

Twitter担当者必携!ノウハウBOOK



2021年最新版

Twitterプロモーション 厳選事例 11選

圧倒的な成果に繋がった 事例を紹介

たった10日間で30万リーチ、
プロモーション参加者の
24%が実際に来店!など

Twitter最新型 プロモーション® 成功のポイントは?

今こそ!企業がTwitterプロモーション に注目すべき3つの理由



Allied Architects

はじめに



Twitter、Facebook、LINE、Instagram、最近ではTikTokなど、多くの企業による様々なSNSプロモーションが行われていますが、ここ数年で改めてその価値が見直され、盛り上がりを見せているのが「Twitterプロモーション」です。

4,500万人ものユーザー数を誇り、かつ幅広い層に支持されるTwitter。Facebookやその他SNSが今後クローズドのコミュニケーションの特徴を強めていくとされる中、大規模 × 幅広い層にリーチ可能なメディアとして、改めてその価値が高まっています。

さらに、新たなTwitterプロモーション手法である「オートリプライ・インスタントウィン形式」プロモーションがユーザーにヒット。企業からも「着実な成果を得やすいプロモーション手法」と評価され、様々な成功事例が生まれ始めているのです。

本書では、Twitterが今改めて見直される背景や、最新プロモーション手法の詳細、効率的・効果的にプロモーションを実施するためのノウハウ、企業の成功事例などをまとめてご紹介します。

Twitter担当者の皆様の、日頃のTwitter運営やプロモーション活動にお役立ていただけたら幸いです。

目次

P.4 …… 今こそ！企業がTwitterプロモーションに注目すべき3つの理由

P.8 …… Twitter最新型プロモーション

「オートリプライ・インスタントウィン形式プロモーションとは？」
図解：従来型Twitterプロモーションと最新型Twitterプロモーションを徹底比較！

P.12 …… 効果的なTwitterプロモーション設計に必要な3つのポイント

P.13 …… 圧倒的な成果に繋がったTwitterプロモーション事例11選

株式会社NTTドコモ/dマーケット
株式会社カネボウ化粧品/スマイルコネクト
クラシエフーズ株式会社
株式会社サードウェーブ/ドスパラ
沢の鶴株式会社 × 株式会社大阪王将
株式会社すかいらーくホールディングス/ガスト
株式会社セブン&アイ・フードシステムズ/デニーズ
寺田倉庫株式会社/minikura
株式会社富士達/七輪焼肉 安安
株式会社Mizkan
株式会社モンテローザ

Appendix

Twitterプロモーションツール **echoes**のご紹介

今こそ！企業がTwitterプロモーションに注目すべき3つの理由 ①

Twitterは大規模×幅広い層にリーチ可能なメディア

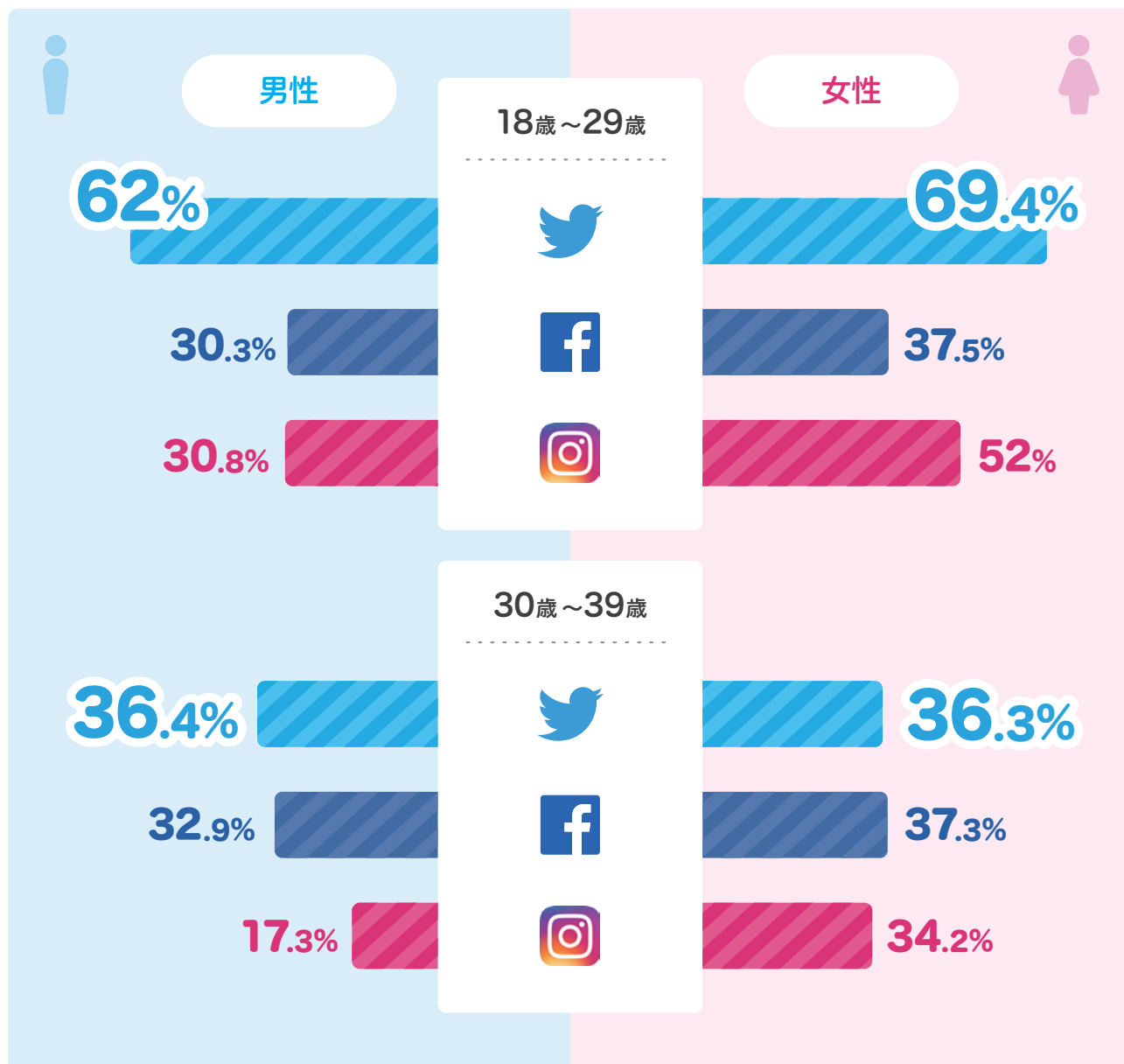
Twitterユーザー数は4,500万人、8,300万人のユーザー数を誇るLINEに続く第二位のSNSです。また、Twitterは幅広いユーザー層に利用されています。Twitterユーザーは若年層のイメージが強いですが、実際には30代以上にも多く利用されており、LINEを除くと30代の間で最も利用されているSNSとなっています。

