

# 企業のSNS活用の目的を再定義

～戦略的なデータ取得と顧客接点の最適化～

SmartShare



# AGENDA

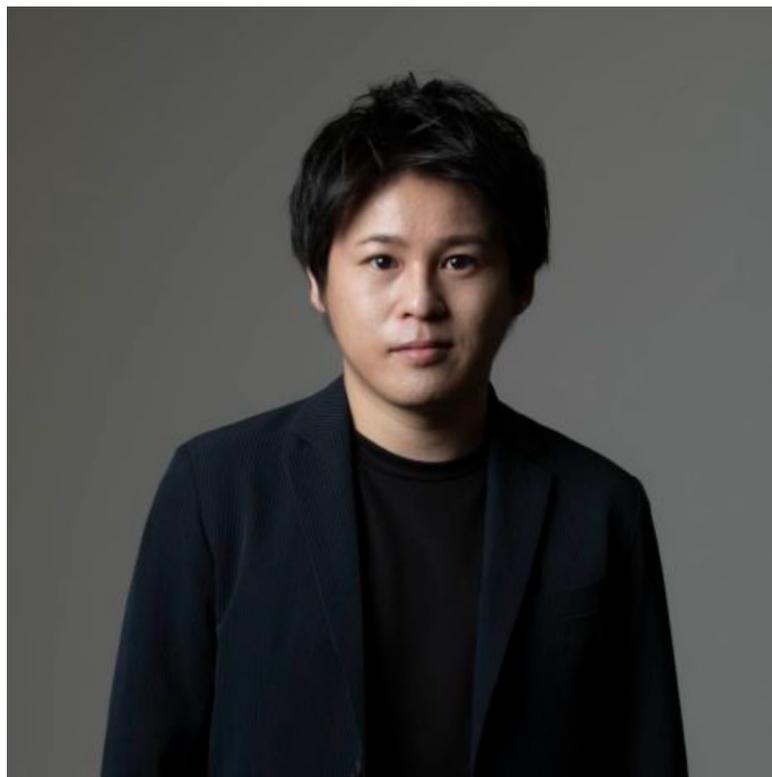
01 スマートシェアのご紹介

02 SNS起点の顧客接点の最適化

03 企業がSNSを活用する目的

04 UGCの重要性と創出する施策

05 本日のまとめ



スマートシェア株式会社  
OWNLY事業部 部長

**吉岡 真宏** (よしおか まさひろ)

シルバーエッグ・テクノロジー株式会社でレコメンドエンジンのセールスに約2年間従事。

外資系DMPベンダーのセールスを経て、popIn株式会社にjoin。  
ネイティブアドのサプライサイドのセールスを担当後、EC向け画像検索サービスの事業責任者に。

照明一体型3in1プロジェクター「popIn Aladdin」のマーケティングと自社ECを担当。

SNS分析SaaSツールのマーケを担当後、スマートシェアにjoin。

 @Ma\_Yoshioka

このマーケと自社EC販促  
を担当していました



 **popIn Aladdin**

# スマートシェアのご紹介

---

## Agenda. 01

業種業界問わず、SNSはマーケティングにおいて必須のものとなっており、網羅できている弊社のサービスへのニーズは高まってきている。

累計 **850ブランド** 以上の企業SNSアカウントの施策を支援



- 様々なSNS上で15種類以上の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」



最も、フォロワーを増やせるメディアで、ここを起点に様々な展開を実現可能

## サブスク課金（月額固定）

固定費なので、施策をやればやるだけ、一回あたりの単価は安くなっていく



国民のコミュニケーションとしてのインフラとなっており、LINEアカウントの友だちは資産になっていく

## 一気に通貫したサービス

キャンペーンに必要な広告作業、事務局作業も弊社にて承ることが可能



企業のブランディングに適しており、UGCの質と量によって顧客との関係構築が可能に

## プランニング

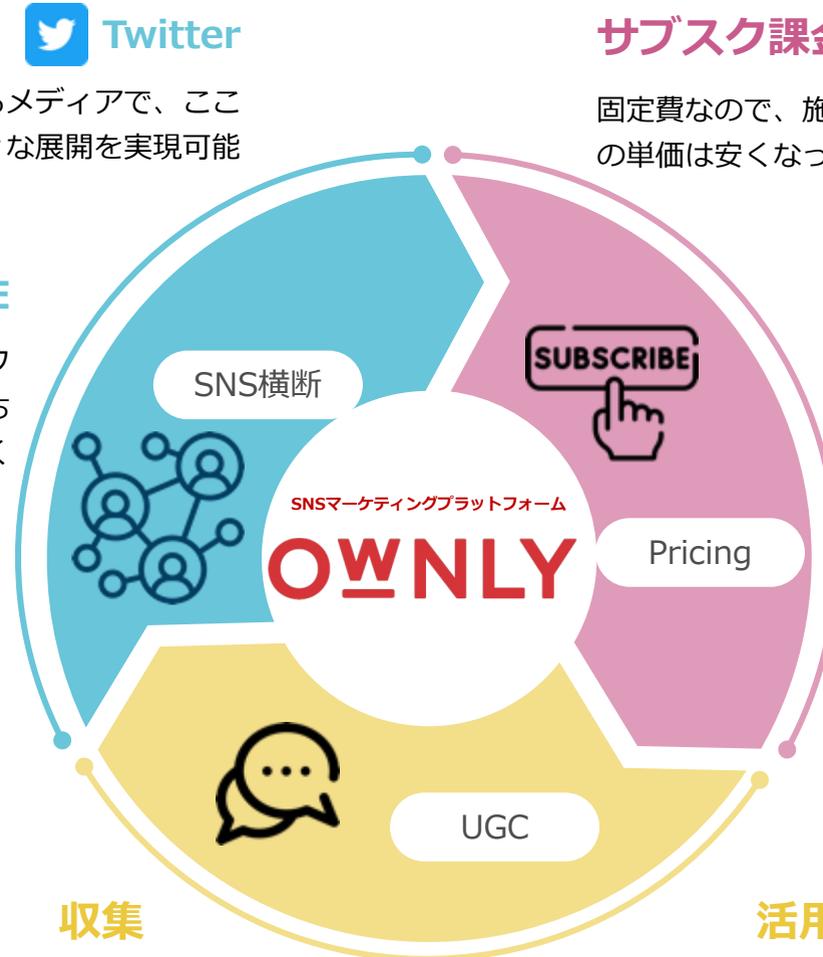
年間5,000件以上の施策を各社と実施している知見により企業様の課題に合わせてご案内可能

New!

2023年 1月  
正式対応!



ショートムービーで流行の発信地となっており認知を獲得することに適している



## 収集

自社のタグだけでなく、関係のあるUGCを収集します

## 分析

自社のUGCや他社のUGCが何件あり、  
どういう状況で何をしているのか把握

## 活用

分析結果をもとにどのような打ち手を  
実施していくかを検討

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で実施したキャンペーン  
累計 **20,000**件以上

 UGC収集数  
**2,300**万投稿以上

年間実施数(2022年)  
 **4,500**件以上

 導入実績数  
延べ **850**ブランド以上

 年間エントリー数(2022年)  
**4,100**万人以上





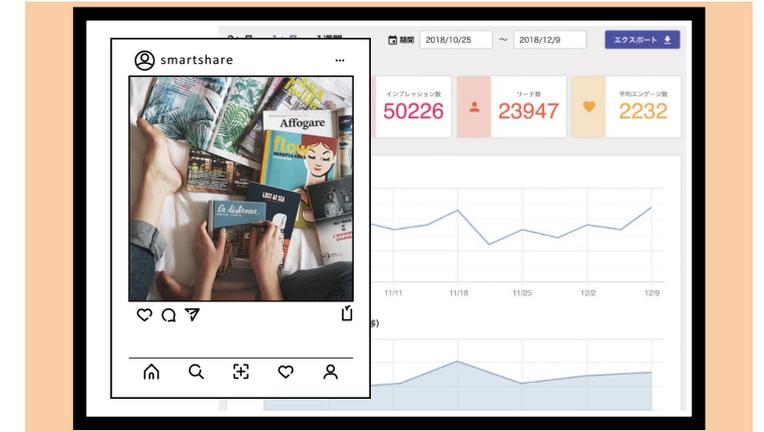
## SNSキャンペーン

- ◎ 様々な種類のオープンキャンペーン
- ◎ 来店・購入促進。マストバイキャンペーン
- ◎ リピート促進に最適なマイレージ施策
- ◎ 話題性を狙った施策
- ◎ LINE連動によるファンコミュニティ形成



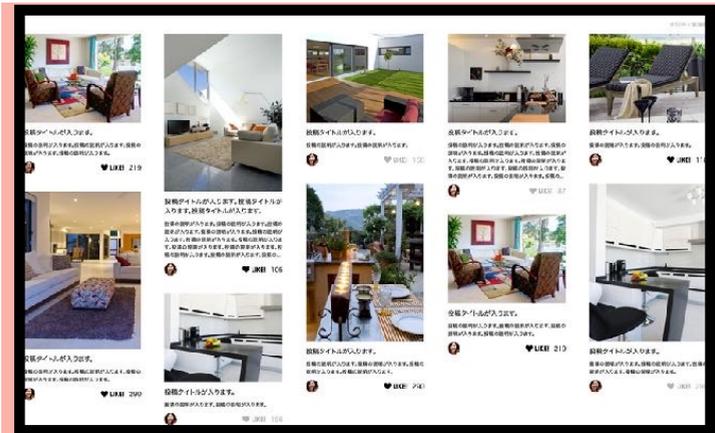
## データ活用

- ◎ UGCの文脈資産、商品展開フェーズ別、施策別などのインサイトとレポート
- ◎ UGC投稿者やキャンペーン参加者のデータ連携



## SNS運用支援

- ◎ ブランドに最適な運用メンバーを構成
- ◎ Instagramのアルゴリズム評価解析に基づくリーチ拡大とフォロー促進
- ◎ Twitterのアルゴリズムに適したファンコミュニケーション
- ◎ ブランドに最適なクリエイター（インフルエンサー等）とのコンテンツ共創



