

圧倒的な
差がつく!

Twitterキャンペーンの 成果を高める 5つの勝ちパターン



約1000の実績データをもとに取り組むべき手法を解説

企業によるTwitterキャンペーンの活用が進むなか、
企画・手法がマンネリ化し成果が頭打ちになっていませんか？

年間累計2,400万超のキャンペーン参加を創出する
Twitter運用・販促支援SaaS「[echoes](#)」を提供するアライドアーキテクトより、

その豊富な支援実績の傾向から導き出した
「**Twitterキャンペーンの成果を高める5つの勝ちパターン**」をご紹介します。

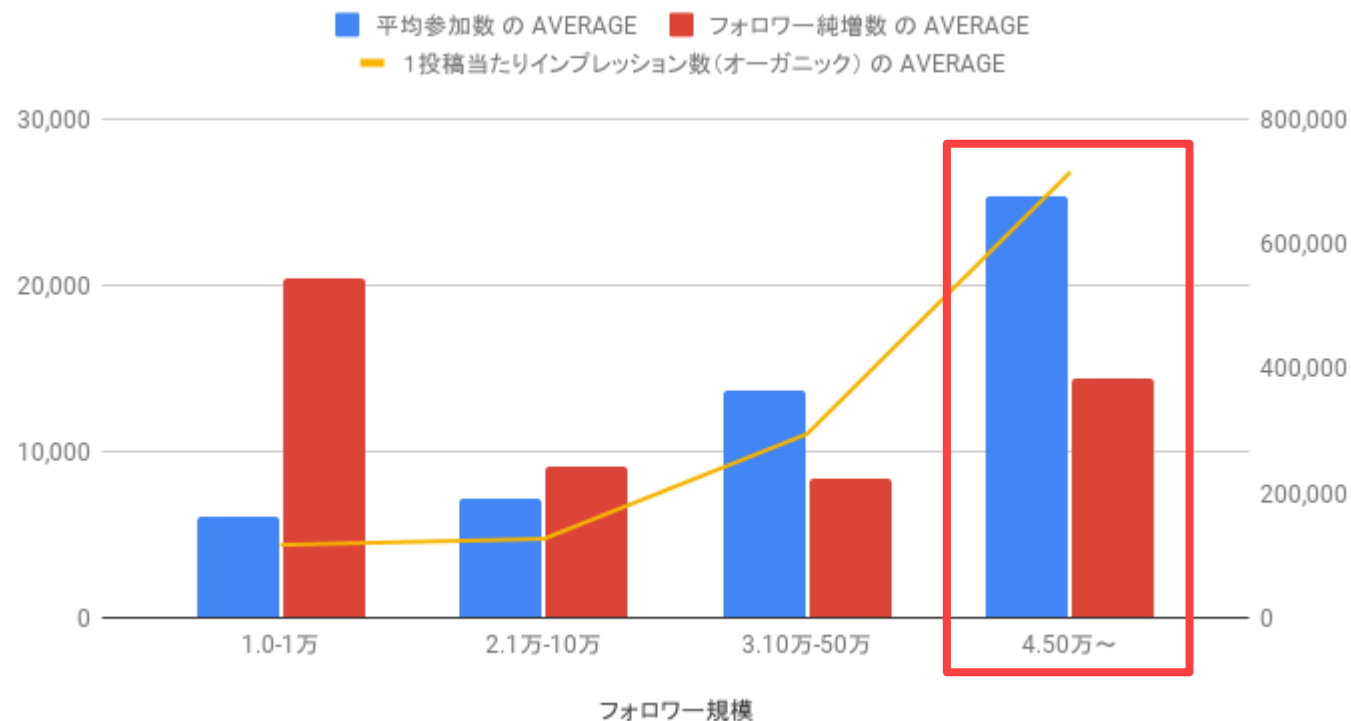
Twitterキャンペーンの企画・設計のヒントとしてご活用ください。

検証項目 ラインナップ

- ① キャンペーンは販促時期だけ実施すればよい？
- ② キャンペーン投稿は1回でよい？
- ③ インセンティブ（キャンペーン賞品）は何がよい？
- ④ クリエイティブは動画？画像？
- ⑤ 参加条件はRT？引用ツイート？

①キャンペーンは販促時期だけ実施すればよい？

キャンペーンによる認知効果（インプレッション）を拡大するには
フォロワーを増やしておくことが重要



※弊社支援実績より

CHECK!

