

ペルソナに届く SNS活用術



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

STEP.1 メディア別の利用層を知ろう。

■年齢や性別によって、どのSNSが多いのかということは異なります。

そのため、あなたが集客したいペルソナが利用しているSNSに重きを置いて発信することが大切です。

基本的には“**メディアミックス**”といって様々なメディアを複数活用するのがおススメです。

利用SNS	LINE		Twitter		Instagram		facebook	
								
男女年代	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
10代 (15歳上)	72.0%	90.0%	64.0%	74.0%	50.0%	70.0%	32.0%	18.0%
20代	70.0%	86.0%	61.0%	68.0%	30.0%	50.0%	37.0%	37.0%
30代	66.0%	82.0%	46.0%	44.0%	27.0%	46.0%	38.0%	36.0%
40代	76.0%	75.0%	42.0%	29.0%	37.0%	29.0%	40.0%	29.0%
50代	74.0%	74.0%	44.0%	34.0%	21.0%	32.0%	51.0%	31.0%
60代	57.0%	56.0%	21.0%	14.0%	18.0%	12.0%	34.0%	26.0%

株式会社FindModel調べ： <https://find-model.jp/insta-lab/free-download-sns-documents/#sns-user>

STEP.2 メディア別の強みを活かそう。

■利用層とは別に、メディアの強みを活かすことも重要です。

LINEは、コミュニケーションツールとして開発されたため、1対1のやり取りに向いています。

反対にTwitterは匿名で投稿できることから気軽に発信でき、共感や拡散を生みやすいです。

このようにメディアの強みを活かし、マーケティング施策ごとに使い分ける必要があります。



どの年齢層でも利用率が高い
個別のやり取りがしやすい



匿名性が高く複数持つことができる
共感&拡散を生みやすい



女性の利用が多い
視覚的なアピールに強い



40代～50代の男性
信頼度が高いクローズドなSNS

STEP.3 複数メディア運用は面倒…でもひと手間が大切

■複数メディアを運用するのは工数がかかることも事実。運営の手間から「Facebookページの投稿をTwitterに連携する」といった使い方をしている方も多いのではないのでしょうか？それぞれのSNSの特徴を押さえることはもちろん、同じ内容でもうまく投稿をアレンジしたり、内容によって投稿先を使い分けしています。こうした細かい運用の気遣いがアカウントの活性化の秘訣でもあるのです。

例)  ファンへ向けて「リゾートの朝食buffet」のおススメポイントと、合わせた写真を複数枚投稿しています。Facebookはひとつの投稿に複数の写真を添付しやすく、キャッチーな写真で目を引き、テキストでしっかりと情報提供しています。



例)  「呼びかけ」「リゾート名」「ちょっとした一言」の3センテンスと写真1枚で、その魅力を伝えています。詳しく説明するというよりは、**短文で目を引くことに主眼**が置かれていそうです。写真はテーブル+風景ですが、Facebookページよりも横幅が狭く、風景よりも料理が目に入りやすい構図になっています。**Twitterのタイムラインで見やすいサイズに調整**されているようです。



例)  Facebookページの1枚目と同じ写真ですがリゾート気分を味わえるような気持ちの良い風景と彩り豊かな料理はとておしゃれで、Instagramにピッタリな印象です。文章をハッシュタグで書くInstagram独特の文化も取り入れており、ユーザーからのコメントも活発です。また、写真好きな人が多いInstagramユーザーのために、**使用したカメラの情報も明記**しています。