## UGCマーケティング

- SNS検索最適化（文脈資産形成）
- UGCの活用
- UGC創出と話題化
- ファンコミュニティの形成

## クリエイター & インフルエンサー

- アルゴリズムを利用したクリエイターの発掘
- 最適なクリエイターからUGC創出と話題化
- 縦動画コンテンツ共創

## ソーシャルコマース

- UGCを活用した口コミ・レビューで購入率アップ
- どんな分野でも可能。Instagramからの購入導線“Findry”
- レシート送信、クーポン発行、マイルージャンパン等の購入促進

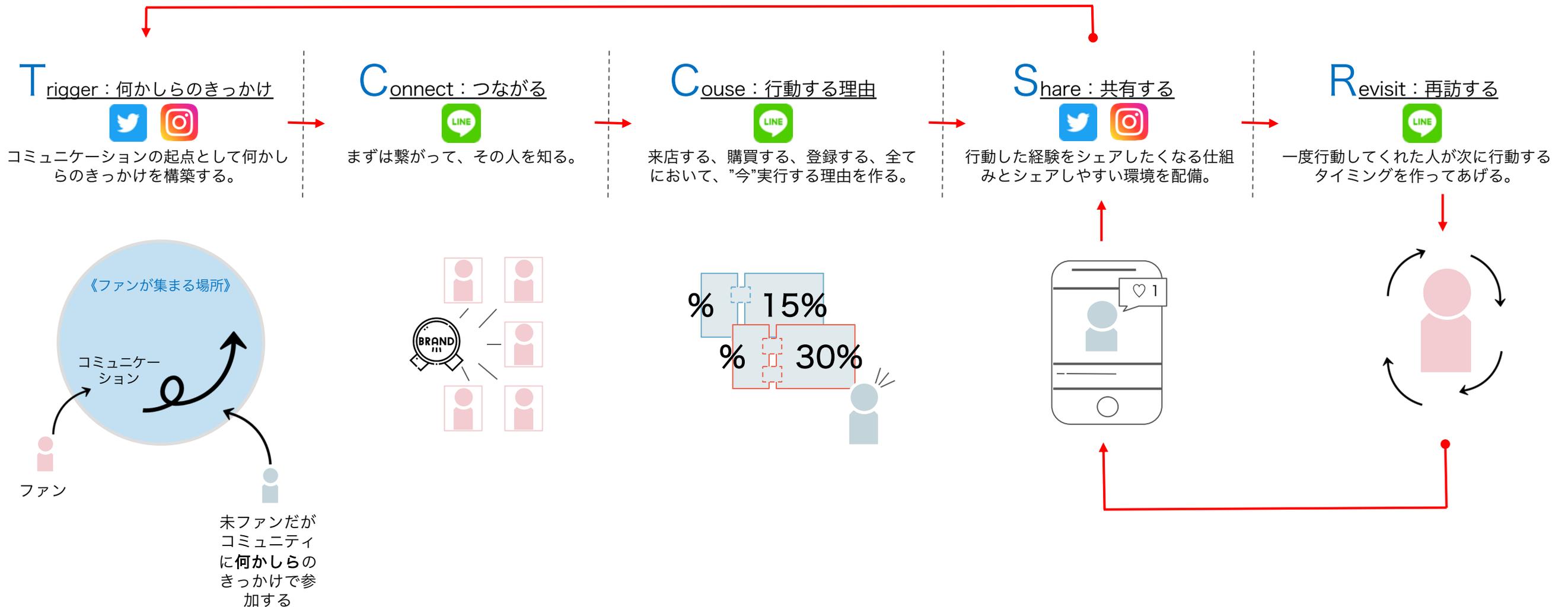
# SNSマーケティングを活用した 顧客接点の最適化

---

## Agenda. 02

## スマートシェア独自マーケティングフレームワーク

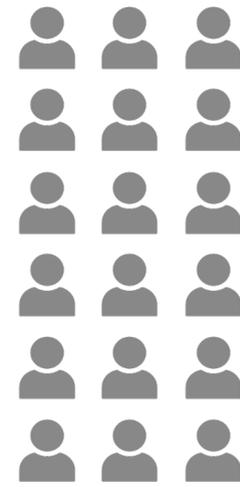
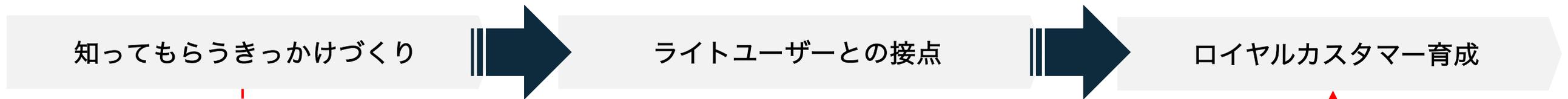
顧客接点の質を上げ、量を増やして自社のファンを構築する理想の流れ



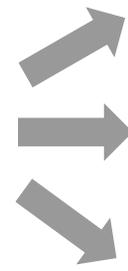
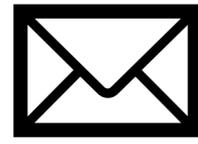
企業は何を目的にSNSを  
活用すべきか？

