CONFIDENTIAL

フォロワーの増加だけで終わらない

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

INDEX

キャンペーン解説
Twitterキャンペーンの設計

- 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
- TwitterキャンペーンのTips

OWNLYで実現するSNSキャンペーン
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 - 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 -

©SmartShare Inc.

キャンペーン解説

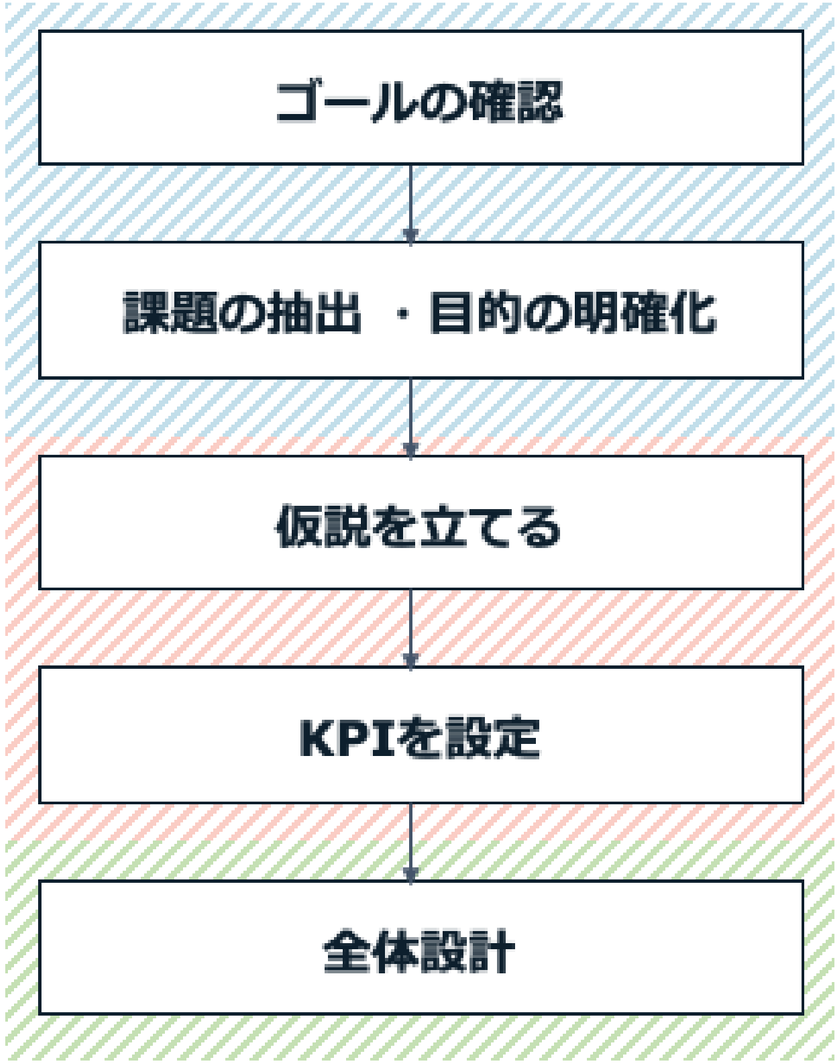
Twitterキャンペーンの設計

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	Twitterキャンペーンの鉄板施策/設計を踏襲

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



©SmartShare Inc.

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。

What

商品・サービス

新店・イベント

企業・ブランド

プロモーション

⋮

×

Why

フォロワー増加

簡易ユーザー調査

情報拡散・認知拡大

見込み客の獲得

売上増加

店頭送客

⋮

→

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。
Twitterでフォロワーを増やし、継続的な拡散を狙う。

©SmartShare Inc.