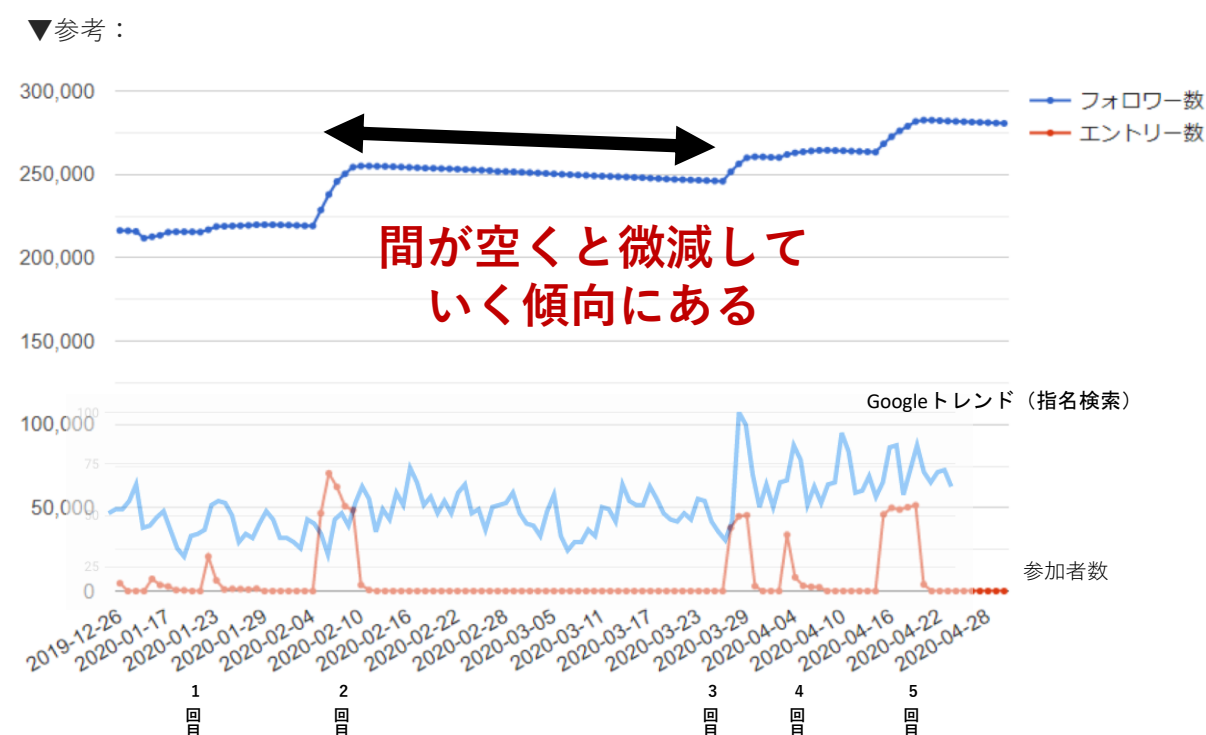
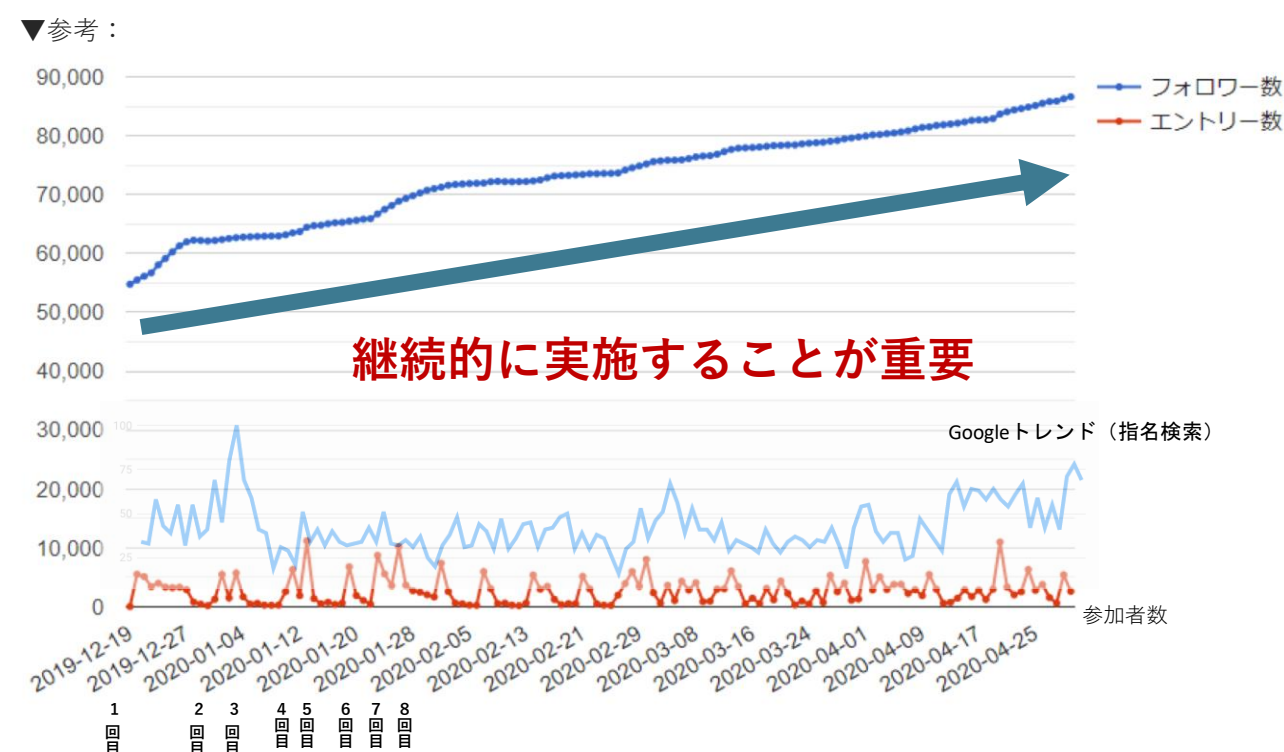
STEP.5 フォロワーを増やそう

