



これで分かる

キャンペーン担当者様必見！

Twitterインスタントウィン 仕組みと10の型

目次

- 01. 概要
- 02. 効果
- 03. 仕組み
- 04. インスタントウィン10の型

INSTANTWIN CAMPAIGN

01. Twitterインスタントウィンの概要

Twitterインスタントウィンとは、フォロー & RTで簡単に応募することができ、参加直後にキャンペーンの当落結果が明記されたリプライを自動で返します。キャンペーンに参加すると、**その場で当選結果がわかること**が一番の特徴です。



02. Twitterインスタントウィンで得られる効果

企業

フォロー&リツイートで簡単に参加できるため、
ユーザーの離脱が少なく、応募数が見込める

多くのユーザーにリツイートされるため、
非常に拡散力が高い

毎日(投稿回数分)参加することが可能なため、
ユーザーのタイムライン露出を増やせる。
また一度限りではなく、継続的な関係を持てる。

Twitter広告との相性が良いため、広告単体で回すよりも効果が出やすい

顧客

参加するにあたっての障壁が少ないため、
気軽に参加することができる

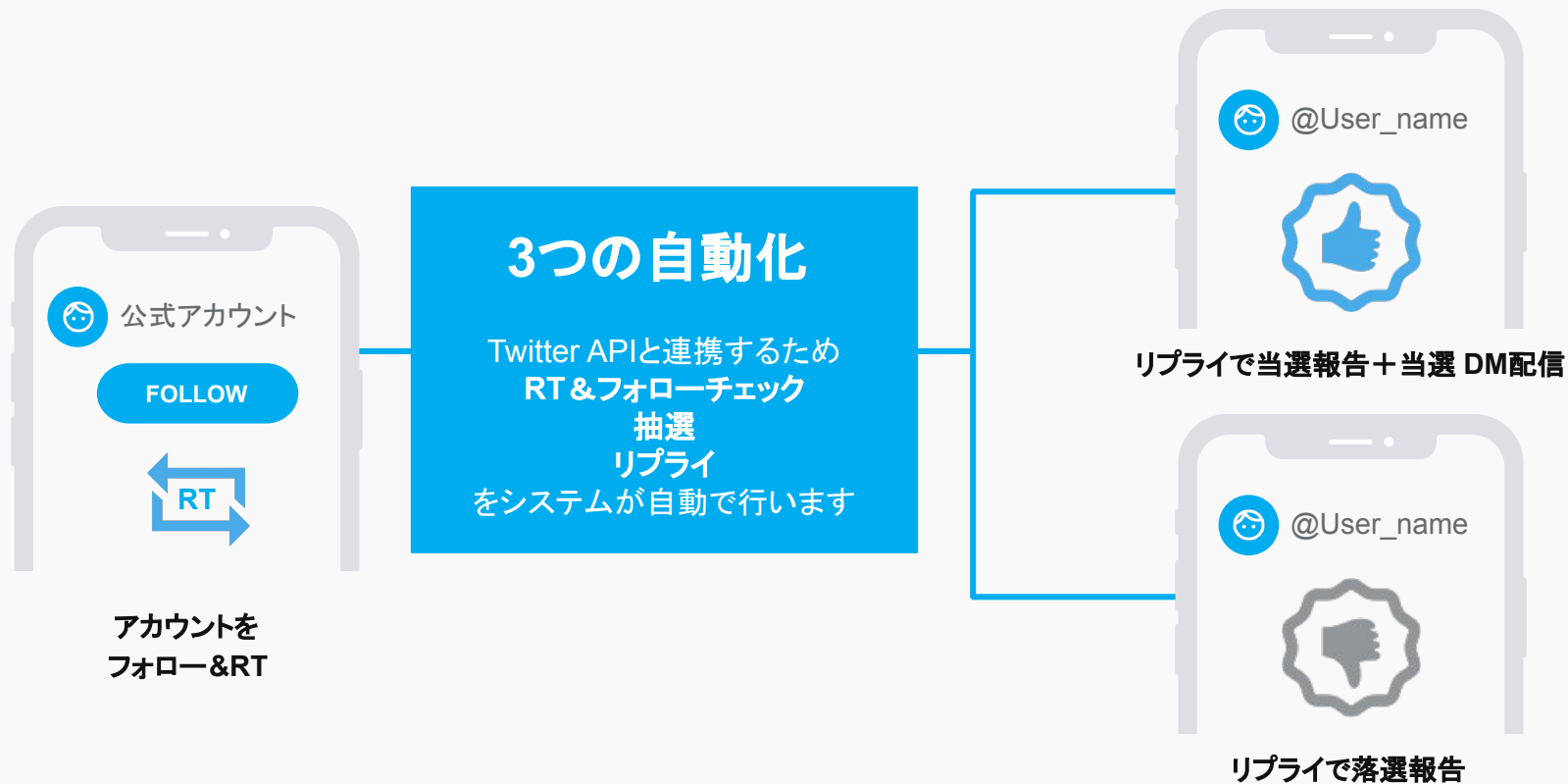
知らなかったキャンペーンでも、
リツイートを見て参加するきっかけになる

毎日参加することが可能なため、
一度だけでなく何度でも応募することができる

その場で当落がわかるため、ユーザーはくじ引きをしているような感覚で参加できる。



03. Twitterインスタントウィンの仕組み



インスタントウィン10の型



フォロー & RTをトリガーとした型

1. 通常のインスタントウィンの型
2. リプライをランダムで送信する型
3. 時間差リプライを使った型



カンパセーショナルカードを使用した型

4. クイズの型
5. 大喜利系の型
6. 投票の型
7. ゲームの型



メンション & ハッシュタグをトリガーとした型

8. 類似カンパセーショナルカードを使った型
9. リプライでカンパセーショナルカードを使った型
10. 外部LPを利用した型

フォロー & RTをトリガーとした型

①

通常のインスタントウインの型

認知拡大・フォロワー増加におすすめ

②

リプライをランダムで送信する型

商品認知におすすめ

③

時間差リプライを使った型

リマインドにおすすめ

1 通常のインスタントウインの型

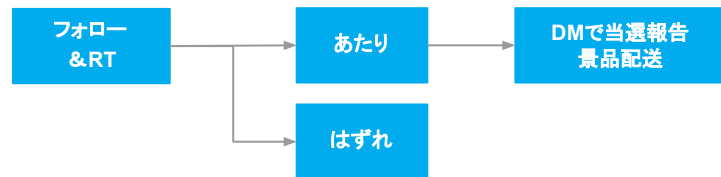