- ✓ キャンペーンの参加数（=RTなど参加条件となるアクション数）、キャンペーン投稿のインプレッション数は、**フォロワー規模が大きいほど大きく、フォロワー増加とともに比例して伸びる傾向**がある。
- ✓ フォロワー純増数は、フォロワー規模の少ない立ち上げ初期の方が伸びやすい傾向が見られるが、**50万フォロワーを超える規模になると再び増加傾向**にある。

①キャンペーンは販促時期だけ実施すればよい？

POINT

キャンペーン施策は単発で終わらせるのではなく、
長期・高頻度を実施してフォロワーを貯め、拡散による認知効果を伸ばしましょう

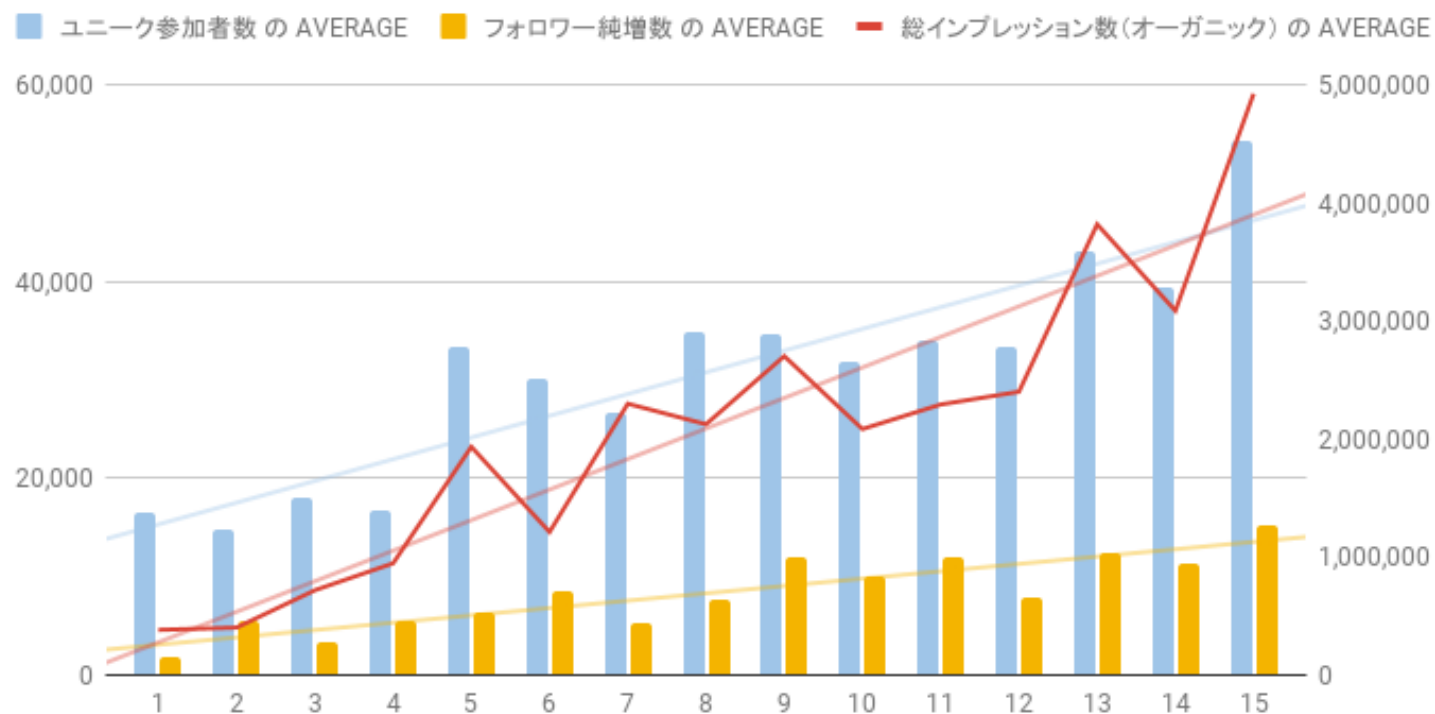
持続的にフォロワー数を増やすためには、
固定費でキャンペーンし放題の
サブスクリプション型ツール利用がおすすめ。