■フォロワーを増やすためには、SNSキャンペーンが効果的です。

単発ではなく複数回、定期的にキャンペーンを実施するように計画します。

日常的に行っている投稿&キャンペーンのダブル効果で、フォロワーを飽きさせず確実に増やすことができます。そうすることで、ファンの創出につながり、情報を拡散することができるようになります。

フォロワー数とキャンペーン開催の推移グラフ



STEP.6 メディア別 効果的なSNSキャンペーンLINE編

SNSキャンペーンといっても様々な施策があります。ここでは代表的なキャンペーン手法をご説明します。



トークに購入レシートを送信するだけで応募が完了！！
「レシート投稿（マストバイ）キャンペーン」



STEP.6 メディア別の効果的なSNSキャンペーンTwitter編

SNSキャンペーンといっても様々な施策があります。ここでは代表的なキャンペーン手法をご説明します。



拡散ができ、すぐに結果がわかる！！

「Twitterインスタントウィン」

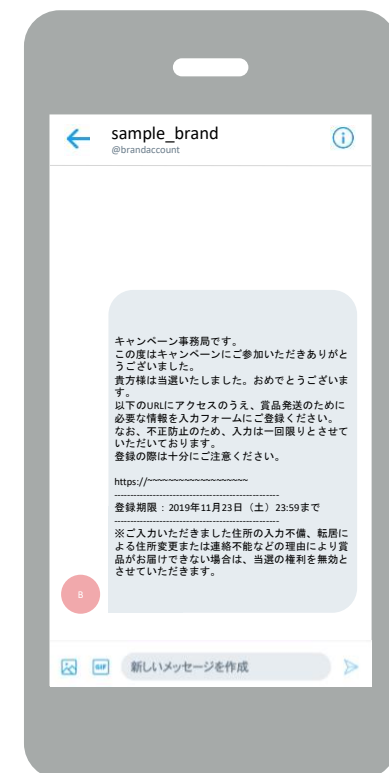
Twitter上で完結できるので、分かりやすく参加しやすい。

公式アカウントをフォロー

対象のキャンペーンツイート
をリツイートまたは
コメント付きリツイート

くじの結果を以下いずれかの
方法でくじ結果を返す（オートリプライ）
メンションツイートor(and)DM

オートリプライをしたユーザーに
リマインド送信で後日に告知する
ことができます。
(メンションツイートまたはDM)



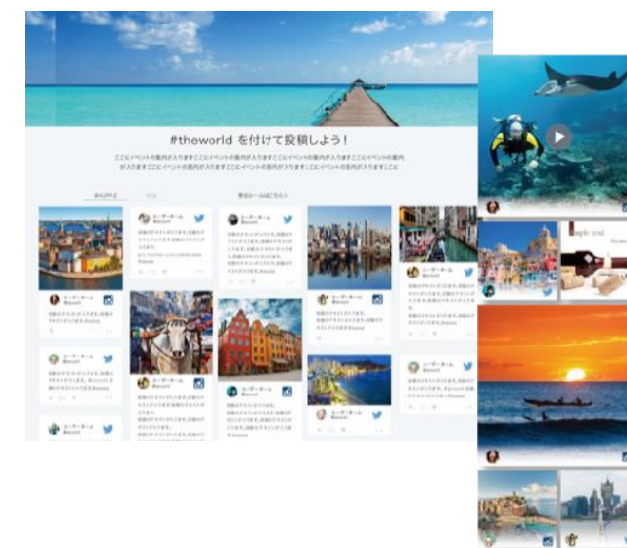
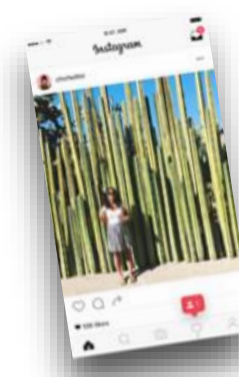
STEP.6 メディア別の効果的なSNSキャンペーン Twitter・Instagram編