— キャンペーン詳細

コイケヤ公式ツイッターをフォロー & RTをすることで応募完了。

当選者にはその場でDMで当選連絡がくる。

「KOIKEYA The海老」2袋「KOIKEYA Theのり塩」2袋「KOIKEYA The 麴塩」2袋の計6袋が50名に当たるキャンペーン。

— キャンペーンフロー



— こんなキャンペーンにおすすめ

- ・商品の認知度拡大
- ・アカウントのフォロワーを増やしたい場合

湖池屋 コイケヤ【公式】
@koikeya_cp

＼その場で当たる★／
KOIKEYA The 海老、爆誕！🔥🍤
全部あげちゃうプレゼントキャンペーン

- 1 @koikeya_cpをフォロー
- 2 本投稿を6/1 11:59迄にRT
- 3 当選者のみに即時DM

6/5まで毎日当選チャンスあり！
計50名様にThe KOIKEYA全種を🎁
#湖池屋 #TheKOIKEYA
規約:monipla.com/echoes/page/60...

The screenshot shows a tweet from the official account of Koikeya (湖池屋 コイケヤ【公式】 @koikeya_cp). The tweet is in Japanese and promotes a contest. The main text says 'NEW! 計6袋当たる!' (NEW! Total 6 bags win!). Below this, there are three images of Koikeya products: 'KOIKEYA The 海老' (KOIKEYA The Ebi), 'KOIKEYA The のり塩' (KOIKEYA The Nori Salt), and 'KOIKEYA The 麴塩' (KOIKEYA The Mugi Salt). The bottom part of the tweet says 'KOIKEYA The 海老、爆誕! 全部あげちゃう! プレゼントキャンペーン' (KOIKEYA The Ebi, explosive birth! Giving away everything! Gift campaign). It also mentions '計6袋当たる! 50名様' (Total 6 bags win! 50 people). The bottom left shows the time '0:07' and the number of replies '31.7万 件の表示' (31.7k replies shown).