---

Agenda. 03



公式SNSの投稿で商品を知りそのまま購入するユーザーは非常に少ない



## 各種SNS

## CRMチャネル

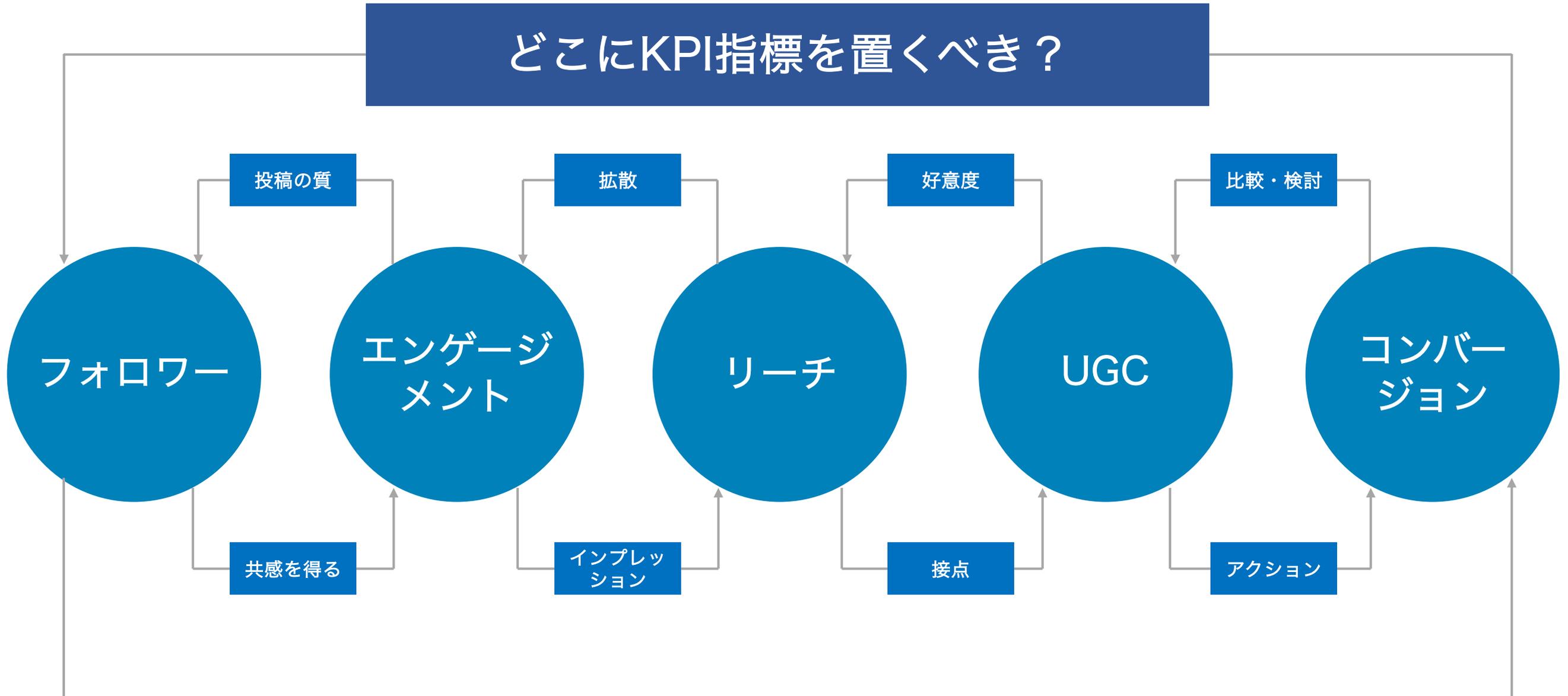
## 自社APP

- アンフォロワーユーザーに対してもリーチ可能
- 非認知ユーザーへの訴求やキャンペーンを軸にしたタッチポイントの創出

- クローズドな環境でメッセージ配信が可能（開封/Click計測可能）
- セグメント配信が可能になり、届ける情報を精査できる

- 複雑なデータ連携が可能
- 既成のSNSでは表現が難しいコンテンツの提供によりロイヤルカスタマー育成に効果的

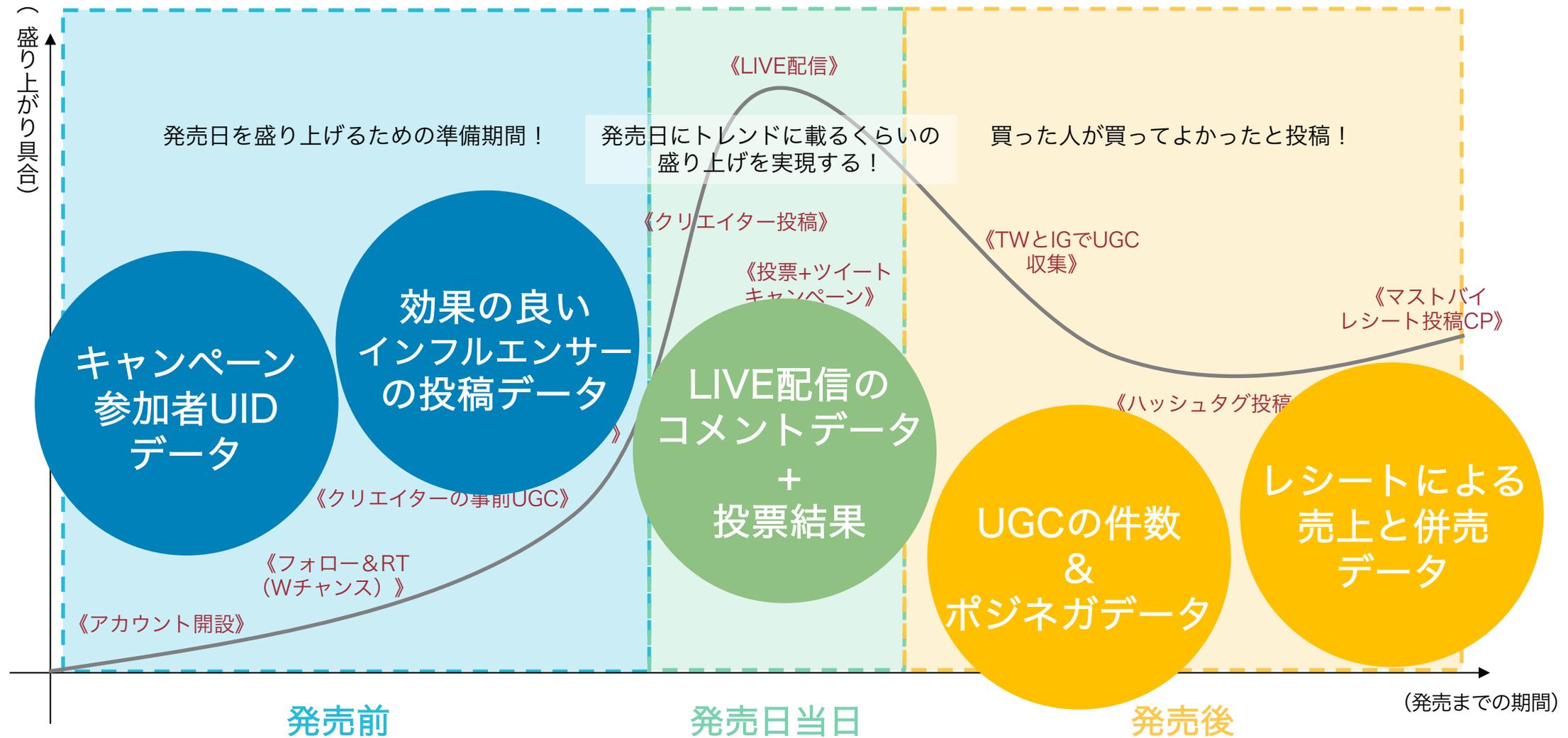
どこにKPI指標を置くべき？



スマートシェアが考える答えはすごくシンプルです

**ユーザー**のさまざまな**データ**を**収集する**ことを目的とする

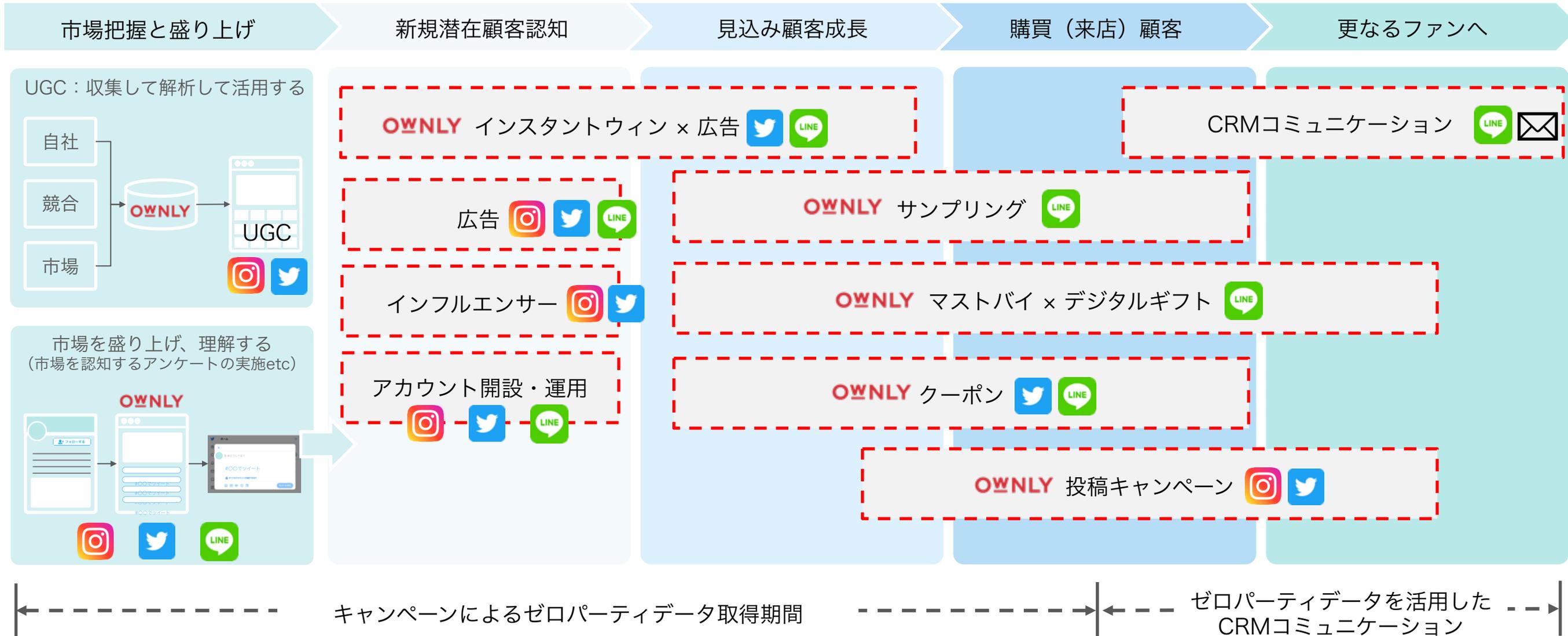
- 発売の時期に合わせてファンとのコミュニケーションを実施し、発売日を起点に多くの盛り上げを実現する。



# 様々な顧客接点でユーザー参加型の施策を行いデータを取得する

- UGCの収集により市場を把握し、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
- その中で今後のマーケティングの軸となるゼロパーティ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 →