アカウントの世界観を意識！！
「投稿キャンペーン」

アカウントの世界観を意識したキャンペーンで
認知拡大。

@ #



ポッカサッポロフード&ビバレッジ 様



- ポッカレモンを使い方がわかる写真や文章に、公式アカウントのメンションと、ハッシュタグ（#わたしの〇〇レモン）をつけて、SNSに投稿することで応募できるキャンペーン。
- 商品が写ってなくてもOK、投稿のイメージがしやすかったこともあり多くの参加を集めた。

UGCマーケティング

投稿して参加

後日抽選で当たる

期間	約1か月間
インセンティブ	商品の詰め合わせセット 50名



STEP.6 メディア別の効果的なSNSキャンペーン 特設ページ編



SNSのアカウントでキャンペーンに参加する！！
「エントリー型キャンペーン」

特設ページからSNSやメールアドレスを使ってエントリーする、エントリー型のキャンペーンも開催できます。様々な使い方でフォロワー数増加を狙ったり、認知拡大を狙うことができます。

ビールメーカー様



Twitterアカウントで特設ページへエントリーすると、抽選で10,000人にコンビニで使える新商品引換クーポンが当たるというキャンペーン。

多くの人に新商品をいち早く試してもらい、大きく認知拡大。

また、エントリー時に公式Twitterアカウントを自動フォローする仕組みを用いて、フォロワー獲得も実現。

期間	約2週間
インセンティブ	自社商品引換券×10,000名
総応募者数	37,355 人
フォロワー増加数	4,080 人

シンプル応募

特設ページで応募

後日抽選で当たる



SNSキャンペーンが簡単に開催できるツール

OWNLY

販売促進

集客数
UP

認知拡大

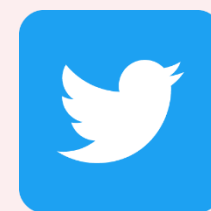
ユーザー投稿
の活用

話題拡散

SNSキャンペーン