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Twitter外へ効率的に誘導

オートリプライを実施するには、Twitter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。

①Twitter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、Twitter認定代理店を通じて「Twitter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：Twitter社 自動化ルール
https://help.twitter.com/ja/rules-and-policies/twitter-automation

エントリー方法は？

フォロー&リツイート
(公式アカウント起点)

該当アカウントをフォローして、対象ツイートをリツイー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。

※RT、引用RTの選択可能

フォロー&ツイート
(ユーザーアカウント起点)

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。

※ユーザーにツイートさせる方法は、様々設計が可能です。

※上記を基本とし、TwitterのDMボット診断、投票型キャンペーンでLPを活用することや、引用リツイー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。

©SmartShare Inc.

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、自社アカウントのツイー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。
リツイート	投稿したツイートが拡散された数で、フォロー&リツイー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	RT、いいね、メディア、URLなどをクリックした数の総数です。 ツイートに対して、ユーザーがアクションした数を計測し、ツイートが表示されたユーザーの関心度を計測します。
いいね	投稿したツイー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)	ツイートに特定の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。リプライや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	投稿したツイー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。

©SmartShare Inc.

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。
(Twitterアドバンスド検索で過去の他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、ツイートで縦幅を取る**
- **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**
- **投票型のキャペーンでも、リツイート促進を行う表現を入れる**
- **オートリプライ時に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**
- **引用リツイートのみにすることで、Twitter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」

©SmartShare Inc.

OWNLYで実現するSNSキャンペーン

Twitterのフォロワー増加で終わらないキャンペーン構築

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

OWNLYだからこそ実現が可能な、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
(Twitter × LINE)

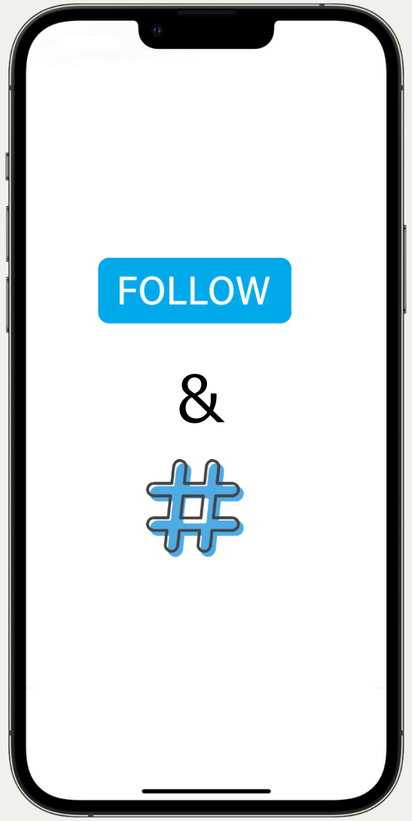
✓特定のWebサイトへ誘導

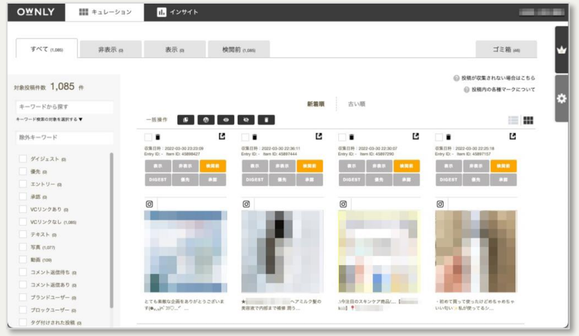
©SmartShare Inc.