アライドアーキテクトの「echoes」でも、
安心の月額固定プランをご提供しています。

	月額プラン
契約形態	<ul style="list-style-type: none">月額固定でキャンペーン回数無制限セルフ運用型（管理画面提供）
特長	<ul style="list-style-type: none">キャンペーン1回あたりの費用が抑えられる長期・多量のキャンペーン実施を前提とした管理画面で操作がわかりやすい様々なパターンを試し、施策改善のスピードを速め成果を向上させ続けられる

②キャンペーン投稿は1回でよい？

キャンペーン投稿（応募対象投稿）は多いほど成果の規模が拡大する



※弊社支援実績より

CHECK!

- ✓ Twitter投稿はフロー型で流れてしまい、拡散された投稿でも数日で閲覧されなくなる。そのため、1キャンペーン開催期間内で多くの投稿しないと規模は限定的になる（広告出稿が無いまたは少額の場合）。
- ✓ 特に、その場で当選結果が分かる「インスタントウィン形式の場合、投稿ごとに参加（=RTなどの拡散アクション）が得られるため、拡散によって新規ユーザーの参加が増える。

②キャンペーン投稿は1回でよい？

POINT

複数回の参加を促せるインスタントウィンを採用し、
キャンペーンの規模を拡大しましょう

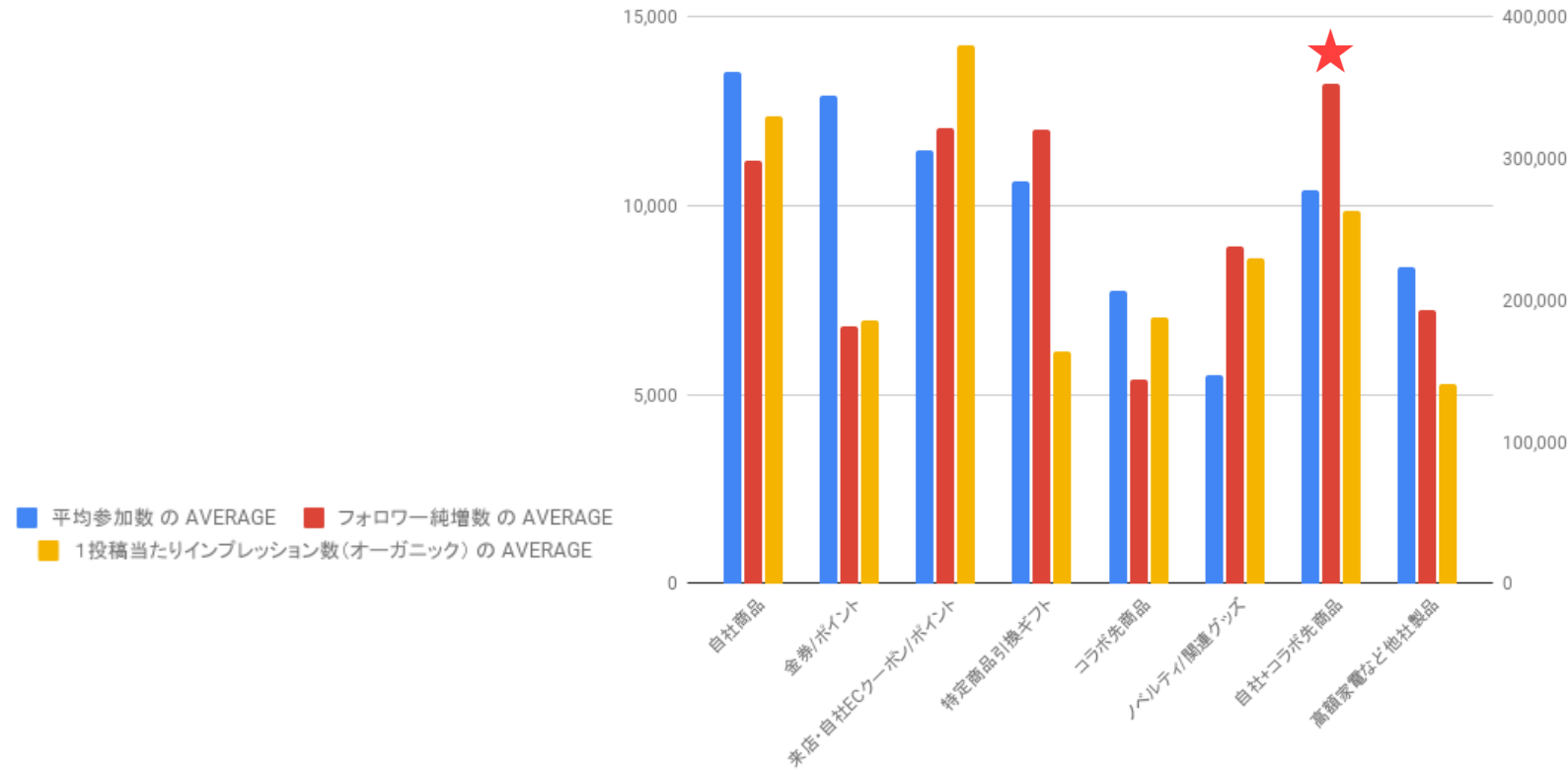
インスタントウィンを採用して
複数回の参加＝RTやツイートを可能にすることで、
より大規模に拡散され、さらに新規ユーザーの
参加が増える循環が生まれます。

