

報道関係各位

2020年7月3日

アライドアーキテツ株式会社

「echoes」がTwitterキャンペーン経由のサイト遷移やDLを促す 「echoes Card」機能の提供を開始

寺田倉庫「minikura」が自社サイトへの遷移率50%を実現

ソーシャルテクノロジーによる生活者マーケティングの実現を支援するアライドアーキテツ株式会社(東京都渋谷区、代表取締役CEO 中村壮秀、証券コード:6081)は、当社の“生活者を味方にする” Twitterプロモーション統合管理ツール「[echoes](#)」において、TwitterキャンペーンにてTwitterカード(※1)を活用することで商品・サービスの「認知」×「理解・行動」をより効率的・効果的に促進させる新機能「echoes Card」の提供を開始しましたのでお知らせいたします。

※1 Twitterカードは、ツイート上にメディアを利用し、ウェブサイトクリック、アプリクリック、ツイートなどのアクション誘導に関連付けて、特定のユーザーアクションを促すことができる広告フォーマットです。ご利用には、キャンペーンに合わせてTwitter広告の出稿が必要となります。

サービス詳細ページ: <https://service.aainc.co.jp/product/echoes/>



Conversational

カンパセーショナルカードを活用して
ユーザーツイート(UGC)を最大化



Website

ウェブサイドカードを活用して
対象のサイトへの誘導を最大化



App

アプリカードを活用して
対象のアプリのDLを最大化



■新サービス提供開始の背景

Twitterは、4,500万人もの月間アクティブ利用者数を誇る(※2)大規模なソーシャルメディアです。Facebookやその他SNSがクローズドなコミュニケーションの特徴を強めている中、Twitterは幅広い層にリーチ可能なメディアとして、企業のマーケティング活動における価値が高まっています。当社では、Twitter上にいる生活者を巻き込み、話題化するキャンペーンを手軽に実施できる仕組みを提供することで効果的な企業プロモーションができると考え、かねてよりechoesのサービスを通じてTwitterキャンペーンの成果最大化と運用負荷削減の支援を行ってまいりました。

これまでTwitter上では、拡散性を活かした「認知拡大」「ファン(フォロワー)増加」を目的としたフォロー&RTキャンペーンなどが頻繁に行なわれていますが、最近のトレンドとして、そこに「+α」の目的を加えて施策を行う事例が増えています。特に「理解促進」や「Webサイトへの誘導」を目的とした施策が多く、Twitterキャンペーン

参加の中で「知ってもらう」だけでなく、そこから「商品・サービスを理解してもらう」「行動につなげる」事ができるようなキャンペーン企画が期待されています。

※2 出典: Twitter Japan

■新機能「echoes Card」の提供を開始

そこで当社では、Twitter広告APIプログラムにてスタンダードアクセスレベルを取得したechoesに、Twitter広告APIを活用した新機能echoes Cardを実装し、提供開始いたしました。echoes Cardは、「認知」×「理解・行動」を同時に促進するキャンペーンを、システムを用いてより効率的・効果的に実施するためのものです。これにより、echoesを活用したオートリプライ(自動返信)型のTwitterインスタントウィンキャンペーンにおいて、当選・落選結果のオートリプライが送られる際に、Twitterカードを活用した以下3種類のアクション促進が可能になります。

Conversational

カンパセーショナルカードを活用してユーザーツイート(UGC)を最大化



Website

ウェブサイトカードを活用して対象のサイトへの誘導を最大化



App

アプリカードを活用して対象のアプリのDLを最大化



•echoes Card Conversational

当選・落選結果を知らせるオートリプライにカンパセーショナルカードを活用することで、ユーザーツイート(UGC)の発生を最大化します。

•echoes Card Website

当選・落選結果を知らせるオートリプライにウェブサイトカードを活用することで、自社サイト等の対象Webサイトへの誘導を最大化します。動画ウェブサイトカードを用いて、動画の視聴とWebサイトの誘導を同時に促進することも可能です。

•echoes Card App

当選・落選結果を知らせるオートリプライにアプリカードを活用することで、対象アプリのダウンロードを最大化します。

また、オートリプライ型ではないTwitterキャンペーンにおいても、キャンペーンツイートのクリエイティブにTwitterカードを用いることが可能です。

■導入事例:クラウドストレージminikura ~「echoes Card Website」を活用し、自社サイトへの遷移率50%を実現~

寺田倉庫株式会社が運営する、自分専用の倉庫を持つことができるクラウドストレージ「minikura」のTwitter公式アカウントにおいて、新生活で利用者が増加する4・5月にかけてechoes Card Websiteを活用したTwitterキャンペーンを実施しました。

サービスの性質上、「サービス名を知ってもらう」だけではなく、「どういったサービスなのか」をTwitterキャンペーンの中で同時に訴求し、サービス内容の理解を促進する必要がありました。そこで、Twitter上でのキャンペーンクリエイティブ訴求に加えて、Twitter上のキャンペーンから、minikuraの自社サイトへ誘引することを企画しました。

しかしながら、通常の「フォロー&RT」などのTwitterキャンペーン形式では、Twitterから外部サイトへの誘導率は低く、サイト訪問数の規模を拡大することが難しい、という課題がありました。(※3)そこで同社は、Twitterキャンペーンツールechoesとその新機能echoes Card Websiteを活用し、キャンペーンを実施しました。

※3 Twitterキャンペーンから外部サイトへの誘導率は0.5%~3%程度(弊社実績)



その結果、新規フォロワー増加数は約30,000フォロワーとなりキャンペーン開始前の10倍以上に急増、さらに累計約23.5万RT、累計約417万impを記録し、サービス認知拡大を実現しました。そしてechoes Card Website機能を用いて当選・落選結果を自社サイト上に表示する仕組みにしたことで、総リツイート数 (= キャンペーン参加総数) 23.5万RTの約50%となる、11.8万クリックのサイト誘導を実現し、通常のTwitterキャンペーンから自社サイトへの誘導率の平均実績(0.5%~3%)を大幅に上回る驚異的な成果となり、行動の促進を実現しました。

minikuraが実施したTwitterキャンペーンの詳細はこちら:

<https://service.aainc.co.jp/product/echoes/voices/0031>

echoesでは、今後もTwitter広告APIを活用した新機能の開発やサービス拡充を通じて、企業プロモーションの成果向上、広告パフォーマンスの最大化と運用負荷削減に貢献してまいります。

<アライドアーキテツ株式会社 会社概要>

- ・代表者 : 代表取締役CEO 中村杜秀
- ・所在地 : 東京都渋谷区恵比寿一丁目19-15 ウノサワ東急ビル4階
- ・URL : <https://www.aainc.co.jp>
- ・設立 : 2005年8月30日
- ・事業内容 : ソーシャルテクノロジーによるマーケティング支援事業

<アライドアーキテツとは>

アライドアーキテツは、ソーシャルテクノロジーによる生活者マーケティングの実現を支援します。2005年の創業時から一貫して生活者を社会の主役と位置づけ、企業とのつながりを生み出す多様なマーケティング支援サービスを開発・提供しています。累計4,000社以上への支援を経て得られた豊富な実績・知見を活用し、世界中の生活者と企業をつながり創出しています。2012年よりグローバル展開を開始し、現在はアジアや欧米など世界に向けてサービスを提供しています。

* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテツ株式会社 広報室 担当:澤田
TEL:03-6408-2791 MAIL:press@aainc.co.jp