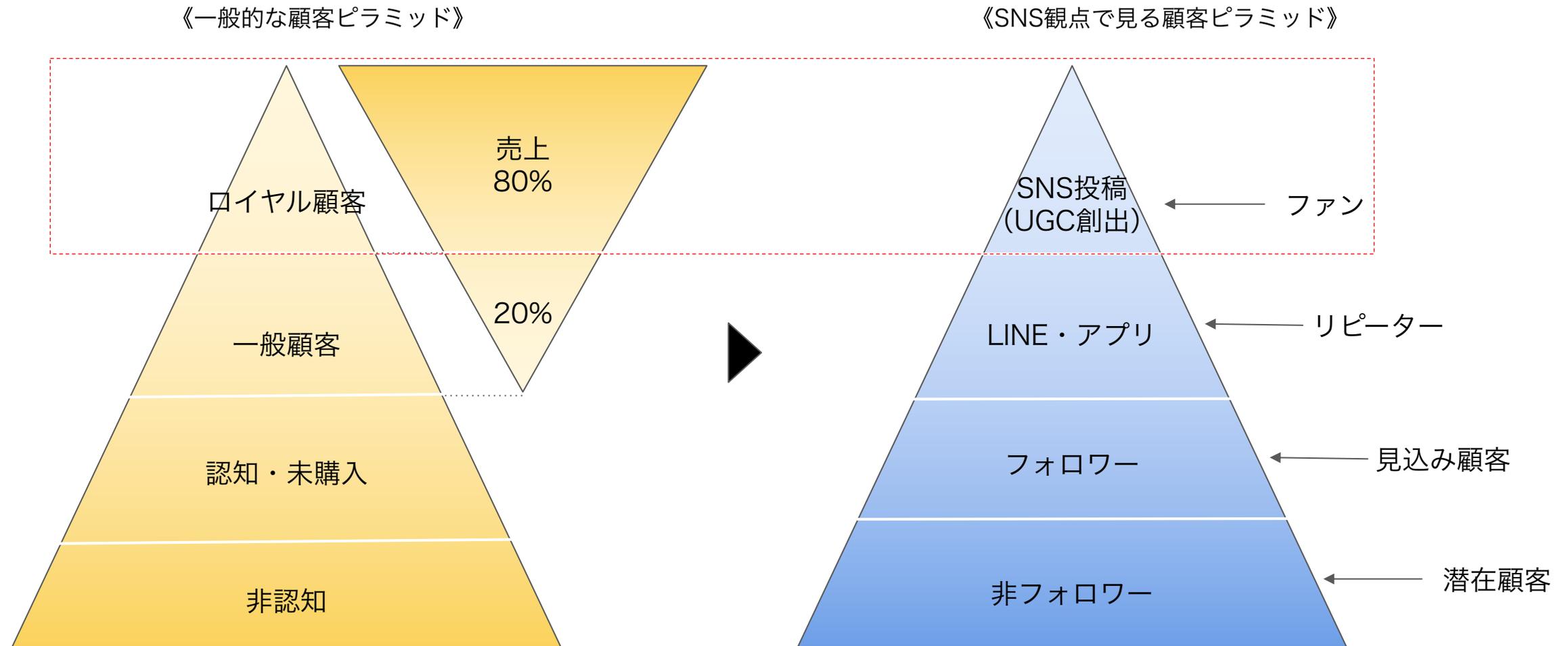
## UGCの重要性と創出する施策

---

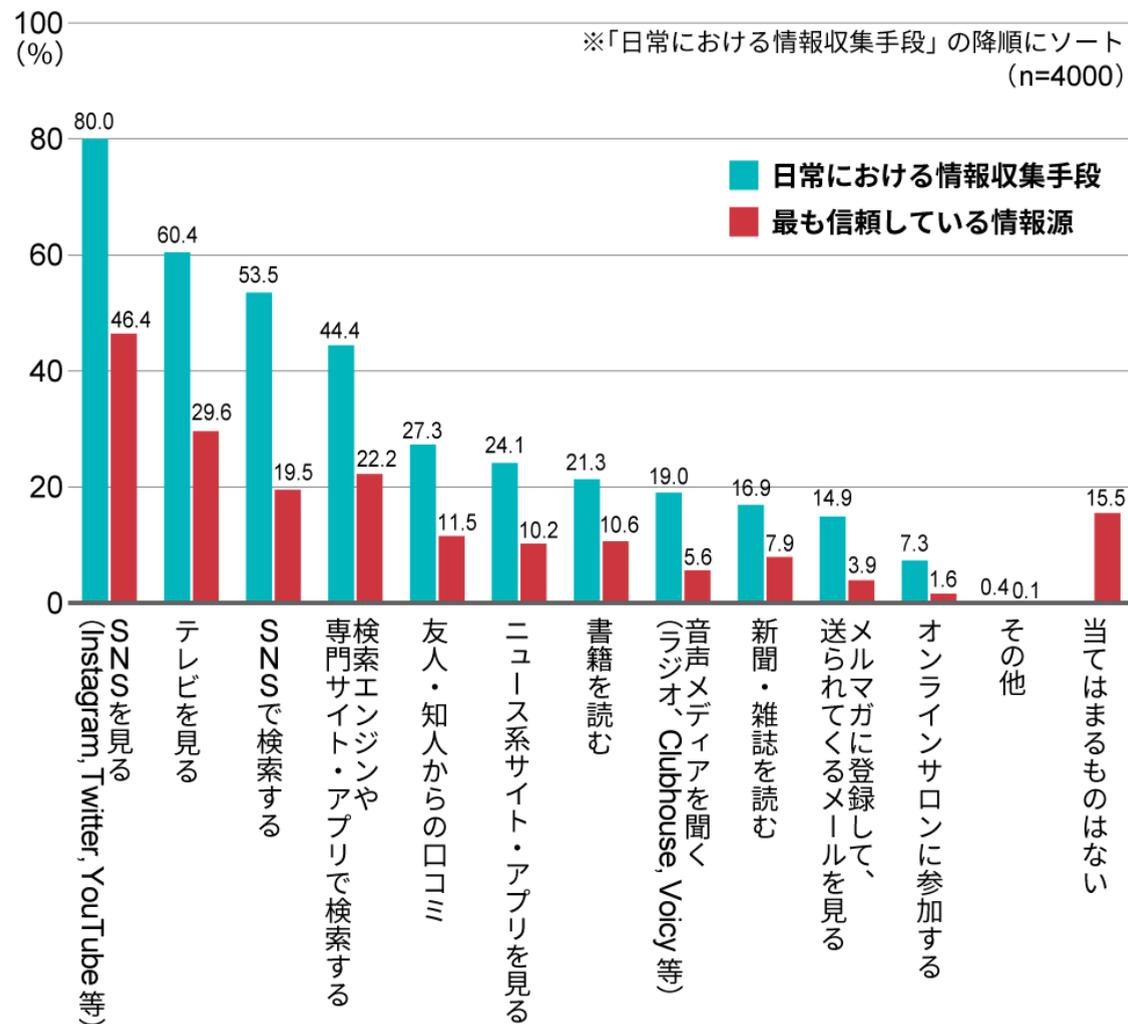
### Agenda. 04

# SNSに投稿してくれるユーザーは顧客ピラミッドの頂点

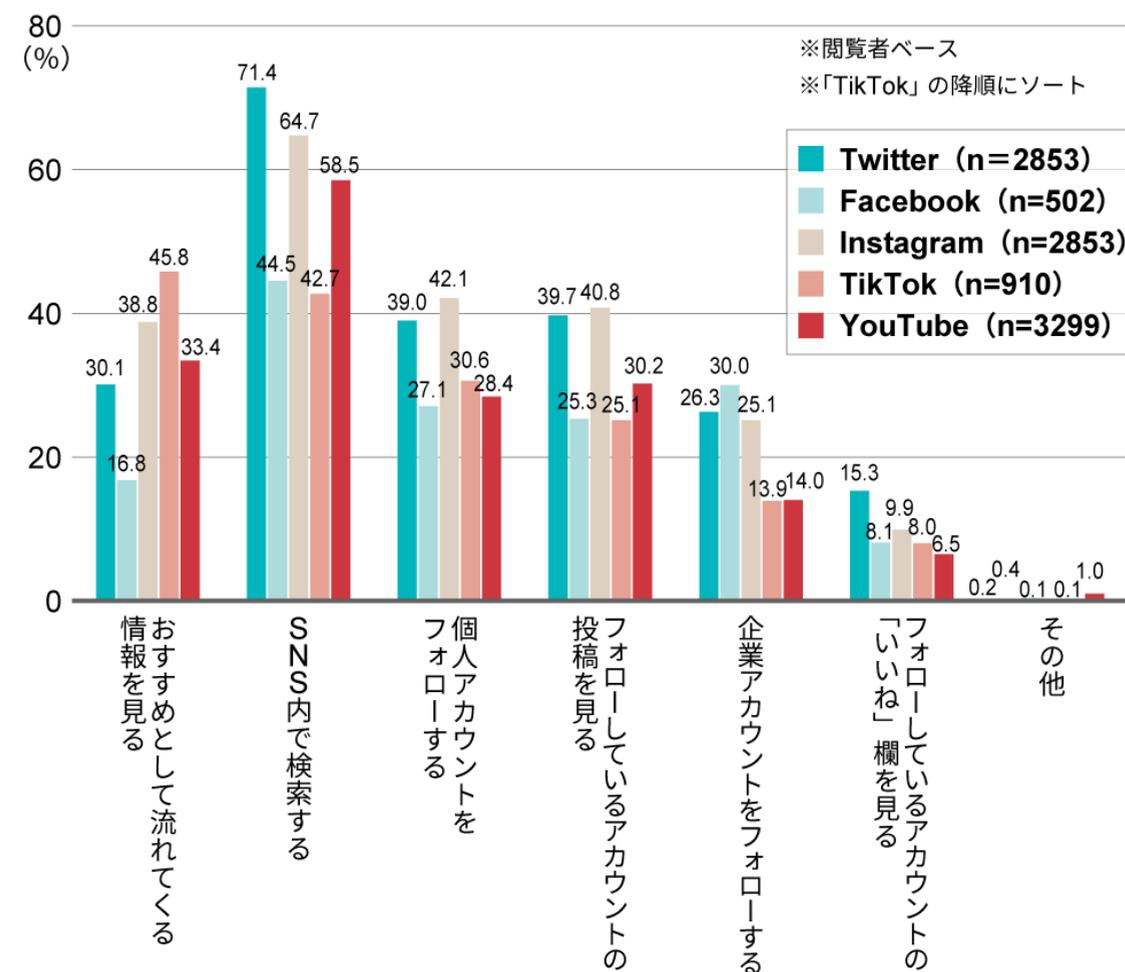
- 売上の8割を占めるロイヤル顧客 = SNS投稿(UGC創出)ユーザーと捉えることができる



