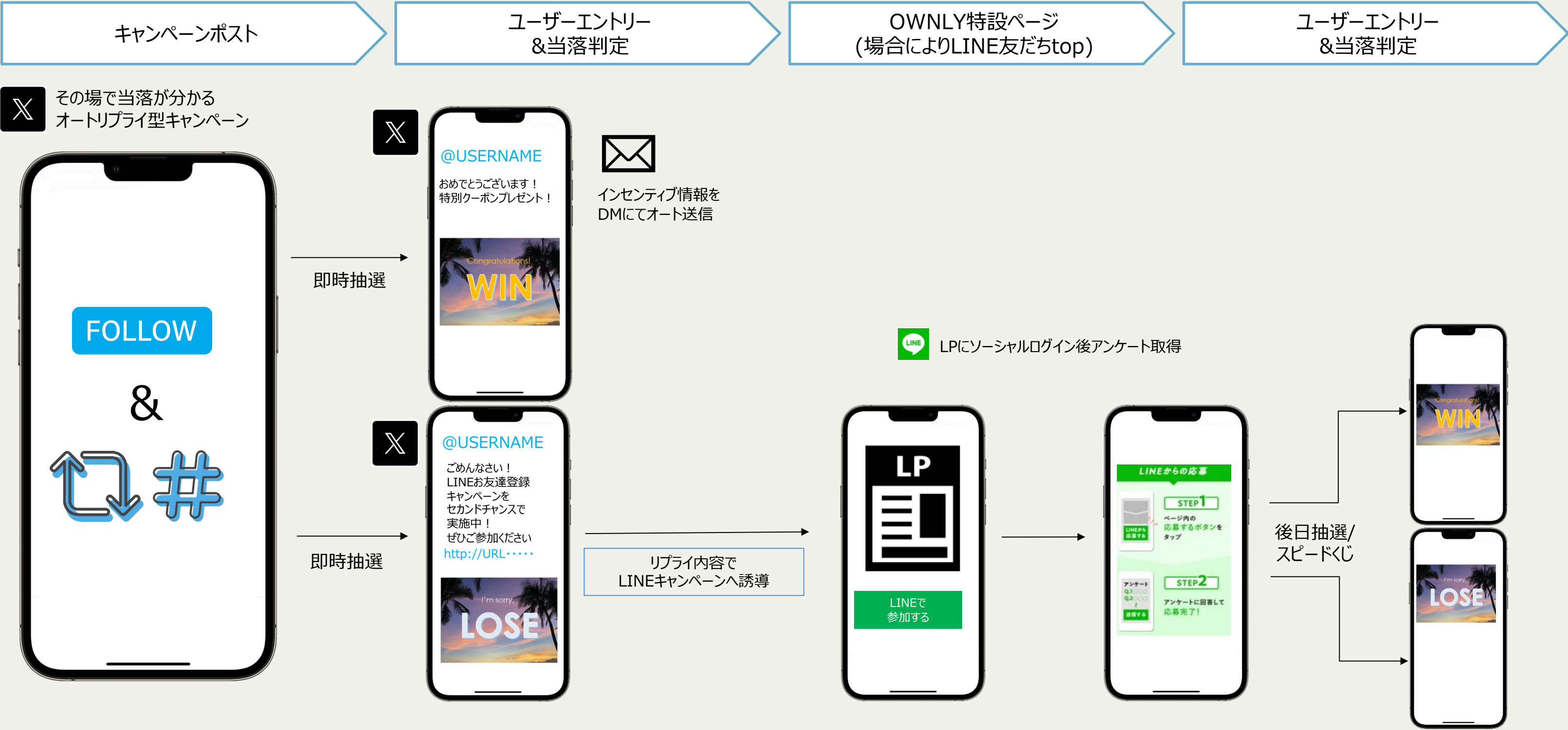
！ ファンの熱量が、新しいファンを生み出します。投稿を二次活用して、コミュニティ拡大のループを構築しましょう。



- 事例：
- エイベックス・ピクチャーズ社
<https://www.ownly.jp/case/02>
 - カルビー社
<https://www.ownly.jp/case/05>
 - カワダ社
<https://www.ownly.jp/case/09>