主要SNSの特徴

	<p>月間利用者 4,500万人</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・LINEと並ぶ日本最大級のSNS ・若年層だけでなく30代以上の利用者も多い ・拡散性が非常に高く、情報の伝達が非常に速い ・匿名性のため、リアルな友人間だけでなく趣味嗜好軸でのつながりもできる
	<p>月間利用者 2,800万人</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・実名制のため、リアルなつながりがメインであり拡散性は高くない ・基本的に企業利用は広告活用が大前提（※インセンティブを付与するキャンペーンは実施NG） ・年齢・性別等のユーザー情報が細かくターゲティングの精度が高い
	<p>月間利用者 3,300万人</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・日本では10代・20代の女性の利用率が高い ・拡散機能がないため基本的にフォローしているユーザーにのみリーチされる ・ECサイトを保有している企業では「ShopNow機能」を活用したアカウント運用施策等を実施
	<p>月間利用者 8,300万人</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・世代を問わず利用率が高い ・リアルな友人間による1on1、グループ間でのコミュニケーションツールとしての活用がメイン ・企業利用では来店等で接点をもったユーザーへのCRM施策（クーポン配布）等が多い

※各媒体の月間利用者数は各媒体資料より参照

世代別のSNS利用率



Nielsen Mobile NetView 2017年9月度データよりアライドアーキテクト作成

▶ POINT!

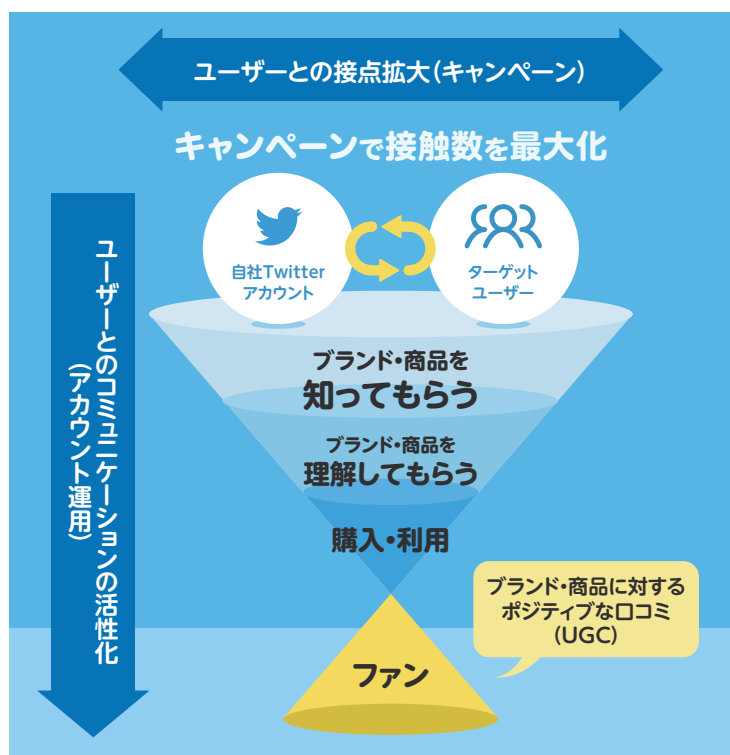
従来は、Twitterと最も相性が良いのは飲料・菓子・食品などの分野と言われていたが、現在では、コスメ・外食チェーン・エンタメ・家電・金融・人材・ファッション・旅行系等、様々な業種で利用されるようになっている。