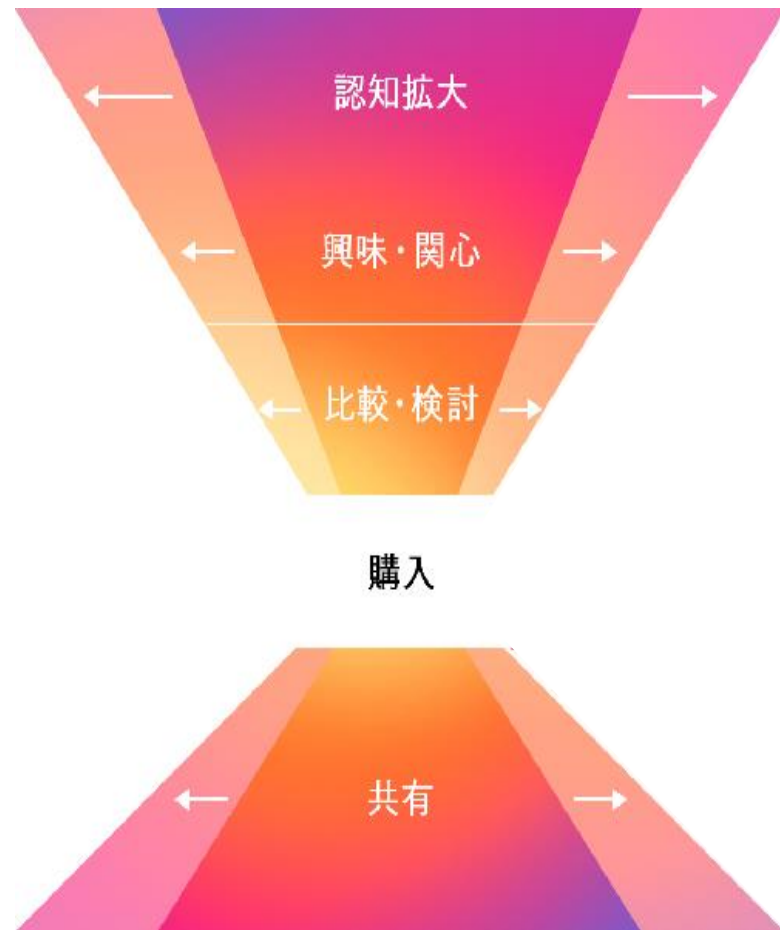


UGCマーケティング



複数メディアを横断して、自社キャンペーンを一元管理し、効果的かつ効率よく運用ができるマーケティングシステムです。

ブランディング施策、獲得施策などマーケティングファネルの各段階で目的を据えることができます。



話題化・拡散	・ SNSフォロワー増加 ・ オープンキャンペーンによって、新規アテンション獲得 ・ 拡散型キャンペーンによる認知拡大。 ・ UGCによって、認知を拡め、興味関心を向上。
販売促進	・ レシートキャンペーン等のマストバイで販売促進。 ・ クーポン発行等のO2Oによる来店、販売促進。 ・ UGCに「SOPタグ」を付けるビジュアルコマースによる販売促進。
投稿・シェア	・ Twitterカンバセーショナルカードを利用して話題量を拡大。 ・ ユーザー体験の共有（UGCの投稿）を賞賛、投稿促進。 ・ UGCをSNSの投稿や広告、オウンドメディアで活用。

OWNLYがファネルの各フェーズで活用できるのには理由があります！

■インスタントウィンキャンペーン効果

1. フォロワーを増やす

当落をリプライするにはフォローが必要なため、参加するにはフォローが前提となります。

2. 拡散

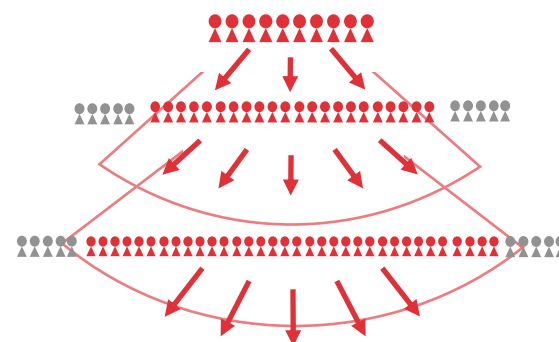
リツイートがフォロワーへ広がり、またそのフォロワーが参加するといった拡散状態をつくることができます。

3. 動画視聴やページ誘導

リプライツイートは動画も可能。もちろんURLを付けて目的のページへ誘導することも可能です。

4. 期間中何度も参加。ブランド想起、記憶セット

期間中「毎日参加」「ツイートごとに参加可能」とすることができ、一定期間にわたってブランドのトピックに触れてもらい、ユーザー参加施策による「自分ゴト化」した状態でブランド想起・記憶セットに繋げることができます。