インスタントウィンを実施するには、
キャンペーン投稿数を増やし、参加したその場で
抽選する必要があるため、「echoes」のような
対応ツール導入が必要になります。



③ インセンティブ（キャンペーン賞品）は何がよい？

最もフォロワーを増やしやすいキャンペーン賞品は、自社+コラボ先商品



※弊社支援実績より



- ✓ **自社商品とコラボ先商品を組み合わせることで、自社アカウントの興味関心層とコラボ先の顧客層両方にアプローチができる**からと思われる。一方で、コラボ先商品のみの場合、フォロワー純増数は半分以下と減少が見られる。
- ✓ 金券/ポイントや高額家電なども参加数は多いが、フォロワー増加数は低い傾向にあるため、フォロワー増加のためには自社アカウントとの親和性の高いインセンティブを選択すべきと言える。無形商材などで難しい場合は、コンビニ引き換え等のターゲットが広い特定商品引換ギフトの選択が好ましい。

③ インセンティブ（キャンペーン賞品）は何がよい？

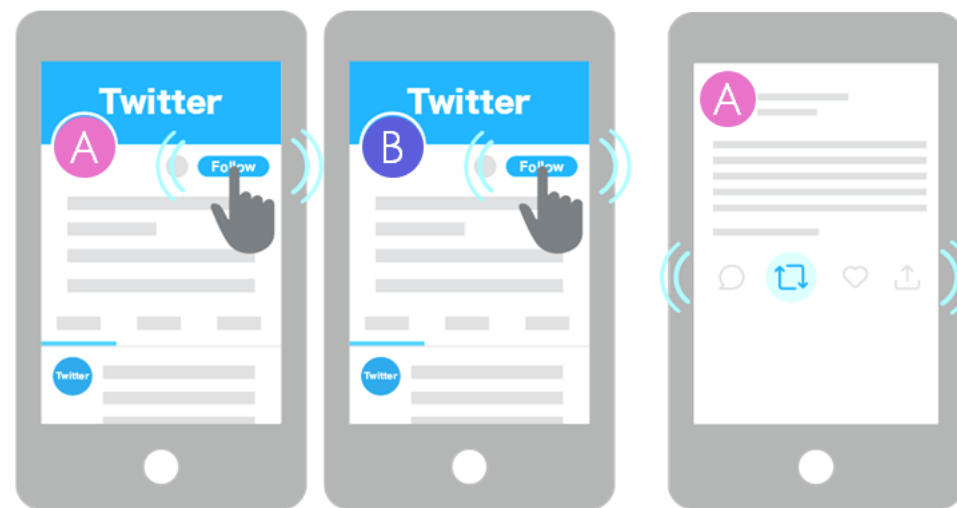
POINT

フォロワー規模拡大を目指すなら、
親和性が高い企業とのコラボ施策を積極的に行ないましょう

指定の2アカウントをフォローしてRTする
「ダブルフォロー」形式のコラボキャンペーンが主流。

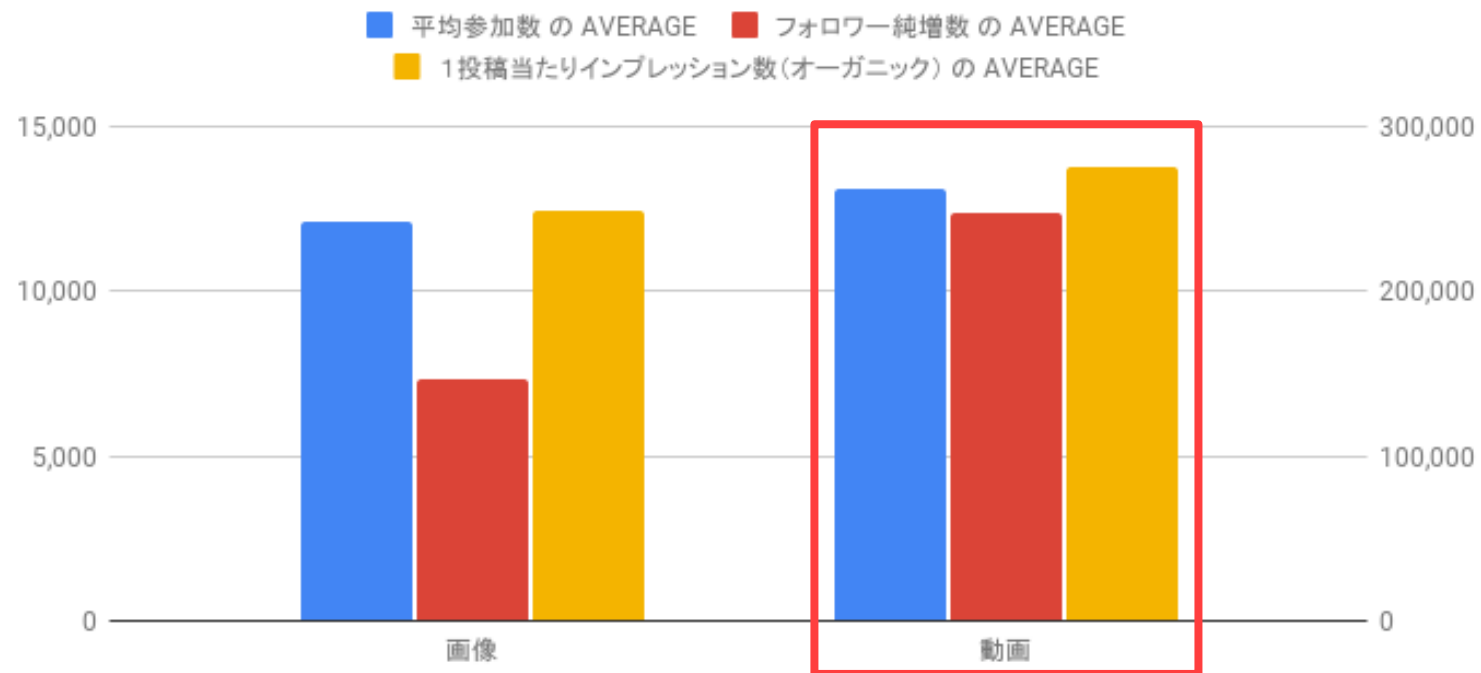
自社だけではリーチできない新規顧客層への
認知拡大とフォロワー化が期待できます。

「echoes」では、ダブルフォロー形式の
キャンペーンでもインスタントウィンが実施でき、
コラボ施策の成果拡大も可能です。



④クリエイティブは動画？画像？

キャンペーン投稿のクリエイティブは、画像よりも動画が望ましい



※弊社支援実績より

CHECK!