## 日常における情報収集は“SNSを見る”



## SNSの利用では“SNS内検索”

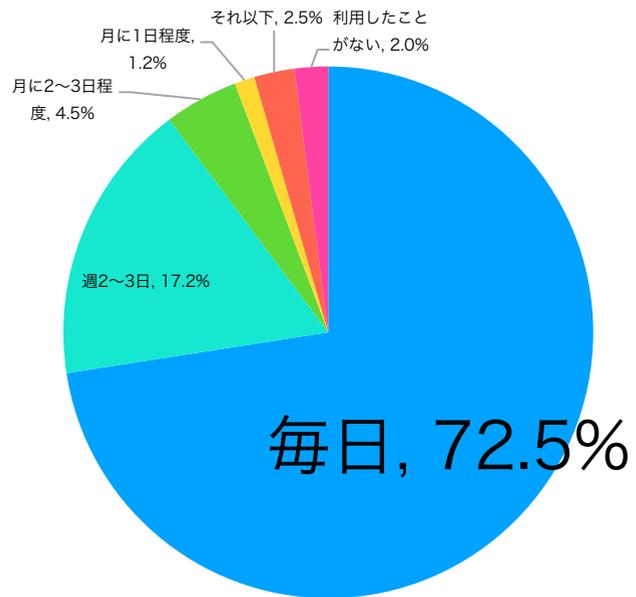


19~26歳の男女4000人への情報収集手段やその利用状況の調査  
 日経BPコンサルティング  
 引用元：日経クロストレンド 2022年08月09日

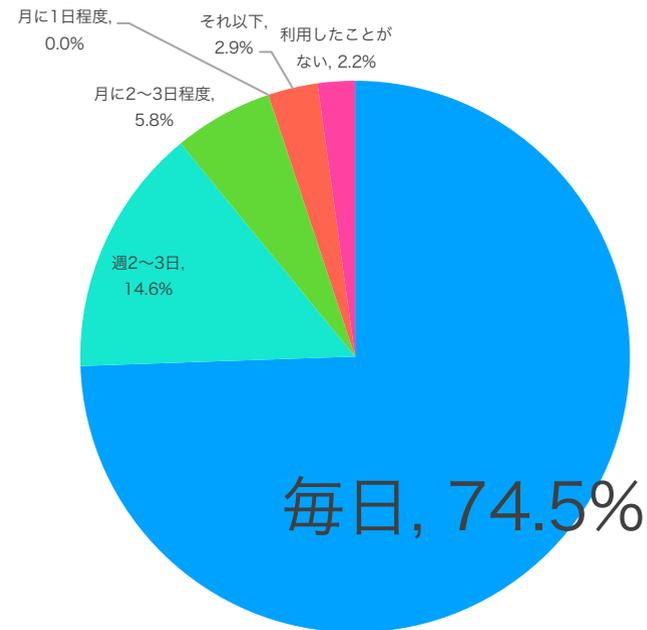
[https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/casestudy/00012/00979/?n\\_cid=nbpxr\\_mled\\_feature\\_01](https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/casestudy/00012/00979/?n_cid=nbpxr_mled_feature_01)

あなたのSNS検索の利用頻度を教えてください。

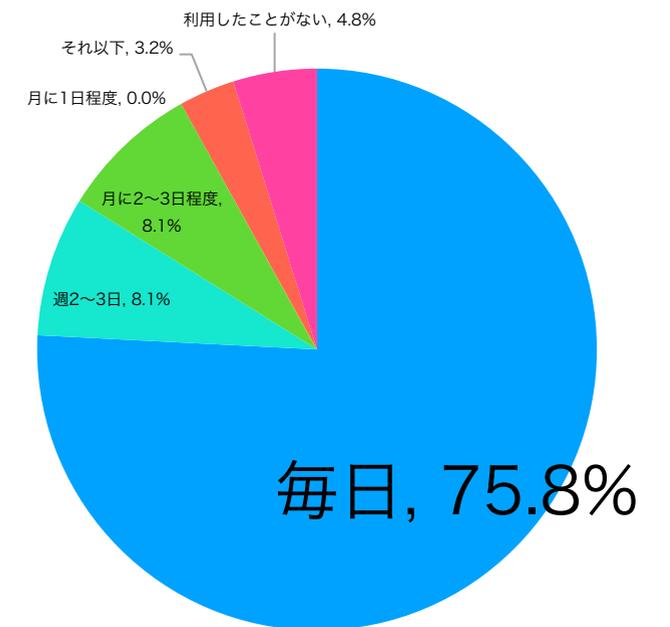
《 男女244人の回答 》



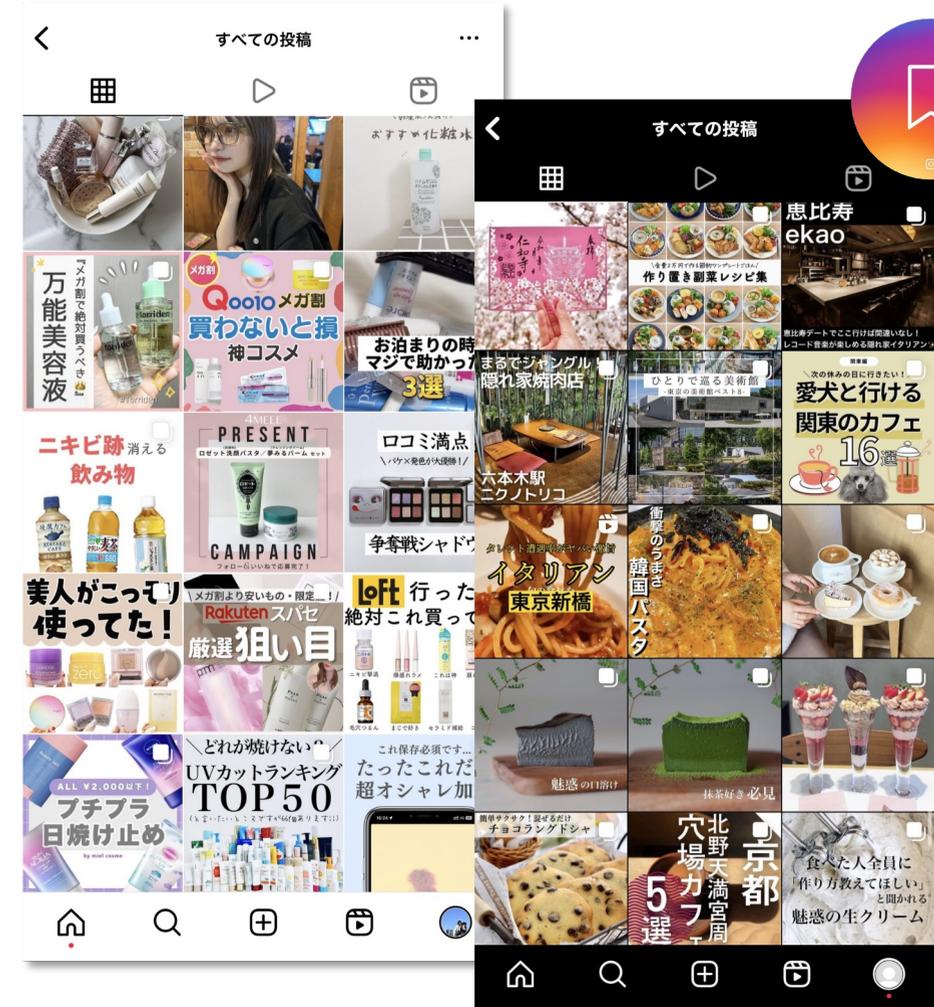
《 女性137人の回答 》



《 女性16-29歳130人の回答 》



SNS上の口コミ（レビュー）を参考にして商品／サービスを購入する際に、あなたの行動に近いものを選択してください。



	男女115人の回答	女性71人の回答	女性16-29歳34人の回答
①投稿を保存して後日購入	72.2%	73.2%	79.4%
②投稿を見てすぐに購入	27.8%	26.8%	20.6%

## UGC創出プッシュ施策



popIn Aladdin Instagram Twitter

購入 & 投稿 & フォローで  
3名様に全額キャッシュバックのチャンス!!

応募方法

1. popIn Aladdin公式オンラインストアにて購入
2. 条件を満たしてSNSに投稿
3. popIn Aladdin公式SNSアカウントをフォロー

※詳細は公式HPをチェック!  
対象期間: 2022年11月22日(火)~12月11日(日)

UGCを閲覧した人 → “popIn Aladdin持ってるってかっこいいな・・・”  
商品を買った人 → “popIn Aladdinを買ったことを自慢したい!”

#popinaladdin  
投稿 1.6万件

#ポップインアラジン  
投稿 1.1万件

#大画面のある暮らし  
投稿 3313件

増えてほしいハッシュタグで多くのUGCが発生!

### 投稿例

写真or動画で投稿!

本文には以下の内容とハッシュタグを書いてください。

- ① <何インチ> (※新機能をご確認ください) の大画面で、
- ② 楽しめていること、そしてこれから、
- ③ popIn Aladdinでさらに楽しみたいこと

ハッシュタグ

#popInAladdin #大画面のある暮らし

※Twitter、Instagramのみ対象となります。  
※必ず公開アカウントをご利用ください。

ILLUMINATION PRESENTS

## ミニオンたちと写真を撮ろう

キャンペーン

Instagram or Twitter or TikTokで投稿すると  
抽選で豪華プレゼント当たる!