ページ誘導

動画も可



期間中
毎日参加可能！

▼効果インサイト

飲料メーカー（実施7日間）
フォロー300スタート

RT数

250,000

新規フォロワー獲得数

+62,000

想定imp数

1,800万

フォロワー獲得単価

16円

旅行代理店（実施25日間）
フォロー9,000スタート

RT数

110,000

新規フォロワー獲得数

+27,000

想定imp数

1,500万

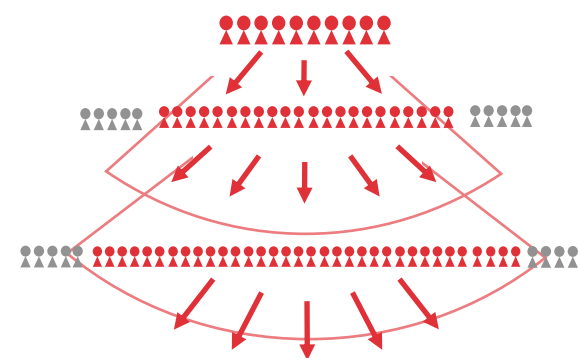
フォロワー獲得単価

36円

■ハッシュタグ投稿キャンペーンの効果

1. ハッシュタグで人工的に口コミ創出

SNSでタグ検索でヒットするようになると、認知が広がります。



2. UGCを集められる

オウンドメディアや広告、SNSリポスト等のコンテンツとして利用できます。



3. ターゲットユーザーへアプローチできる

関連ハッシュタグから、ターゲットとなり得るユーザーからの流入が見込めます。



ページ誘導

関連ハッシュタグ#A
関連ハッシュタグ#B

▼効果インサイト

飲料メーカー（期間2ヶ月）

投稿UU数

3017

ハッシュタグ投稿数

3,850件

延べリーチ数

375万リーチ

インセンティブ

商品券、マグカップ

宿泊施設（実施期間1ヶ月）

投稿UU数

416

ハッシュタグ投稿数

785件

延べリーチ数

116万リーチ

インセンティブ

宿泊券、ディナー招待



SNSマーケティングプラットフォーム

OWNLY

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

SNSキャンペーンとUGCマーケティングをひとつでスマートに両立

導入実績
700ブランド以上
※延べ

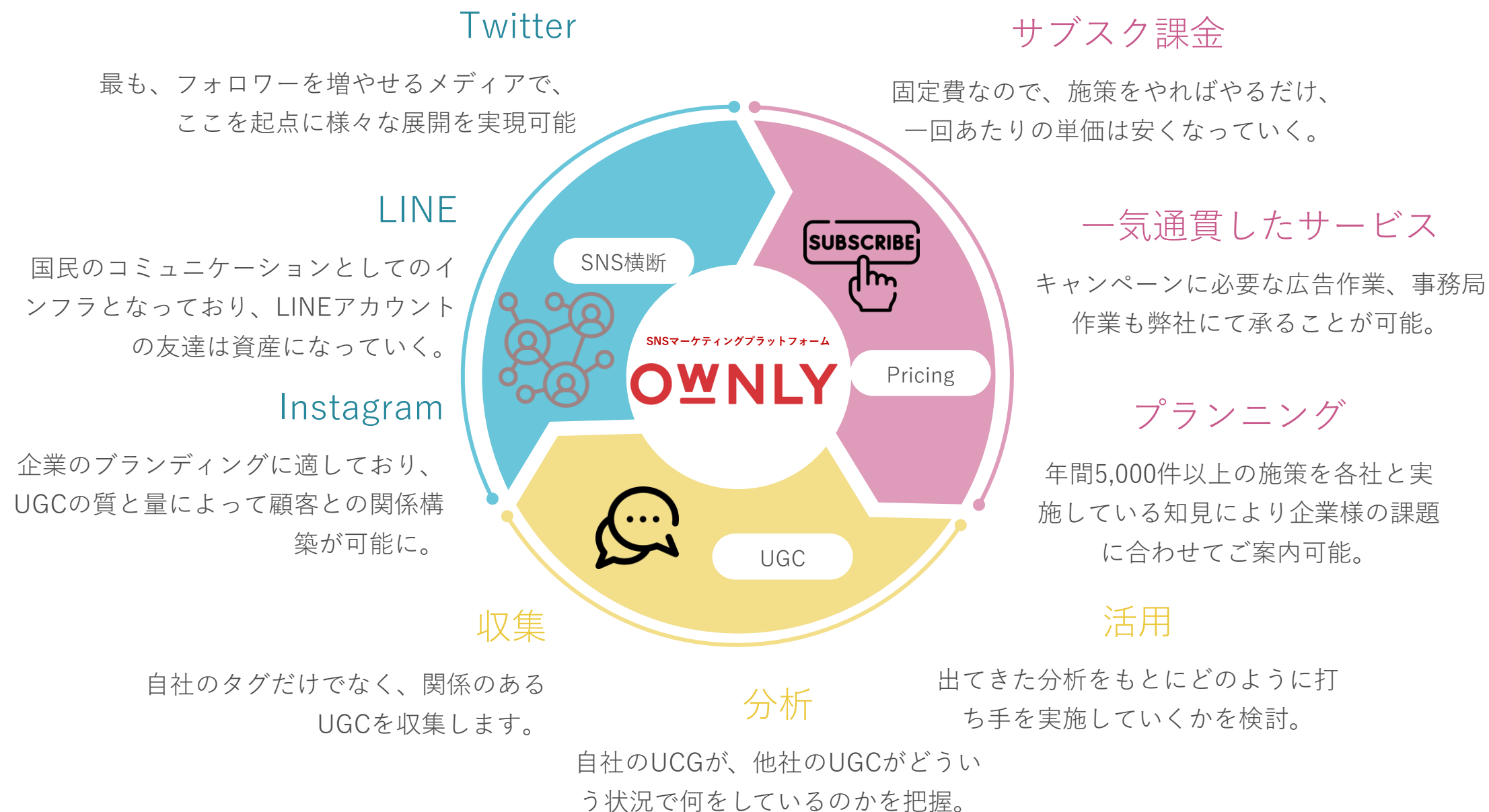
施策実施数