今こそ!企業がTwitterプロモーションに注目すべき3つの理由 ②

圧倒的な拡散性×コミュニケーション×プロモーションで多数のUGCを創出

Twitterには、圧倒的な「拡散性」があり、企業やブランドの認知拡大への大きな貢献が期待できます。たった一つのツイートを何十万・何百万人のユーザーに拡散させていく可能性を持つ随一のメディアと言えます。今後多くのSNSがクロードのコミュニケーションの特性を強めていくとされる中、このTwitterの拡散性はより際立った特徴となっていくと考えられます。また、Twitterでは従来より企業とユーザーのコミュニケーションがよく行われています。Twitter投稿への反応から、多くの企業がマーケティングへの示唆を得ていることでしょう。このTwitterの「圧倒的な拡散性」と「コミュニケーション性」に、「プロモーション」を効果的に掛け合わせることで生まれる多くのUGC※は認知や購買への強力な後押しになります。

※UGC(User Generated Contents) : 企業ではなく一般ユーザーによって制作・生成されたコンテンツのこと。最近では、TwitterやInstagramなどSNSに投稿された写真や動画、テキストなどがUGCとして注目されている。



▶ POINT!

効果的なプロモーションで、マーケティングファネルの間口を拡げ、ファネルの下に落ちてくるユーザーを増加させ、その結果Twitter上のクチコミやUGCの数をさらに増やすこともできる。

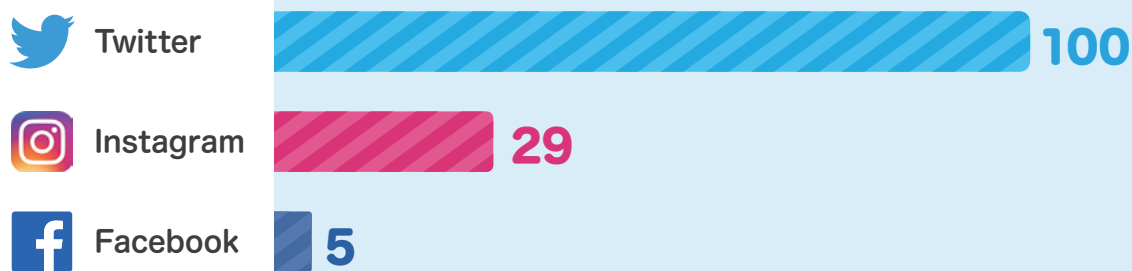
今こそ！企業がTwitterプロモーションに注目すべき3つの理由 ③

Twitter上での最新型プロモーションがユーザーの間でヒット！着実なマーケティング効果を得やすい環境が実現

Twitter上での最新型プロモーション手法である「オートリプライ・インスタントウィン形式のプロモーション」が、気軽に楽しく参加できるキャンペーン方式としてユーザーの間でヒットし、盛り上がっています。

また、このオートリプライ・インスタントウィンプロモーションでは、「Twitterでバズる企画かどうか」だけに一存せず、Twitterの仕組みをうまく活用、情報をより効率的に届けることで、一定の効果を着実に得ることができます。Twitter上で完結するためLP作成が不要であること、抽選・当選発表や当選連絡などが自動化されることからオペレーション面での負担も少ないことも、企業によるプロモーション活用を後押ししています。

アライドアーキテクトで支援したSNSキャンペーンの実施状況 (2018年)



※Twitterキャンペーンの実施数を100とした場合の比率

▶ POINT!

「より効率的に着実な効果を得られるプロモーション施策」として、多数の企業がこの手法を利用、新たな成功事例が多数生まれ始めている。

Twitter最新型プロモーション 「オートリプライ・インスタントウィン形式」 とは?

それでは、最新型プロモーション「オートリプライ・インスタントウィン形式Twitterプロモーション」とは、どのような手法なのでしょう?なぜ、それが「着実に効果が得られる」手法として注目されるのでしょうか。その詳細を解説します。



- 特徴1** ユーザーが公式アカウントをフォローしてリツイートもしくはハッシュタグ付の投稿をすることで参加する
- 特徴2** その場で当選結果がオートリプライで返ってくる(インスタントウィン形式)
- 特徴3** キャンペーン期間中に毎日でも参加できる

Q なぜユーザー間でヒットしているの？

- 1 フォローしてリツイートするだけで手軽に楽しく参加しやすい
- 2 ユーザーのキャンペーンへの熱量が最も高いタイミングで当落が分かるため、事後抽選型のキャンペーンに比べ、よりユーザーのキャンペーン参加率が高くなりやすい
- 3 ユーザーがキャンペーンに参加する度にリツイートやツイートがなされるため、そのユーザーのフォロワーに何度もフィード上でブランド・商品情報を見てもらえる機会が生まれ、認知・理解の最大化に繋がりやすい

Q 企業にとってのメリットは？

Twitterプロモーションで陥りがちな課題を解決できる。

課題

- ・日々のTwitter運用が忙しく、「Twitterでバズるかどうか」の企画になかなか時間を割けない
- ・当たる（バズる）かどうかわからない「不確実な企画」への予算や時間の投下に社内から同意を得づらい
- ・プロモーション専用LPの準備やキャンペーンの運用に多くの時間とコストがかかるため、プロモーションを気軽に実施しづらい

解決！

- ・仕組みを利用することで、企画に依存することなく一定の効果を着実に得られる。
▶▶ 「不確実な企画」から「着実な企画」へ！
- ・Twitter上で完結するためLP作成が不要。抽選、当選発表、DMによる当選者連絡などが自動化されるため、キャンペーン運用にかかる工数を大きく削減できる
▶▶ プロモーションにかかる時間やコストを削減することで、より気軽にプロモーション実施が可能！浮いた時間を「企画やコンテンツ」のブラッシュアップに費やすことで、さらなる効果も期待できる

図解

従来型 vs 最新型 Twitterプロモーション徹底比較!