1名様 ポップインアラジン2 Plus

5名様 ミニオンズグッズ 4,000円相当

ハッシュタグ

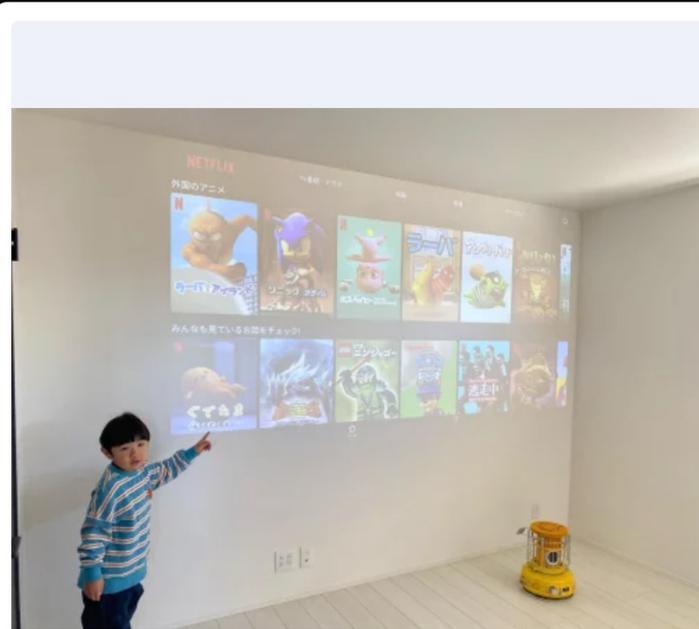
- #ポップインアラジン
- #ミニオンズフィーバー
- #さつえいタイム

あらゆる  
マーケティング  
施策でUGCを  
フル活用！

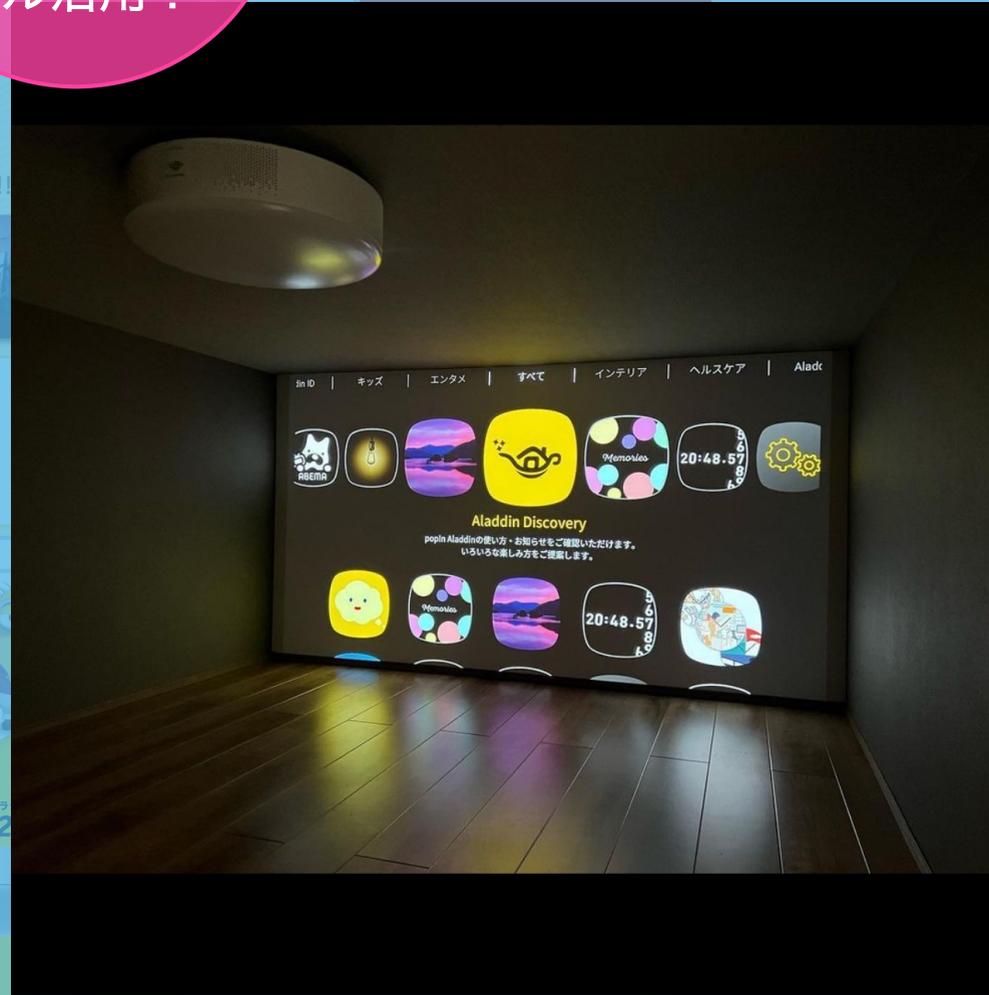
#大画面のある暮らし



UGCを閲覧した人→ “popIn Aladdin持ってるってかっこいいな・・・”  
商品を買った人→ “popIn Aladdinを買ったことを自慢したい！”



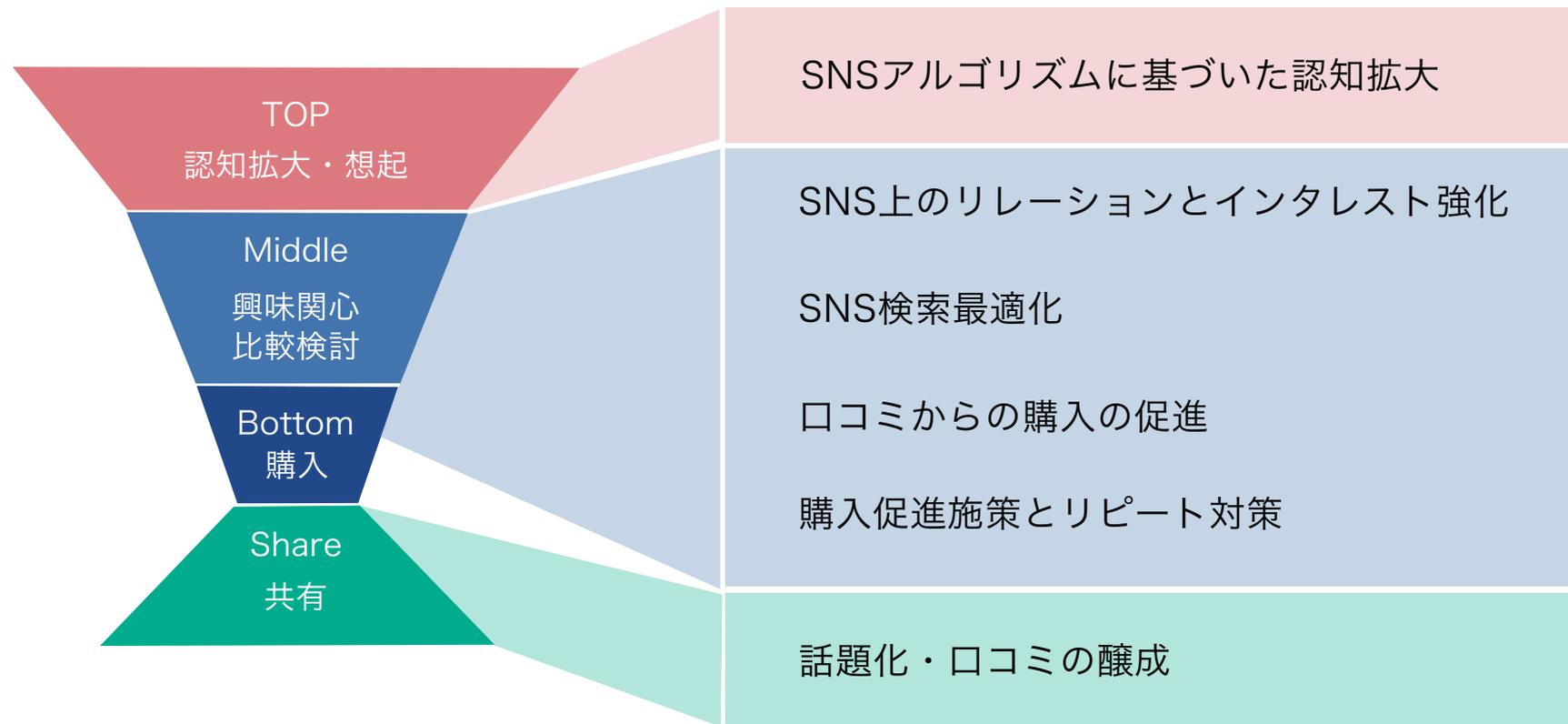
starbozu79  
12月 19日, 2022  
ポップインアラジンとアラジンストーブ  
#popinaladdin  
#aladdinstore



aladdin\_jp  
aladdin\_jp 最近引越した人・引越しを考えている人  
みんなで#アラジンエクス デビューしませんか  
アラジン エクスを導入したら  
おうちでゆっくり過ごす日をつくってシアタールームでのんびりするのよいですよね  
新築の素敵なお宅にお住まいの @k\_home\_mil さん  
こだわりのシアタールームに、アラジン エクスを設置してくださいました  
ありがとうございます  
\*天井高140cm、6畳で、ぴったり110インチ\*だそうです  
くつろぎながら、じっくり映画鑑賞するのに最適なお部屋ですね  
アラジン エクスは「高音質スピーカー」を搭載しています  
スピーカーを置く場所も必要なく、天井に吊るすので置き場所やコードの配置も気にしないで大丈夫です\*  
お引越しのタイミングで導入いただくことが多い、照明一体型3in1プロジェクター  
さらに進化したアラジンエクス「うちにも欲しい！」という人は、いいね  
「もうあるよー」という人は、👉 (きらきら星の絵文字) を付けて教えてください  
Photo by @k\_home\_mil  
-----  
みなさんのアラジンエクスおすすめの方法や日常の様子など「#AladdinX」「#アラジンエクス」「#aladdinbase」「#アラジンベース」「#大画面のある暮らし」いずれかをつけた投稿でぜひ教えてください  
素敵なお写真の投稿は @aladdin\_jp で紹介させていただきます  
-----  
#プロジェクター #プロジェクターのある生活 #大画面 #マイホームアカウント #おうち時間 #おうち時間を楽しむ #おうちで過ごす #暮らしを楽しむ #シンプルな暮らし #シンプルライフ #暮らしの記録 #インテリア好き #こだわりの家 #暮らしを楽しむ #好きなものに囲まれた暮らし #新築インテリア #家が好き #暮らしの風景 #日常を大切に #マイホーム #部屋作り #住まいづくり #便利家電 #enjoyhome  
10週間前  
miyuyu36 初期を購入後自宅ではもっと大きく投影出来るので2を購入して、最初に購入したのは妹の所にあります  
10週間前 返信  
imaizumiyoung 超オススメです  
10週間前 返信  
いいね！ 853件  
4月 19日  
コメントを追加...