- ✓ 画像VS動画クリエイティブの比較をした場合、平均参加数、1投稿あたりインプレッション数、フォロワー純増数全てにおいて動画が上回った。フォロワー純増数に至っては、画像クリエイティブより+68.64%と大きく差が出ている。
- ✓ **動画クリエイティブにすることで視認性が高まり、インプレッションや参加が増えるとともに、アカウントや商品の魅力がしっかりと伝わる効果がある**と考えられる。

④クリエイティブは動画？画像？

POINT

キャンペーン成果拡大のために、
多少のコストを投下しても動画クリエイティブを活用する価値あり

「echoes」ではキャンペーンツールだけでなく、

アライドアーキテクツの動画制作ツール
「LetroStudio」を用いて成果の出る
キャンペーン用動画クリエイティブを安価に、
素早く制作支援することが可能です。

未経験者でも制作が簡単
と思う動画制作ツール
No.1

編集しやすい
と思う動画制作ツール
No.1

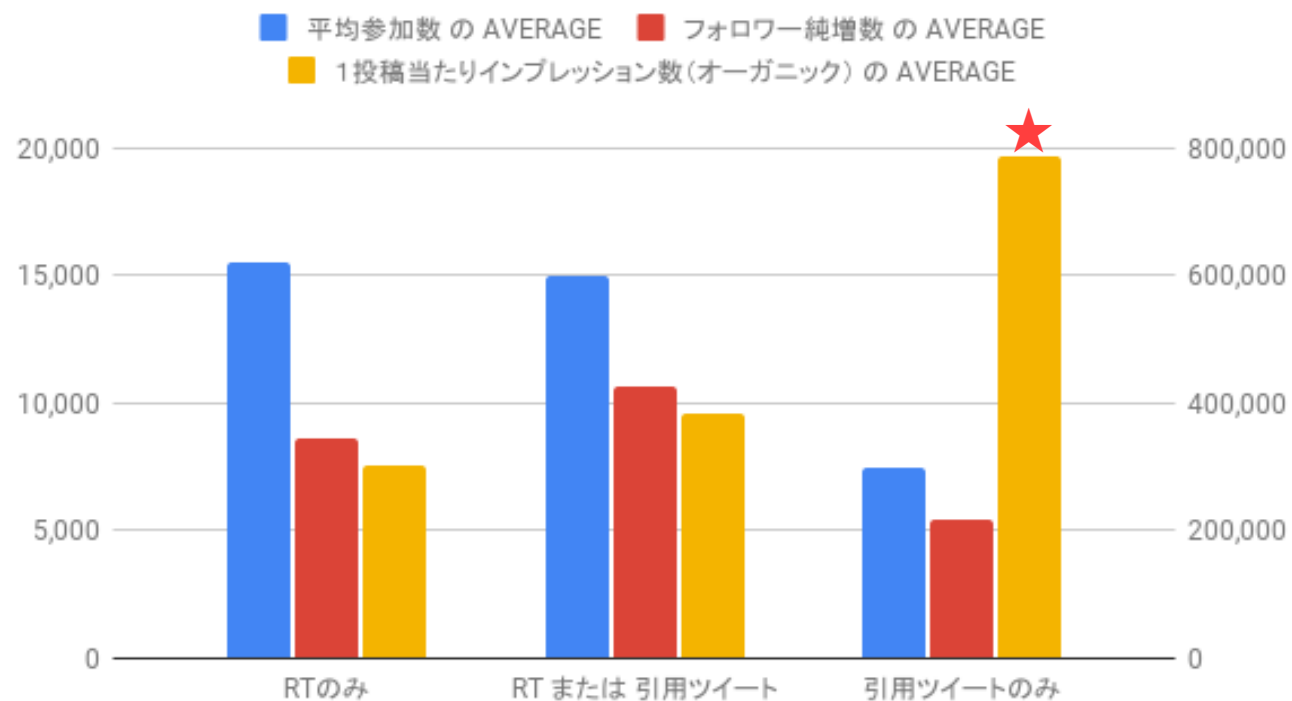
未経験者でも制作が簡単で
編集しやすい
動画制作ツール No.1

LetroStudio

調査方法: インターネット調査
調査期間: 2020年12月8日~10日
調査概要: 動画制作ツール10社を対象にしたサイト比較イメージ調査
調査対象: 全国、男女、30~69歳、動画制作担当者・関与者/517
比較対象企業: 『動画制作ツール』Google検索 上位9社(2020年12月3日9時20分時点)

⑤参加条件はRT？引用ツイート？

インプレッションを増やすには「引用ツイート」の活用が有効



※弊社支援実績より

CHECK!