4,500件以上
※2021年実績

エントリー数
2,900万人以上
※2021年実績

Smart
Share

- OWNLYについて① -

- 様々なSNS上でキャンペーン施策を実施可能な **SNSマーケティングプラットフォーム「OWNLY」**。
ワンツールで、SNSのプラットフォームを横断したキャンペーン実施から管理までが出来るサブスクリプション型のツール



- OWNLYについて② -

- UGCの収集により、市場の把握をし、その上で、ターゲットを巻き込んだユーザー参加型の企画を実施していく。
- そのな中で今後のマーケティングの軸となるゼロパーティーデータを収集し活用していく。

一気通貫でサービス提供可能

市場把握と盛り上げ

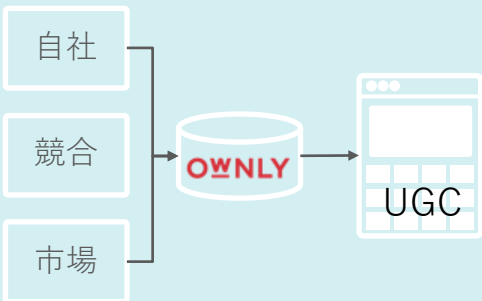
新規潜在顧客認知

見込み顧客成長

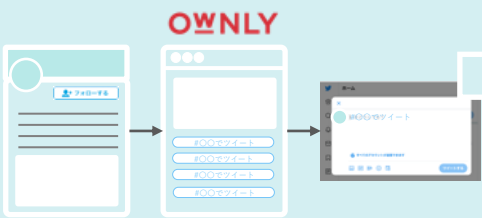
購買（来店）顧客

更なるファンへ

UGC：収集して解析して活用する



Twitter：市場を盛り上げる
(市場を認知するアンケートの実施etc)



OWNLY インスタントウィン × 広告

広告

インフルエンサー

アカウント開設・運用

OWNLY サンプルング

OWNLY マストバイ × デジタルギフト

OWNLY クーポン

OWNLY 投稿キャンペーン

LINEコミュニケーション

キャンペーンによるゼロパーティーデータ取得期間

ゼロパーティーデータを活用した
LINEコミュニケーション

実績企業

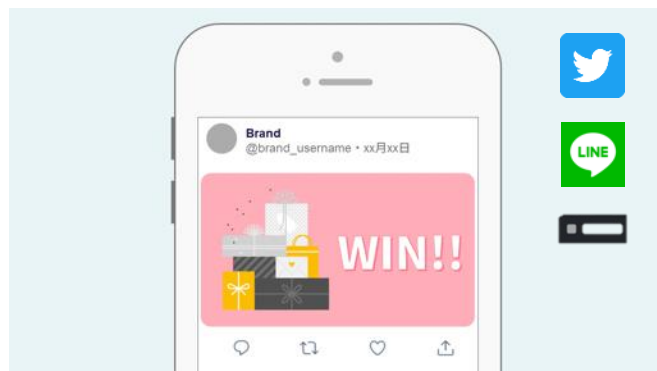
- ・ 年間5,000件以上のSNSキャンペーンを実施し、総エントリー数は3,000万人を超えてきております。
(2021年実績)
- ・ 多くのキャンペーンとUGCの積み重ねによる知見が最大のアセットとなっております。



