

すかいらーく ホールディングス様

事業内容：
フードサービス事業全般、
その他周辺事業



「ガスト」公式Twitter、インスタントウィン施策でフォロワー増加率が1.5倍に上昇しブランドの「脳内シェア」向上を実現

「ガスト」「バーミヤン」「ジョナサン」などの人気ファミリーレストランチェーンを全国に展開する株式会社すかいらーくホールディングスは、2017年にTwitter公式アカウントの本格運用を開始しました。ファミレスという「日常使い」な存在を日々の生活でお客様に想起してもらうためには、日常的にブランドロゴを目にしたり、キャンペーンに参加いただいたりして「脳内シェア」を高めることが効果的であると考え、さまざまな施策を展開しています。そんななか、同社が「ガスト」の公式アカウント（[@gusto_official](https://twitter.com/gusto_official)）でのキャンペーン運用をさらに効率化するため2018年より導入したのが、Twitterプロモーションツール「[echoes（エコーズ）](https://echoes.app)」でした。

多数の企業がキャンペーンを展開するTwitter上で、より多くのユーザーの興味を引くためには、ユーザー間での継続的なリーチにつながりやすい“毎日参加可能”な継続性や、その場ですぐに抽選結果を知ることができる即時性が効果的であると同社では考えていました。そこで、「ガスト」のアカウントをフォロー＆リツイート（RT）すると店舗で使えるクーポンがその場で当たるという、Twitterのオートリプライ（自動返信）システムを使ったインスタントウィン型キャンペーンを、季節のイベントなどに合わせて連続的に実施しました。

その結果、従来施策と比較してキャンペーンの総リツイート数が10倍、新規フォロワーの増加率が1.5倍に上昇する成果を生み出し、「ガスト」ブランドの効果的なリーチ拡大に繋げることができました。

この成果を受け同社では、2019年1月より「バーミヤン」「ジョナサン」の公式アカウントでも新たに「echoes」の活用を開始し、3ブランド合同によるキャンペーンを展開。複数ブランドをまたいで実施することで、お客様が何度もトライして楽しめるだけでなく、「月曜日は中華」「火曜日は和食」…などブランドごとの特性に合わせて店舗間を回遊していただけたら、という期待を持っています。同社では今後もブランドを横断したTwitterキャンペーン施策を積極的に展開し、「1+1+1=3」以上のプロモーション価値を生み出していく考えです。

＜課題＞
ターゲット層の
脳内シェアを高める
効果的なTwitter施策



＜成果＞
総RT数10倍、
フォロワー増加率は
1.5倍に上昇



株式会社すかいらーくホールディングス
マーケティング本部
統合コミュニケーショングループ
ソーシャルメディア&コンテンツチーム
リーダー 吉田啓介 様

サポート面が充実、試行錯誤しやすい価格も魅力

「echoes」を選んだ理由は、まず、他社のツールと比較し、圧倒的な価格メリットがありました。（月額契約で何度もキャンペーンが実施できる）「echoes」であれば、「一回きりで終わり」ではなく、試行錯誤しながら何度も取り組むことができると考えました。また、サポート面が充実していたことも大きな理由の一つです。しっかりとサポート担当の方がついてくださるので、その意味でも安心できると考えました。キャンペーン開催時に、間違いがないかのダブルチェックをしていただけるのも有難かったです。やはり、ツールと言えど、最終的には人と人ですよね。その面で、とても安心して利用しています。

＜お客様インタビューの完全版は[こちら](https://www.aainc.co.jp/contact/pr/)からご覧になります＞