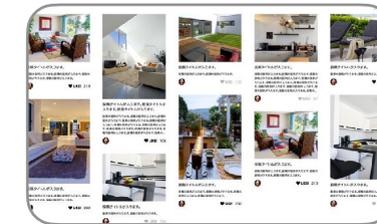
- SNS起点で認知から購買、シェアまでが一気通貫で行われている

## SNS上でミドルファネルが持つ役割の大きさ



## ミドルファネルの代表的な施策

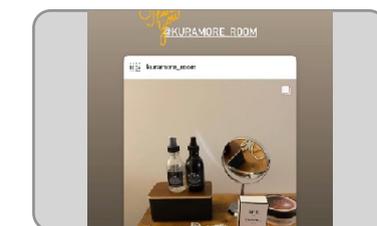
### 投稿キャンペーン



### クリエイターとの共創



### 賞賛とシェア



### ファンコミュニティ



# ミドルファンネルが購買意思決定の分かれ道になっている

## ① クリエイターの投稿を閲覧



“興味を持つ”

## ② 分野のキーワードで検索

#オープン  
#オープンレンジ



“広く情報収集”

## ③ 気に入ったブランド名で検索

# (ブランド名)



“ブランドを特定”

## ④ ブランドアカウントも確認

@ (ブランド名)



“公式の発信を確認”

ウェブ等で詳細スペック確認

行ったり来たり



公式サイト

店舗



# ミドルファネルが購買意思決定の分かれ道になっている

① クリエイターの投稿を閲覧



“興味を持つ”

② 分野のキーワードで検索



“広く情報収集”

③ 気に入ったブランド名で検索



“ブランドを特定”

④ ブランドアカウントも確認



“公式の発信を確認”

②～④のミドルファネルにあたるユーザーの行動が購買意思決定の重要なポイント

ウェブ等で詳細スペック確認

行ったり来たり



公式サイト

店舗



## UGC創出のきっかけ作り

## 新たにUGCが発生

## UGCの収集/許諾取り

## Webサイトで活用

各チャンネルで  
キャンペーンの  
告知

各チャンネルから効率よく  
キャンペーンLPにユーザーを送客

「ググる」から「タグる」への  
検索傾向に対応していく

集めるだけではなく  
自社のUGCの分析も重要

公式に採用されること自体が  
インセンティブと感じてもらえる



リアル店舗



各SNS



メール



アプリ通知

11月11日わんこの日!

### #うちの子との思い出 フォトコンテスト

応募期間 2022.11.11~12.11

#関東おでかけわんこ #うちの子との思い出 付けて投稿しよう

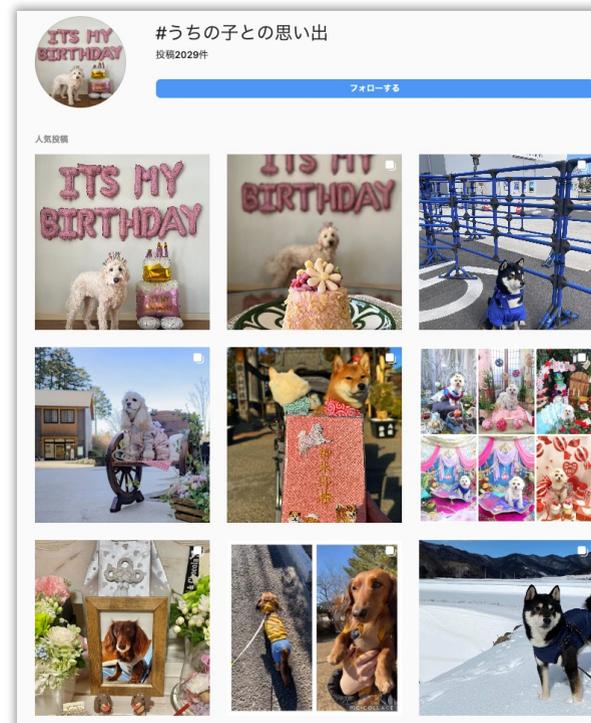
**応募方法**

- @kanto\_wankoをフォロー
- テーマに合った写真・動画に写真のタイトルと #関東おでかけわんこ #うちの子との思い出をつけて @kanto\_wankoをメンションしてInstagramに投稿 ※期間中何度でも応募OK!

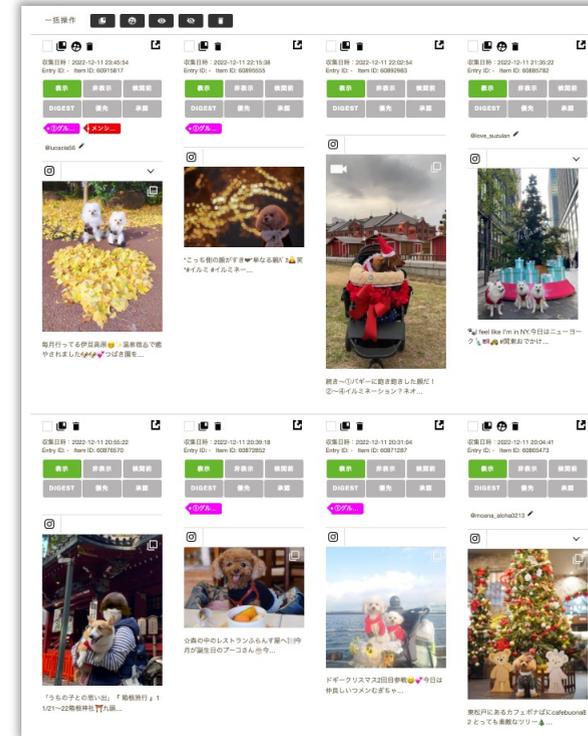
**入賞賞品**

1,000円分 Amazonギフトコード **20名**

Instagramの投稿キャンペーン  
(#タグと@メンションで投稿)  
【OWNLYで簡単に特設LPを構築】



キャンペーンを起点に  
リアルなUGCを創出



OWNLYを使いUGCを  
収集/許諾取り



OWNLYの埋め込みタグを使い  
簡単にWebサイトで活用

リソース0.5人/月で月20投稿を実現しています

STEP. 1

STEP. 2

STEP. 3

STEP. 4

UGC収集設定

UGC投稿を収集

詳細確認+許諾取り

クリエイティブ作成

指定のハッシュタグ付き投稿を収集する  
設定したハッシュタグを含むInstagram上の「最近」と「トップ」の投稿を収集します。

**投稿収集の注意事項**

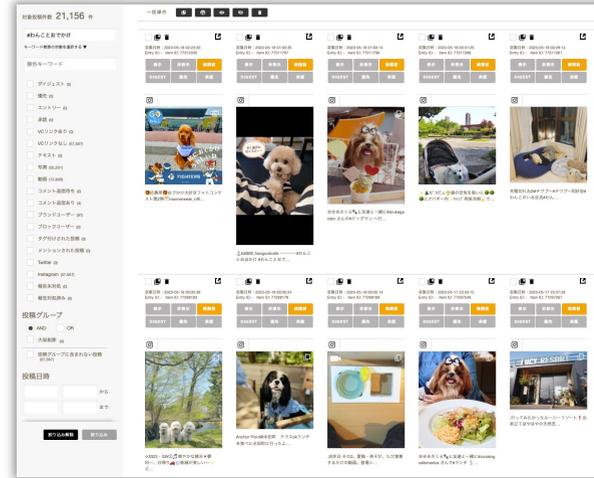
- 投稿を編集して投稿文章内に、「収集設定に設定されたハッシュタグ」を追加しても、その投稿を収集すること
- FacebookのAPI仕様で、1つのInstagramアカウントに設定できるハッシュタグは、他のツールでの設定を含めて
- Instagramアカウントに設定されたハッシュタグが30個を超えた場合は投稿の収集ができません。
- 指定のハッシュタグ付き投稿を収集する場合は30~1時間ごとに収集しています。

ハッシュタグの設定

#店内わんこok \* #わんことおでかけ \* #わんこと旅行 \* #ペットok \*

#ハッシュタグ

AND検索の場合、ハッシュタグとハッシュタグの間に半角スペースを入れてください。



▲ OWNLyのUGC投稿一覧ページ

リンクの設定

リンクURLを入力してください。

タイトル

このURLをリンク先として設定します。

リンク先URL

リンク先URLを入力してください。

リンクを設定する

キャンセル 保存

投稿データエクスポート

投稿と投稿者の一覧をCSVデータ形式でエクスポートすることができます。エクスポートしたデータは最新の状態で異なる可能性があります。二次利用のうえにご利用ください。弊社は、エクスポートした投稿データについて一切の責任を負いません。あらかじめご了承ください。