従来より多数の企業に実施されている、Twitterの「フォロー&リツイート」、「フォロー&ハッシュタグ投稿」のプロモーションと、最新型「オートリプライ・インスタントウィン形式」を用いたプロモーションの違いを表にまとめました。

従来型

これまでのTwitterキャンペーン

# ハッシュタグツイートキャンペーン	リツイートキャンペーン
実施内容	
<ol style="list-style-type: none"> 1 フォローして 指定のハッシュタグをつけてツイート 2 事後に当選者を選定してDMで当選連絡 	<ol style="list-style-type: none"> 1 フォローして 指定の投稿をリツイート 2 事後に当選者を選定してDMで当選連絡
実施目的	
指定のハッシュタグをつけてツイートすることで、 Twitter上での自社サービス・商品のクチコミを 大量に生成させる ▼ ハッシュタグをメッセージとした ブランディング施策（理解促進）	企画の投稿をダイレクトに拡散することで より情報拡散させる ▼ リツイートによる情報拡散（認知獲得）
成功の秘訣	
キャンペーンLPを含めてどれだけ面白い企画性を持たせたキャンペーンが実施できるか （大喜利企画など）	
KPIとなる指標	
キャンペーン参加者数（ツイート数）	フォロワー数、 リツイート数（インプレッション）



最新型 現在のTwitterキャンペーン

# ハッシュタグツイート インスタントウィンキャンペーン	リツイート インスタントウィンキャンペーン
実施内容	
<ol style="list-style-type: none"> ① フォローして 指定のハッシュタグをつけてツイート ② その場でリプライを返信して当選を表示 	<ol style="list-style-type: none"> ① フォローして 指定の投稿をリツイート ② その場でリプライを返信して当選を表示 さらにリツイート対象の投稿を変更する ことで期間中何度でも参加できる
実施目的	
指定のハッシュタグをつけてツイートすることで、 Twitter上での自社サービス・商品のクチコミを 大量に生成させる ▼ キャンペーン参加者をトリガーとした ブランディング施策	企画の投稿をダイレクトに拡散することで より情報拡散させる ▼ リツイートによる情報拡散（認知獲得）
成功の秘訣	
<p>その場で返信が来るオートリプライ機能により 数値面でのパフォーマンスをある一定担保できるようになる (LP制作費や運用工数にかけていた費用を広告やインセンティブに注力することができる)</p>	
KPIとなる指標	
キャンペーン参加者数（ツイート数）	フォロワー数、 リツイート数（インプレッション）

NEXT … 効果的なTwitterプロモーション設計に必要な3つのポイント

効果的なTwitterプロモーション設計に必要な3つのポイント

1

プロモーションの目的に合わせた実施方法を選択しよう

何をメインの目的としてプロモーションを実施するかによって、実施のスキームを選択しましょう。例えば、ブランドの認知拡大や、Twitterアカウントのフォロワー増加を目指すなら、より拡散されやすい「フォロー&リツイート」スキームが、特定のコンテンツの話題化を目指すなら「フォロー&ハッシュタグ投稿」スキームがお勧めです。

2

思わず参加したくなる！ 楽しいプロモーション企画を考えよう

タイムラインに流れてきたときに、思わず参加したくなるような楽しい企画を考えましょう。時事に絡めた話題、キャラクターの上手な活用などに加え、「その場で引けるルーレットくじ」等のシンプルかつ即時性のある企画も、ユーザーに興味を持ってもらいやすい企画の一つです。

3

ユーザーが簡単に参加できる プロモーションにしよう

ユーザーに「参加したい!」と思ってもらっても、外部サイトに移動し新規登録やログインが必要になる等、参加プロセスが煩雑であれば、多くのユーザーが、プロモーションに参加完了する前に離脱してしまいます。Twitterのタイムライン上で参加完了までできる形式にすることで、離脱を防ぐことができます。

圧倒的な成果に繋がった
Twitterプロモーション
事例 11選

圧倒的な成果に繋がったTwitterプロモーション事例11選

株式会社NTTドコモ/ dマーケット

総合ポータルサイト

サービス認知・利用促進

流入セッション数 前年比 **4.5倍**

フォロワー数 **約3.8倍**

ドコモを契約していなくても誰でも使えるサービス「dマーケット」の認知を拡げるべく、Twitter施策の中で「echoes」を活用しました。

echoesを使い始めた2018年6月時点では、Twitterアカウントのフォロワーは1.9万人でしたが、そこからおよそ7.2万人（2019年6月時点）となり、フォロワー数は約3.8倍の伸びとなりました。また、Googleアナリティクスでツイッターからdマーケットへの流入セッション数をみると、直近の数値は前年比で4.5倍増えました。