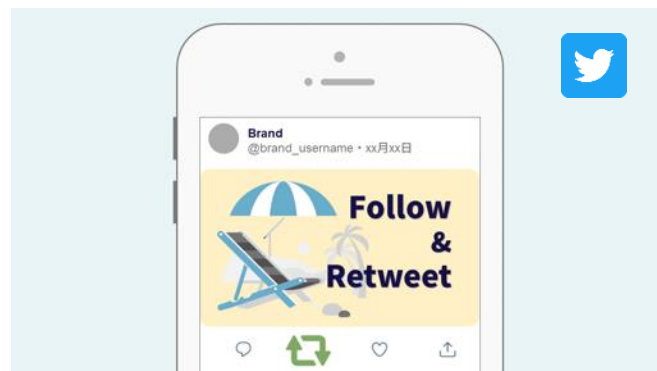
OWNLY(オウンリー)のキャンペーン施策

Twitter、Instagram/Facebook、LINEを活用して、様々な施策の実施可能です。

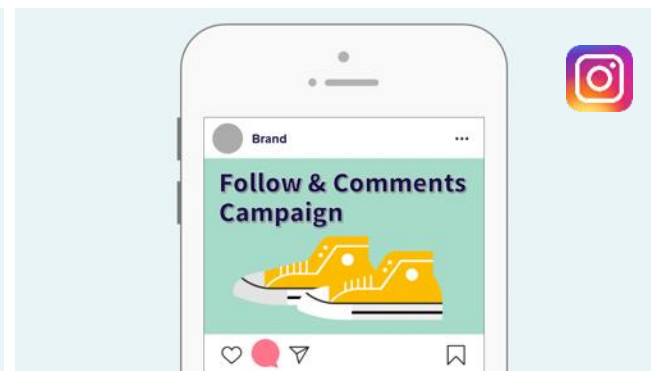
インスタントウィン



Twitterフォロー&リツイート



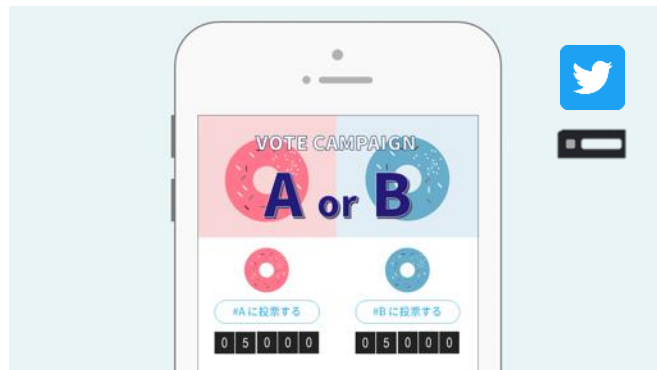
Instagramコメント



投稿キャンペーン



投稿・総選挙



クイズ・診断



シンプル応募



レシート投稿



アイコン

 Twitter  LINE  Instagram  特設LP(OWNLYで作成可)

提供しているサービス- その他 -

SNSに関するあらゆるサービスを実施。

成果報酬型のインフルエンサーASP



- 成果報酬型で商材を頂戴し、適切なインフルエンサーを活用した、SNS特化型ASP
- ブランドに合わせたインフルエンサーのキャスティングが可能

縦動画専門制作 & 広告配信サービス



- 特定プラットフォームのフォーマットに合わせて、動画を縦型にして、加工を行う
- フォーマットに合わせた動画を最適な広告プランニングをして、広告配信を行う

SNSアカウント運用代行 & コンサル



- アカウントの立ち上げからKPI作成までを伴走して作成可能
- アカウントの運用課題についてコンサルティングを行いながらアカウントを拡大させていく

スマートシェア株式会社

〒150-0011
東京都渋谷区東2丁目22-14口ゼ氷川3階
TEL:03-5962-6401(代表)

設立:2011年2月

資本金:92,500,000円

事業内容

- SNSマーケティングプラットフォーム
- SNSマーケティング支援事業

役員

代表取締役	西山 統
取締役	舩村 英一
取締役	金谷 徹
社外取締役	角田 陽一郎
社外取締役	藤原 賢太
監査役	星 義隆

従業員数 30名~(2021年8月時点)

お問い合わせ

<https://www.ownly.jp/contact>

TEL

03-6459-0326

※お急ぎの場合はお電話にてお問い合わせください。

平日 9:30~18:30

OWNLY公式サイト

<https://www.ownly.jp>