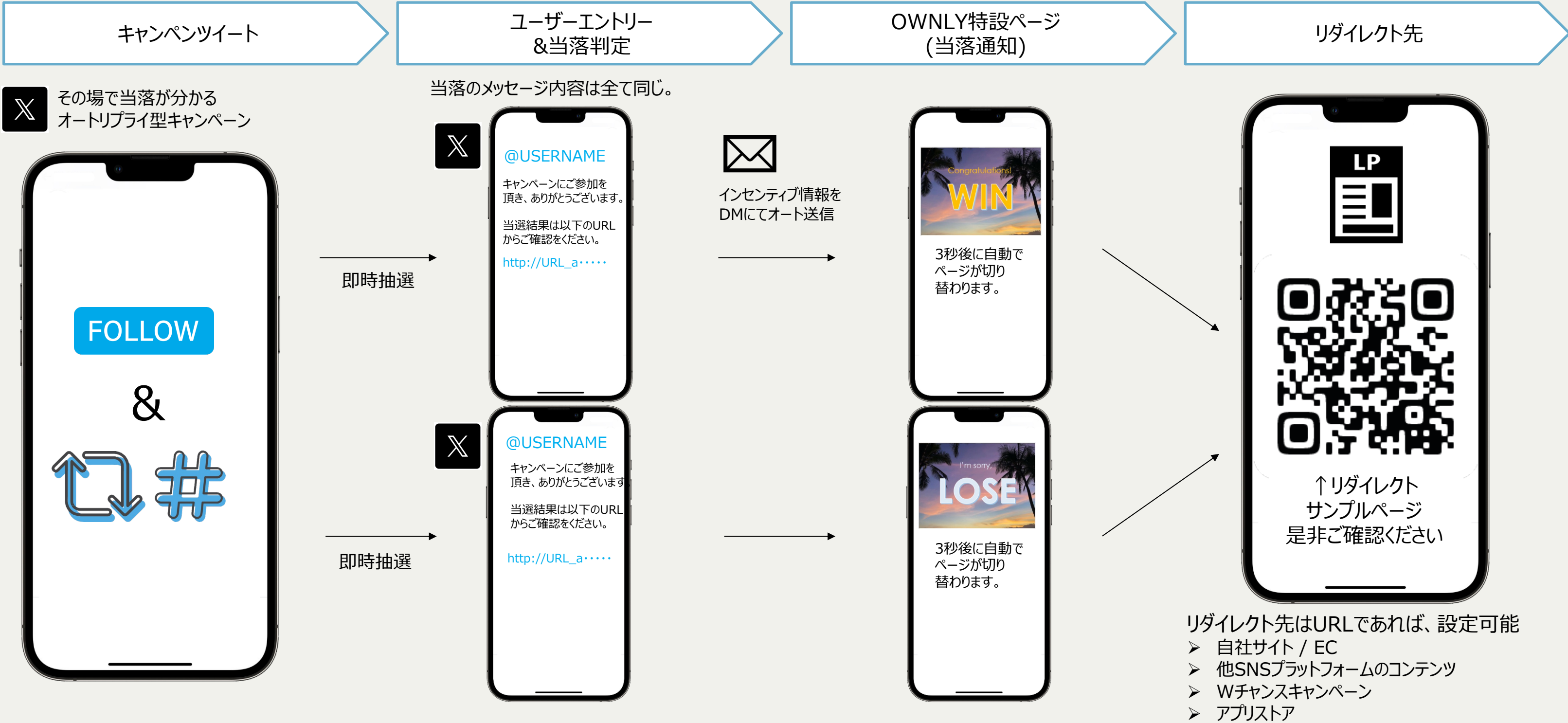
X(Twitter)のフォロワーを増やしてどうするかの答えに回答できていますか？