公式アカウントをフォロー

対象の投稿をリツイート

その場でリプライで当落を通知



当たり リプライ

はずれ リプライ

- 応募条件 公式Twitterアカウントフォロー & 対象の投稿をリツイート
- インセンティブ 自社サービスサイトで使用可能なポイント

圧倒的な成果に繋がったTwitterプロモーション事例11選

株式会社カネボウ化粧品/ スマイルコネクト

化粧品

Twitterアカウント開設・フォロワー獲得

総リツイート数 約**40,450**リツイート 前回比 **12**倍

新規フォロワー数 約**9,200**増加 前回比 **3**倍

総インプレッション数 約**66万**imp 前回比 **6**倍

大手化粧品メーカー・株式会社カネボウ化粧品が提供する美容アプリ「スマイルコネクト」では、マーケティング施策の一環としてTwitter公式アカウントを開設し、2回に渡りTwitter自動返信ツール「echoes」を利用したインスタントウィンキャンペーンを実施しました。その結果11日間のキャンペーンでフォロワーは3.6倍に、アカウント開設1ヶ月でフォロワーは1万人超えを達成しました。



第1回 Twitterキャンペーン 事後抽選型

Twitterアカウント開設を記念して、フォロー&リツイートで参加できるTwitterキャンペーンを実施。事後抽選型でスキンケアでは欠かせないコットン約1年分を10名様にプレゼント。

第2回 Twitterキャンペーン echoesを活用した即時抽選型(インスタントウィン)

第一弾で増加したファンに向けた来店促進キャンペーンを実施。「悪いこと言うパンダ」が話す2種類の"言い訳"をハッシュタグで選んでツイートするとその場ですぐにクーポンがもらえる座組にすることで計6万5千件のキャンペーンツイートを生成。

公式アカウントをフォロー

対象の投稿をリツイート

その場でリプライで当落を通知



※キャンペーン期間中1日1回投稿。
はずれでも期間中1日1回参加できる座組

当たり リプライ

はずれ リプライ

- 応募条件 公式Twitterアカウントフォロー &対象の投稿をリツイート
- インセンティブ 自社商品
- 実施期間 11日間

圧倒的な成果に繋がったTwitterプロモーション事例11選

クラシエフーズ株式会社

食品メーカー

新規アカウント開設時プロモーション

キャンペーン参加数 累計約**25万**

新規アカウント開設後たった1カ月で25万人ものつながりをもつことが可能に！

新規Twitterアカウント開設にあたり、同社の公式アカウントをフォロー&リツイートすると「甘栗むいちゃいました」など同社の人気商品がその場で当たるオートリプライ・インスタントウィン形式キャンペーン：「クラシエおやつが当たる〜レットキャンペーン」を実施。

アカウント開設後たった1カ月で累計25万人ものつながりを持つことに成功しました。キャンペーンの終了後も、フォロー解除が発生することなくフォロワーは純増。

同社の商品に対して興味・愛着を持つターゲット層とTwitter上で継続的な「つながり」を持つことができます。参加者により、「子供が大好きです」「うちでも作ってみました!」といったコメントとともにリツイートされることも多く、キャンペーンを通じた商品体験の呼び覚ましや、新たな商品体験にも繋がっています。

応募から抽選まで
Twitter上で完結



その場ですぐに
動画でリプライが届く



動画を見ると
抽選結果がわかる



1カ月で累計25万人が
キャンペーンに参加



- 応募条件 公式Twitterアカウントフォロー&対象投稿をリツイート
- 実施期間 2018年5月（1カ月）
- インセンティブ 自社商品

圧倒的な成果に繋がったTwitterプロモーション事例11選

株式会社サードウェブ/ ドスパラ

電子機器

認知拡大・フォロワー獲得

Twitterトレンド2位まで上昇し、キャンペーンの話題化に成功
7日間連続でTwitterのトレンド入り

全国にパソコン専門店"ドスパラ"とWEB通販を展開する株式会社サードウェブは、7日間のTwitterキャンペーンを実施、毎日ハッシュタグがTwitterトレンド入りしキャンペーンの話題化に成功しました。

リツイートするとその場で当落が分かり、1日1名に「Windows 10パッケージ版」が当たると同時に、さらに7日間の全応募の中から1名にゲーミングPC「GALLERIA DT」が当たり、7日間毎日変わる指定ハッシュタグのテーマでツイートすると当選確率が上がるというキャンペーンを実施しました。

その結果、「7日間連続でTwitterのトレンド入りをする」という目標を達成することができ、最終的にTwitterトレンドの2位まで上昇しました。

公式アカウントを
フォロー



対象の投稿を
リツイート



その場でリプライで
当落を通知



カンパセーショナルカードを
活用してテーマに合わせた
ハッシュタグツイート



- 応募条件** 公式Twitterアカウントフォロー & 対象の投稿をリツイート (指定のハッシュタグをつけて投稿)
- インセンティブ** 自社商品
- 実施期間** 2020年1月8日～1月14日

圧倒的な成果に繋がったTwitterプロモーション事例11選

沢の鶴株式会社 × 株式会社大阪王将

認知拡大・商品理解促進

総リツイート数 約**51,000**リツイート 従来比 約**580%**

総インプレッション数 約**823,000**imp 従来比 約**340%**

アカウントのダブルフォロー&RTで参加する「コラボキャンペーン」をインスタントウィン形式で開催することで、Twitter上でのコラボ効果をより高めることができる「echoes Collabo」を活用しました。