Twitterキャンペーンがプラットフォーム内で完結してしまっていませんか？

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。

キャンペンツイート → ユーザー参加 ＝ UGCの発生 → OWNLYの管理画面で キュレーション → 自社サイトや特設LP で公開





事例：
エイベックス・ピクチャーズ社
https://www.ownly.jp/case/02

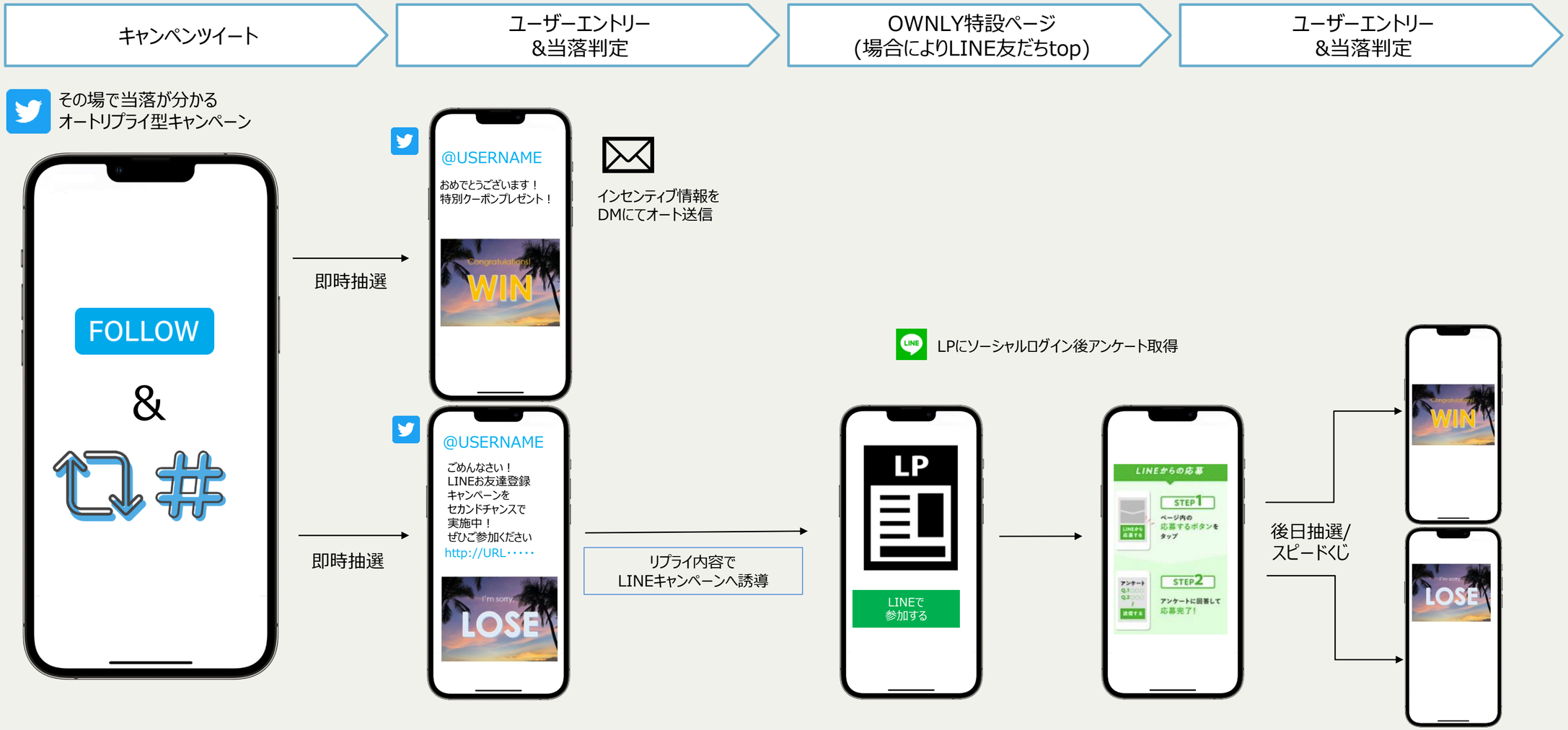
カルビー社
https://www.ownly.jp/case/05

カワダ社
https://www.ownly.jp/case/09

©SmartShare Inc.