- ✓ キャンペーン参加条件はフォロー&RTが最も一般的だが、引用ツイートもOKとした場合と引用ツイートのみとした場合と比較すると、RTは最も手軽で参加しやすいため、平均参加数は最も多くなる。
- ✓ 一方で、引用ツイートを条件にすると、参加数は半減するがインプレッションは倍増。RTまたは引用ツイートの場合も、参加数は減少するがインプレッションは増加傾向に。引用ツイートはRTと違い、全てがオリジナルのツイートとして表示されることや、媒体のアルゴリズムにより、より表示されやすいと考えられる。

⑤参加条件はRT？引用ツイート？

POINT

RTだけ、フォロワーを増やすだけ、ではなく
引用ツイートを上手に活用してキャンペーン成果を拡大しましょう

引用ツイート内に含めるハッシュタグを指定することで、Twitter内検索からの表示・流入増も期待できます。

「echoes」では、引用ツイートキャンペーンで指定したハッシュタグがTwitterトレンドに入り成果を拡大した実績も多数ございます。



Twitterキャンペーンをご検討中の方へ

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

echoes



成果につながる
と思う Twitter
プロモーションツール



集客効果につながる
と思う Twitter
プロモーションツール

サービスサイト

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

お問い合わせ

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

echoes でできるインスタントウィンキャンペーン



フォロー&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



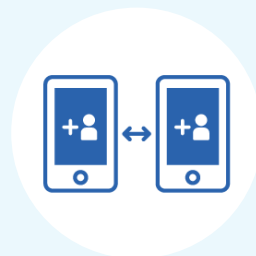
ハッシュタグ投稿
キャンペーン

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

SNSのトレンド情報
キャンペーン事例・ノウハウ など
セミナー開催中!

施策実行の参考になるセミナーを
毎月第1週、第3週に開催しています



詳しい日程
詳細はこちら



Twitter上でのUGC創出に最適！
引用ツイート+指定ハッシュタグ型
インスタントウィン



サービスサイト <https://service.aainc.co.jp/product/echoes/>
お問い合わせ アライドアーキテクツ株式会社 echoes事業部
☎ 03-6408-2791 ✉ promotion-sales@aainc.co.jp

echoes UGC が解決します！

消費者とのつながりを作り、購入決定に影響をもたらす
Twitterプロモーション。Twitterプロモーションで
ハッシュタグを活用して会話を促したい！ だけど…。

ハッシュタグを活用した UGC創出プロモーションにおいて

ブランド・商品情報の訴求

話題化の規模拡大

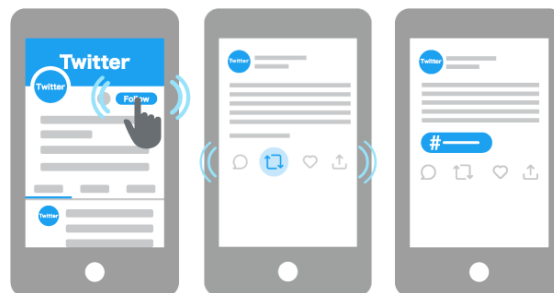
UGC波及効果の計測と改善

といった課題を抱えていませんか？

★ Twitter上のUGC創出に最適！

フォロー&引用ツイート+ハッシュタグ

フォローして指定投稿を引用ツイート
引用ツイート内に指定ハッシュタグを含める



★ 成果を最大化！

オートリプライ+DM

リプライで当選・落選通知
当選者にはDMも送信



ログイン認証

ログイン後のWebサイトで
当選・落選画面表示



活用メリット



企業の投稿の
引用ツイートだから
ブランド情報を訴求する
UGCを創出できる！

その場で抽選・何度も参加可能な
インスタントウィンだから
UGC創出の規模を
拡大できる！

「オートリプライ+DM」型の
当選発表方法で
多彩な表現や
誘導ができる！

「ログイン認証」型の
当選発表方法で
ユーザーツイートの
詳細データが取得できる！

echoesの他サービスと
組み合わせて
商品・サービス体験者から
UGCを創出できる！