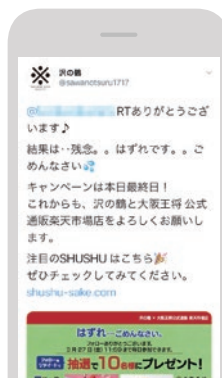
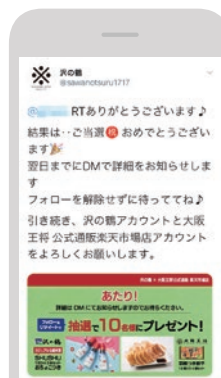
インスタントウィン形式のコラボキャンペーンの総リツイート数は580%、総インプレッション340%となり、従来の（インスタントウィンを利用しない）コラボキャンペーンよりも高い成果につながりました。

また、コラボをすることで両社のフォロワーが参加し商品認知の促進に繋がります。そして、Twitterユーザーから「美味しいお酒と美味しい餃子、最高の組み合わせ！」などのコメントが発生することで、ターゲットユーザーへの商品理解の促進にも繋がりました。

2つの公式アカウントをフォロー

沢の鶴公式アカウントの
対象の投稿をRT

沢の鶴公式アカウントから
即時リプライで当落を通知



- 応募条件 沢の鶴、大阪王将2つの公式Twitterアカウントをフォロー & 沢の鶴公式アカウントの対象投稿をリツイート
- インセンティブ 店舗で使用可能なクーポン

圧倒的な成果に繋がったTwitterプロモーション事例11選

株式会社すかいらーくホールディングス/ **ガスト**

外食チェーン

ブランドの認知拡大

総リツイート数 **約10倍** (従来の事後抽選型キャンペーン比)

新規フォロワー増加数 **約1.5倍** (従来の事後抽選型キャンペーン比)

ユーザーが公式アカウントをフォロー&リツイートすることで毎日参加できるオートリプライ・インスタントウィン形式Twitterプロモーションを定期的的に実施。キャンペーン期間中の総リツイート数はこれまでの事後抽選型のキャンペーンに比べ約10倍、新規フォロワー増加数は1.5倍を記録。

Twitterプロモーションを通じて目指している「すかいらーくブランドの認知向上」「ユーザーの脳内における同社ブランドのシェア向上」の効果の最大化に繋がりました。

公式アカウントをフォロー

対象の投稿をリツイート

その場でリプライで当落を通知



はずれても翌日ツイートでサイドキャンペーンに参加可能
=毎日チャレンジ可能な仕組み

- **実施期間** 1カ月に1回~2回程度(1回のキャンペーン期間は10日間程度)
- **インセンティブ** 自社で使えるお食事券クーポン

圧倒的な成果に繋がったTwitterプロモーション事例11選

株式会社セブン&アイ・フードシステムズ/ デニーズ

外食チェーン

来店促進

総リツイート数 約**20万**リツイート 従来比**9倍**
 新規フォロワー数 約**9,200**増加 前年比**3倍**
 新規フォロワー数 約**66万**imp 前年比**6倍**

株式会社セブン&アイ・フードシステムズが運営する大手外食チェーン「デニーズ(Denny's)」は、春の集客プロモーションにTwitterインスタントウィン・オートリプライ形式プロモーションツール「echoes Coupon」を活用。従来型の「フォロー&RT」キャンペーンと比較し、総リツイート数約9倍、総インプレッション数約4倍もの大きな成果を上げ、Twitter上で大きな話題となるだけでなく、キャンペーン当選ユーザーの68%もの店舗送客に成功しました。



フォロー&RTすると、その場で当落が分かり、当選の翌日にはクーポンが届く仕組みにすることで、ユーザー側のキャンペーンへの熱量が高いうちにコミュニケーションを最大化することに成功。また抽選に外れてもキャンペーン期間中、毎日参加可能な形式にしたことで接触機会を増やし、Twitter上での拡散を促進しユーザーへのアテンション（インプレッション）最大化を実現。