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。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。



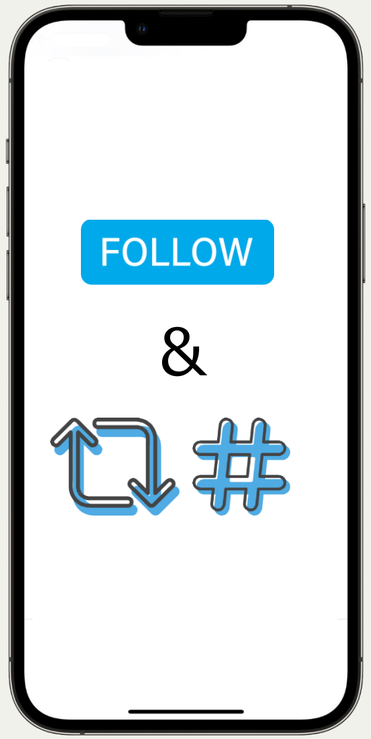
©SmartShare Inc.

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。

キャンペンツイート → ユーザーエントリー&当落判定 → OWNLY特設ページ(当落通知) → リダイレクト先

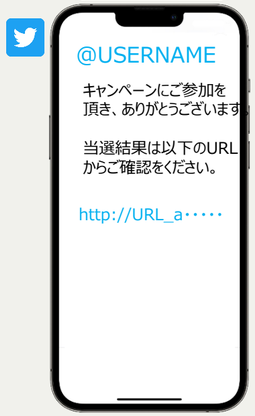
その場で当落が分かる
オートリプライ型キャンペーン



当落のメッセージ内容は全て同じ。

即時抽選

即時抽選



インセンティブ情報を
DMにてオート送信

リダイレクト先はURLであれば、設定可能
- 自社サイト / EC
- 他SNSプラットフォームのコンテンツ
- Wチャンスキャンペーン
- アプリストア

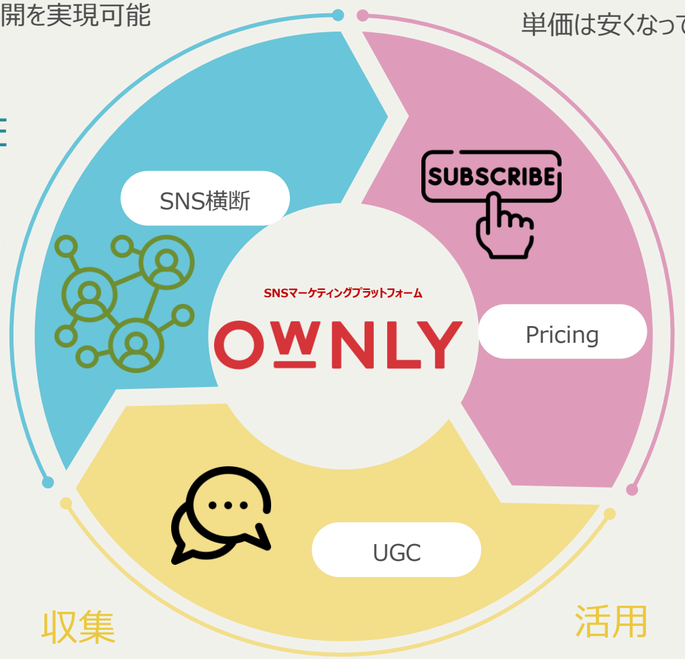
©SmartShare Inc.