！ その一つの回答が、LINEに繋げてCRM施策に繋げることです。X(Twitter)の拡散力を活用して、LINE友だちを効率よく獲得しましょう。



X(Twitter)から外部サイトへのユーザー遷移率に悩んでいませんか？

！ リダイレクトをかけることで、ユーザーを遷移させます。遷移先LPのファーストビューが重要になります。

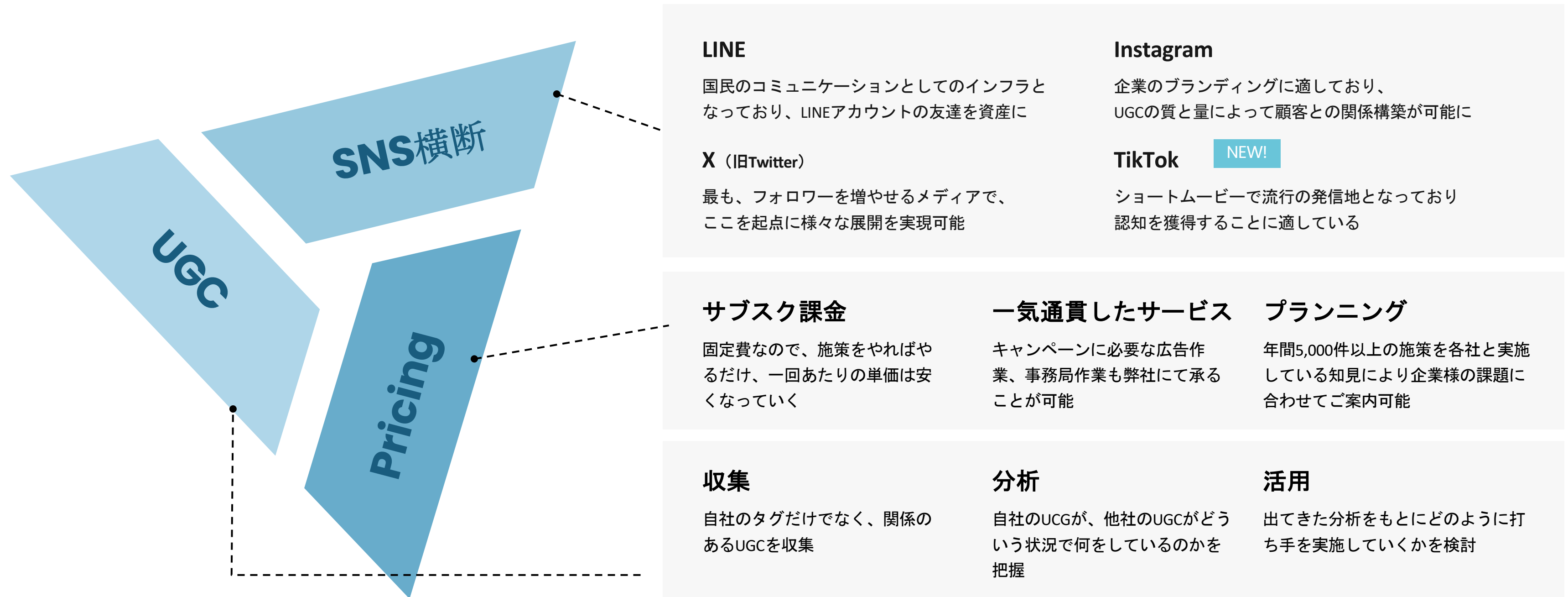


見込み客をSNSで可視化する
ユーザー分析キャンペーンプラットフォーム

OWNLY

OWNLYの概要

SNSを横断的にコミュニケーションできるだけでなく、UGCも収集し分析し、活用できる仕組みを提供



OWNLYの実績

キャンペーンの実績件数では、日本最大規模へと到達してきている

OWNLYで実施したキャンペーン

累計 **26,000** 件
以上

導入実績数

延べ **940** ブランド
以上

UGC収集数

3,100万 投稿
以上

レシート解析数

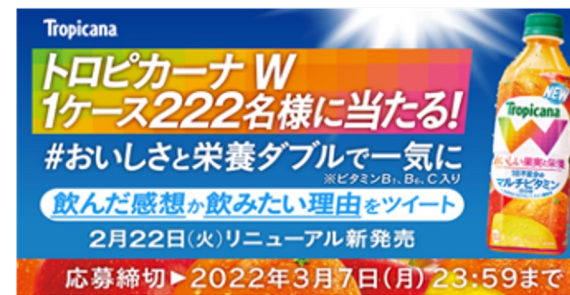
累計 **285**万 枚
以上

年間エントリー数(2022年)

累計 **4,100**万 人
以上

活用事例：キャンペーンプラットフォームとしての利用方法

年間広告費予算が約1,600億円ある麒麟HDのSNSキャンペーンの約8割を当社のOWNLY上でおこなっている最新の手法を取り入れ、最大の結果を出すことで2015年から現在8年の取引を継続している



ご支援実績 一部抜粋

- 年間5,000件以上のSNSキャンペーンを実施し、総エンタリー数は4,100万人を超えてきております。（2022年実績）
- 多くのキャンペーンとUGCの積み重ねによる知見が最大のアセットとなっております。

食品・飲料



飲食



放送・エンタメ



小売・商業施設



旅行・宿泊



通信



自治体



会社概要

社名	スマートシェア株式会社
設立	2011年2月
本社	東京都渋谷区2-22-14 ロゼ氷川3階
代表	西山 統
資本金	92,500,000円
事業内容	SNSマーケティングツール『OWNLY』提供 受託開発 BPOによる企業マーケティング支援

すべてのコミュニケーションを価値あるものに

Smart Smile Share