- 応募条件 公式Twitterアカウントフォロー&対象投稿をリツイート
- インセンティブ 店舗で使用可能なクーポン

圧倒的な成果に繋がったTwitterプロモーション事例11選

寺田倉庫株式会社 / minikura

デジタルコンテンツ

認知拡大・サイト誘導

総リツイート数 約**23.5万**リツイート 総インプレッション数 約**417万**imp

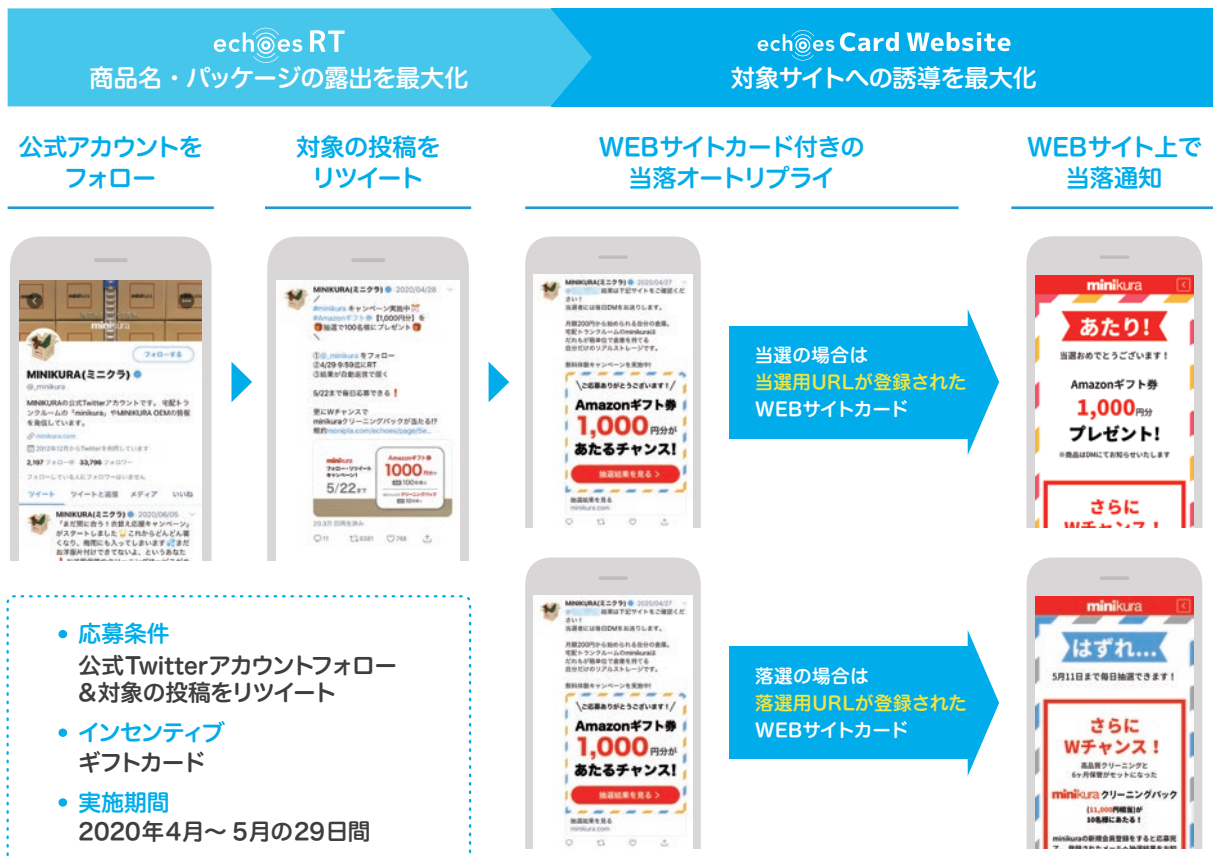
新規フォロワー数 約**30,000**フォロワー増加

クリック率(WEBサイトカードクリック数/リプライ枚数) 約**50%**

WEBサイトカードクリック数合計(29日間) 約**118,000**

寺田倉庫株式会社は同社が運営する、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公式アカウントで、「サービスの認知」×「サービスの理解・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・効果的に実施できる「echoes Card Website」を活用したTwitterキャンペーンを実施しました。

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倍以上に急増すると同時に、累計リツイート数約23.5万RT、累計インプレッション約417万impを記録し、サービス認知拡大を実現しました。



圧倒的な成果に繋がったTwitterプロモーション事例11選

株式会社富士達/ 七輪焼肉 安安

外食チェーン

来店促進

売上げが前年比 **約110%**

新規フォロワー数 **26,000**フォロワー増加

「七輪焼肉安安」は、インスタントウィンの仕組みを活用し該当のツイートをリツイート (RT) した人の中から1,000名に「2,000円お食事券」を即時抽選でプレゼント、また落選した人にもその場で「店内でタン塩を1皿食べられるクーポン」をプレゼントしました。さらに毎日抽選に参加できる仕組みとしました。その結果、キャンペーン期間中の1月後半～2月の全体売上が前年比約110%、Twitterのフォロワーも5.1万人ほどまで増加しました。また、以前行ったテレビCMに比べ、クーポン利用により効果を「見える化」したことで、Twitterが来店施策として大きな影響があると分かりました。

公式アカウントを
フォロー



対象の投稿を
リツイート

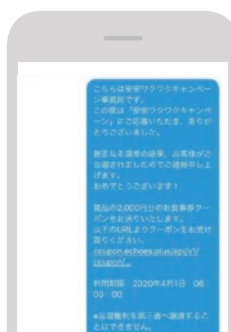


その場でリプライで
当落を通知



※キャンペーン期間中1日1回投稿。
はずれでも期間中1日1回参加できる座組

当選者には自動DMで
クーポンURLを送付



URLを開くと
消し込みクーポンが利用可能



- 応募条件
公式Twitterアカウントフォロー
&対象の投稿をリツイート
- インセンティブ
店舗で使用可能なクーポン
- 実施期間
2020年1月14日～2月29日

圧倒的な成果に繋がったTwitterプロモーション事例11選

株式会社 Mizkan

食品・飲料

商品認知拡大・商品理解促進

総リツイート数 echoesRT 約**38万**リツイート echoes#Hashtag 約**7.4万**リツイート
 総インプレッション数 約**565万**imp
 新規フォロワー数 **52,000**フォロワー増加

株式会社Mizkanはみりんタイプの調味料「煮物カンタン みりんタイプ」のパッケージリニューアルに合わせて、改めて商品認知を拡大させると同時に商品理解にもつなげるためにTwitter自動返信ツール「echoes RT」と「echoes #Hashtag」を活用し2種類のTwitterキャンペーンを同時並行で実施しました。その結果、合計でキャンペーン期間中に新規フォロワーが52,000人増加し同商品の認知を拡大しただけでなく、キャンペーンをきっかけに74,000件もの同商品関連ツイート投稿を生み出し話題化させることにも成功しました。