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



Twitter

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

LINE

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アカウントの友達は資産になっていく。

Instagram

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。

サブスク課金

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。

一気通貫したサービス

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。

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。

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

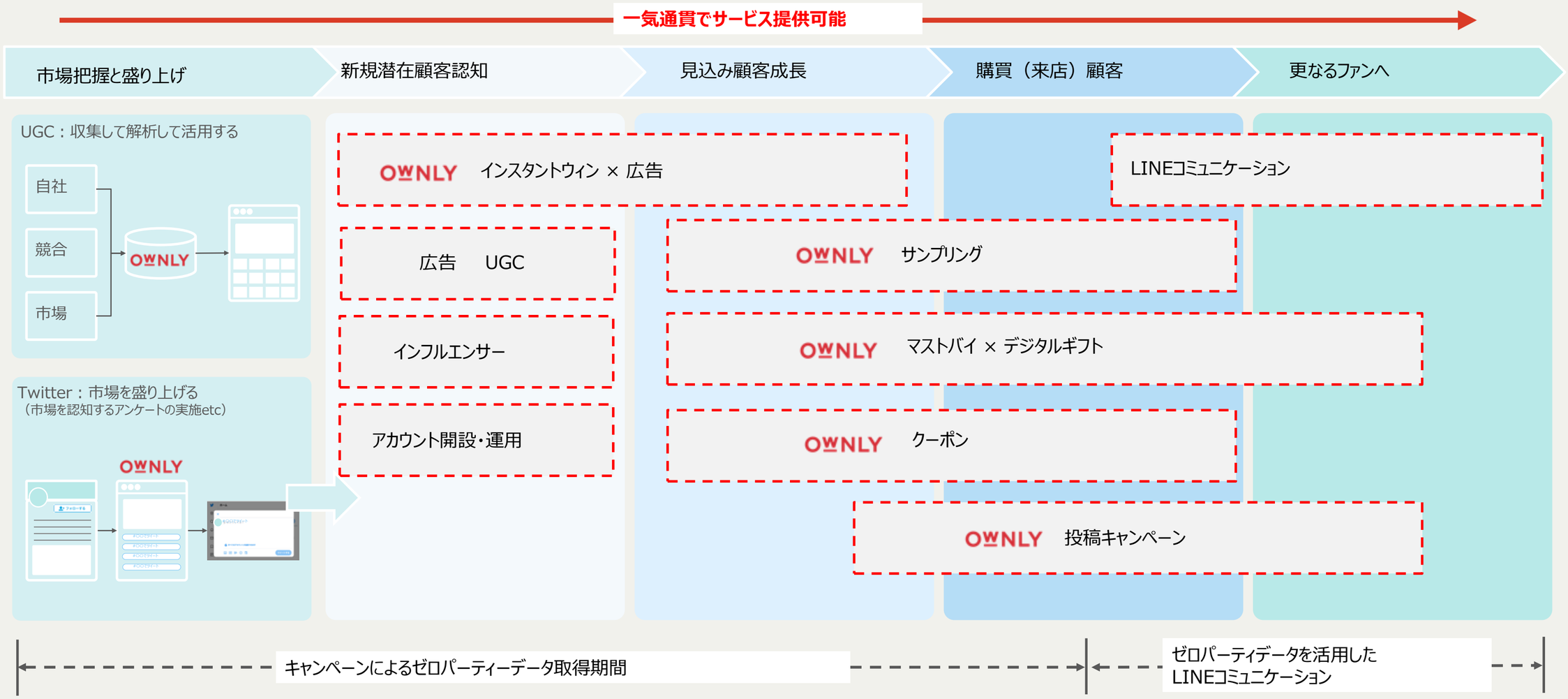
自社のUCGが、他社のUGCがどういう状況で何をしているのかを把握。

活用

出てきた分析をもとにどのように打ち手を実施していくかを検討。

- 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。



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。

（一部抜粋）

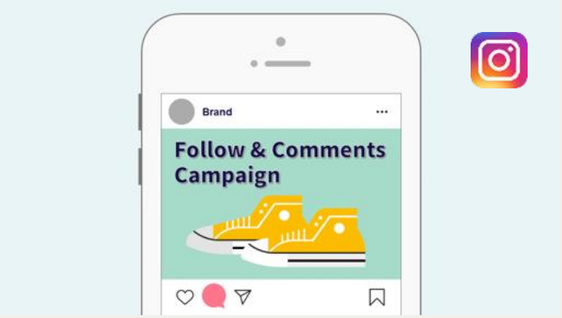
OWNLY(オウンリー)のキャンペーン施策

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

SmartShare

“人に伝えたくなる会社” = “Smart Smile Share”

心地よいコミュニケーションを実現する

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

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ロゼ氷川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	舛村　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）

是非、感想をお聞かせ頂けると嬉しいです！
欲しい情報やTipsのご要望も以下から受けつけております。

https://forms.gle/Js5d7VcLB5gEAJVA6

End of the document