上記に同意してエクスポートする

許諾が取れた投稿を選択し、投稿素材を一括でDL可能

#店内わんこok \* #わんことおでかけ \*  
#わんこと旅行 \* #ペットok \*

収集したい #タグを設定



- ECサイト訪問者が他のユーザーの体験をUGCを通して確認できる環境を整える



Instagram Twitter どちらのUGCも埋め込み可能！

Check!  
ECサイト内でUGCを閲覧したユーザーはCVRが高まる傾向あり

サイズが気になり、どういう感じに家の中で設置できるのか知りたい。

QUESTION.02  
**どんな風に置いている？**

**スタイリッシュなサーバー  
幅を取らず置き場所自由！**

■サーバーサイズ  
幅195mm×奥行395mm×高さ478mm  
※設置に必要なスペースは、受皿とミニ樽交換時に必要なスペースを含み、幅400mm×奥行615mm×高さ780mmが必要です。

**例えばこんな置き方**

冷蔵庫横の スペースにすっぽり！	テーブルに置けば、 いつでも楽しめる！	野外への 持ち運びにも対応！

11:40

< 99+ THE DR...ターズ >

THE DRAFTERS (ドラフターズ) はアサヒビールが運営する、家庭用ビールサーバーをレンタルし、毎月生ビールをお届けする会員制のサービスです。

本会員へはこのキャンペーンでおトクにお申込みができます！このままご応募へお進みください。

11:33

**正真正銘、プロ仕様。  
「本格泡リッチサーバー」  
をお届けします。**

うまい生ビールを誰でも簡単に楽しめるように、アサヒビールがこれまで培った技術をもとに、高濃度のクリーミーな泡と氷点下のうまさを実現！

**おトクな  
キャンペーン  
実施中！**

11:33

こちらからメニューを選べます。

drafters.jp

@ntmpnprn

#ドラフターズ #サーバーで注ぐ生ビール <https://t.co/HnKmAxfIai>

LINEとお友だち登録する

サイズ感もわかったしこの泡を家で出せるのはやばいな...

- Instagramの#タグ検索の上位表示コンテンツの把握や、併用ハッシュタグのランキングなどを分析
- Webサイトに埋め込んだ際のクリック数が多いUGCや、コンバージョンに繋がるUGCを把握

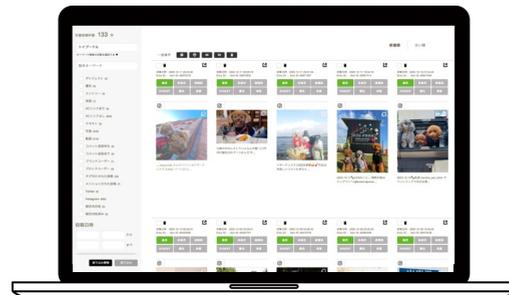
Instagram検索の  
上位表示投稿を把握

ハッシュタグ別投稿数

併用ハッシュタグ  
ランキング

検索上位表示されているUGC投稿アカウントを  
クリエイターとして起用  
(Instagramのアルゴリズムを把握している個人を味方につける)

キーワードで絞り込み  
検索



クリックやCVに繋がる  
UGCを把握

合計	29,213	6,661	-
01981720	110	55	3
01980561	111	16	8
01982006	112	35	2
01982124	116	2	8
01981081	7	0	1
01981007	66	2	4
01981084	142	18	7
01984279	75	1	6
01980911	288	100	7
01984881	35	1	2

- ガジェット商品を分かりやすく且つユニークに訴求するべく、クリエイターを選出/起用。
- クリエイターのInstagramアカウントで投稿し、多くのリーチを獲得。さらに、ブランドコンテンツ広告でクリエイターの投稿を拡散し、第三者目線のクリエイティブでユーザーにアクションを促す。



## Instagram リール投稿の効果 ※通常投稿と比較して

リーチ数

**1,510**%UP

保存数

**3,935**%UP



## Instagram リール投稿の効果 ※通常投稿と比較して

リーチ数

**1,328**%UP

保存数

**1,138**%UP

- 様々なシーンでクリエイター制作クリエイティブを2次活用。

## #タグ検索の上位表示



## ブランドコンテンツ広告



## Webサイトでの活用



## 自社アカウントで投稿



本日のまとめ

---

Agenda. 05

- ✓ "SNS起点"の顧客接点を最適化し、理想の顧客基盤を構築する
- ✓ SNSの活用は「マーケティングデータを収集する」ことを目的とする
- ✓ UGCはSNS活用の中で最も重要。プッシュ型の施策で効率よく獲得する。
- ✓ ミドルファネルを強化することがユーザーにアクションを促す近道になっている

## 投稿にアクションしたユーザーに自動DMを送信

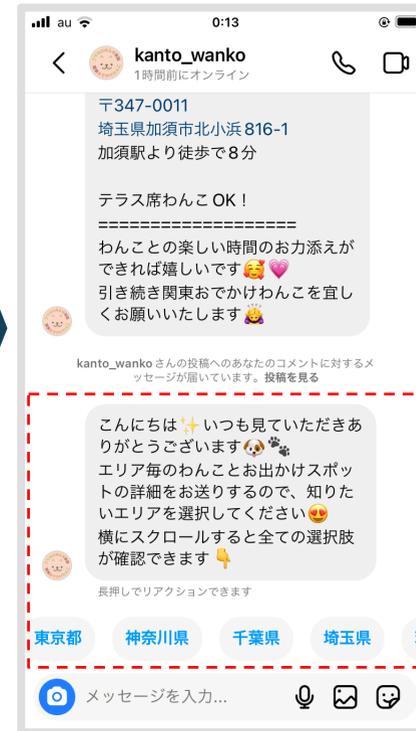
コメントしたユーザーに自動でクーポンリンクを配布することも可能なため、  
購入確度の高いユーザーに限定してオファーを出すことができます。



コメントを促す  
投稿を実施



ユーザーが指定の  
コメントを投稿



設定したDMが  
自動で送信



質問内容に応じた  
テキストを送信

任意のWebサイト  
URLにユーザー  
を送客！

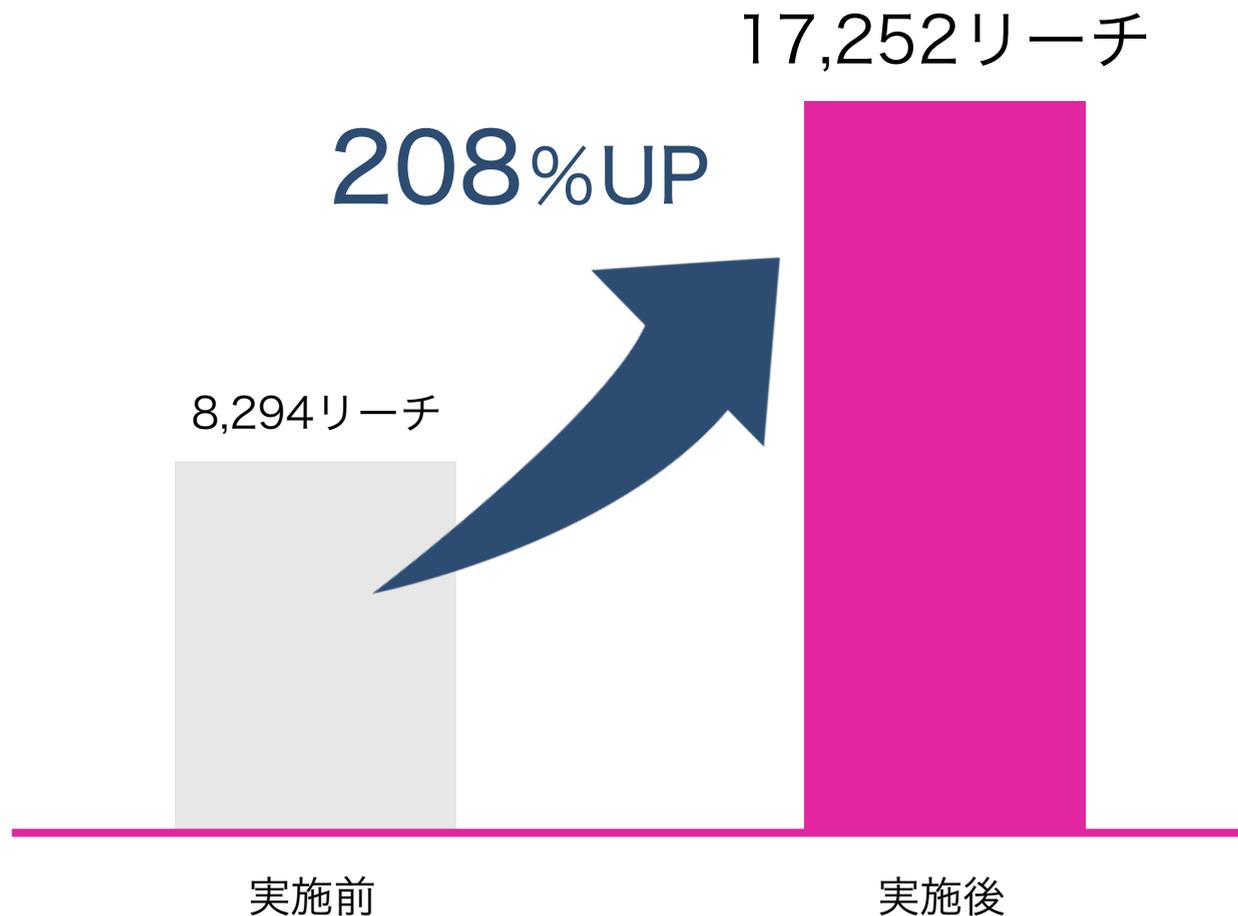
Pick Up



リンク付きの  
画像送付も可能！

# キャンペーン時に活用する以外に、通常投稿のエンゲージメントを獲得に貢献

コメントを促すことで、投稿自体のリーチやエンゲージメントに好影響がある





ご清聴ありがとうございました！