① echoes RTキャンペーン(商品認知)

同社の公式アカウントをフォロー&リツイートで参加すると同社の人気商品の詰め合わせが当たるキャンペーン。その場ですぐに当落結果が返ってくるインスタントウィン形式にすることで、ユーザーが気軽に楽しく参加しやすいキャンペーンにすることを目指した。

- 応募条件
公式Twitterアカウント
フォロー & 対象投稿を
リツイート
- インセンティブ
自社商品

公式アカウントをフォロー

対象の投稿をリツイート

その場でリプライで当落を通知



当たり リプライ

はずれ リプライ

② echoes #Hashtagキャンペーン(商品理解&口コミ発生の促進)

同社の公式アカウントをフォロー&挑戦したい料理を指定ハッシュタグでツイートすると抽選で同じく同社の人気商品の詰め合わせが当たるキャンペーン。

ハッシュタグの内容を「#ご飯がすすむ大皿料理」「#一工夫加えたお弁当」など、同商品がどのような目的の料理に使えるかにすることで、ユーザーに「同商品がさまざまな料理レパートリーに活用できるものであること」を自然に訴求。また、ユーザーが選んだハッシュタグの内容に合わせてリプライの内容を変更し「具体的な料理の写真」からレシピに誘導することで、ユーザーの商品理解をさらに深く促進することを目指した。

公式アカウントをフォロー



4つの指定ハッシュタグから好きなものを選んでツイート



ハッシュタグの内容でリプライ内容が変更



#ご飯がすすむ大皿料理

#一工夫加えたお弁当

#素材を生かした秋の味覚

#家族大好き定番メニュー

- 応募条件 公式Twitterアカウントフォロー & 指定のハッシュタグをつけて投稿
- インセンティブ 自社商品

圧倒的な成果に繋がったTwitterプロモーション事例11選

株式会社モンテローザ

外食チェーン

来店促進

総リツイート数 約**6万5,000**

クーポン利用人数 約**4,500**人(キャンペーンでクーポン入手した人のうち24%が来店)

夏商戦の集客に、Twitterのオートリプライ・インスタントウィン機能を活用した2種類のキャンペーンを戦略的に展開したところ、計6万5千件を超えるキャンペーンツイートの生成を実現。キャンペーンで特典クーポンを入手したユーザー約1万9千人のうち累計4,500人が来店、24%ものユーザーの店舗送客に成功しました。

第1弾 フォロワー増加キャンペーン

ターゲットである「お酒好きなユーザーの関心」を集めると同時に「外食」に関心の高いユーザー向けにTwitterのターゲティング広告を配信。オーガニックと広告の両面からターゲット層にアプローチ。フォロワーは約4万人に増加。

- 実施期間
2018年8月（1カ月）
- インセンティブ
ビールの詰め合わせ

公式アカウントをフォロー

対象の投稿をリツイート

その場でリプライで当落を通知



リツイート対象の
ツイートを毎日投稿

当たり リプライ

はずれ リプライ

第2弾 来店促進キャンペーン

第一弾で増加したファンに向けた来店促進キャンペーンを実施。「悪いこと言うパンダ」が話す2種類の"言い訳"をハッシュタグで選んでツイートするとその場ですぐにクーポンがもらえる座組にすることで計6万5千件のキャンペーンツイートを生成。



- 実施期間 2018年8月～9月（2カ月）
- インセンティブ 店頭で使用可能なクーポン

その他最新事例はこちら ▶

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



フォロワー獲得だけじゃない!

販促・売上に繋げる Twitterインスタントウィン キャンペーンツール

Twitterキャンペーンは 大量のフォロワーとリツイート数を獲得をするだけ だと思いませんか？

Twitterキャンペーン、中でもインスタントウィンキャンペーンは、フォロワー増加・認知拡大施策として大変有効で多くの企業が実施しています。一方「フォロワーが増えた」「たくさんリツイートされた」という結果では不十分で社内の理解も得づらく、なんらかの利益に繋がる成果が必要だという企業様も多いのではないのでしょうか。

私たちは、こんなあるあるの課題を解決するTwitterインスタントウィンキャンペーンツールを提供しています。

echoes でできる インスタントウィンキャンペーン



フォロワー&リツイート キャンペーン

リツイートでの拡散による認知拡大・
多数のフォロワー獲得が可能



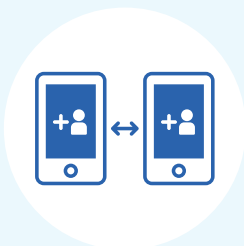
ハッシュタグ投稿 キャンペーン

ハッシュタグで商品理解促進・
ブランドイメージ醸成



クーポン配布型 キャンペーン

拡散と同時に、消込型クーポンで
実店舗の来店促進と来店計測



コラボリツイート キャンペーン

コラボ先のフォロワーにリーチし
相互送客・話題化



サンプリング キャンペーン

ドラッグストア店頭引換で配送コストを
抑えて大規模な商品体験機会を創出



自社サイト誘導 キャンペーン

キャンペーンから自社サイトへの誘導を
効率的に行い訪問数を拡大



サービスサイト
お問い合わせ

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

アライドアーキテクト株式会社 echoes事業部

☎ 03-6408-2791

✉ promotion-sales@aainc.co.jp