② リプライをランダムで送信する型

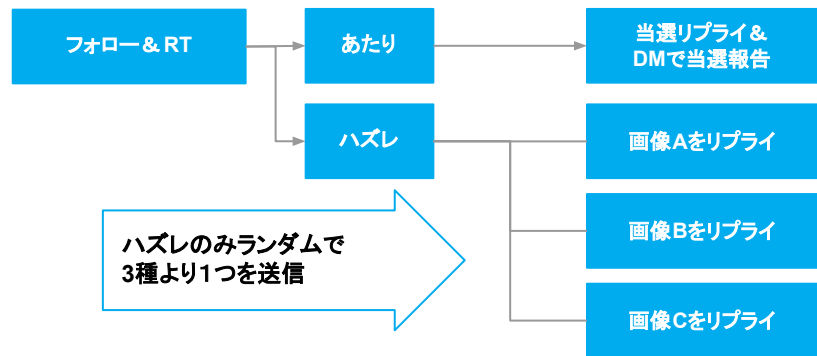
— キャンペーン詳細

フォロー&RTで参加できるキャンペーン。

当選者にはガーナの詰め合わせをプレゼント、ハズレの方には3種の中からランダムで画像付きのオートリプライを送信。

ランダムの中にも確率があり、レアなりプライも存在した。

— キャンペーンフロー



— こんなキャンペーンにおすすめ

- 商品の特性をいろんなパターで知ってもらいたい場合
- アイドルやアーティストなどの複数種の画像などがある場合

The screenshot shows a Twitter thread for a campaign by @ghana_recipe. The main tweet, from @ghana_recipe, is in Japanese and says: "#キミの笑顔がいちばんのプレゼント 抽選で合計300名様にガーナ詰め合わせ 📺". It mentions a 5/8 chance daily and asks users to follow and retweet. Below the tweet is a small illustration of Snoopy wearing headphones. The thread includes a link to the campaign page (lotte.co.jp/products/brand...) and a hashtag #ガーナ. To the right of the tweet are two smaller images: one of a person holding a chocolate bar and another of a person holding a chocolate bar with a speech bubble saying 'おめでとう' (Congratulations).

③ 時間差リプライを使った型

— キャンペーン詳細

フォロー&RTで参加できるキャンペーン。12/31の23:59までにフォロー&RTで応募をしておくことで元旦に参加者全員にインセンティブとして全7種類のweb年賀状(画像)の中からランダムで1枚をプレゼント。

— キャンペーンフロー

12/31までにフォロー & RT

1/1にリプライでインセンティブ
(画像)がランダムで送られてくる

— こんなキャンペーンにおすすめ

- ・特定のイベントに合わせた形のキャンペーンを行いたい場合
- ・ゲームのリリースなどのリマインドを行いたい場合



選択肢 (カンパセーションナルカード) を使用した型

④

クイズを使用した型

商品理解におすすめ

⑤

大喜利系の型

コミュニケーションにおすすめ

⑥

投票の型

話題性を求める方におすすめ

⑦

ゲームを使用した型

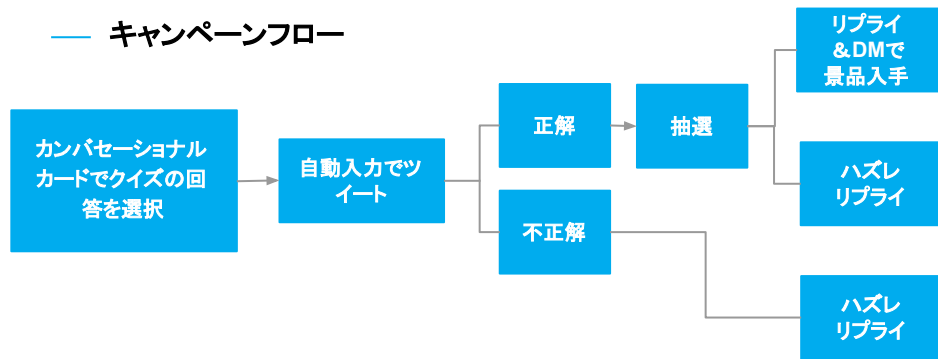
参加者を増やしたい方におすすめ

4 クイズを使用した型

— キャンペーン詳細

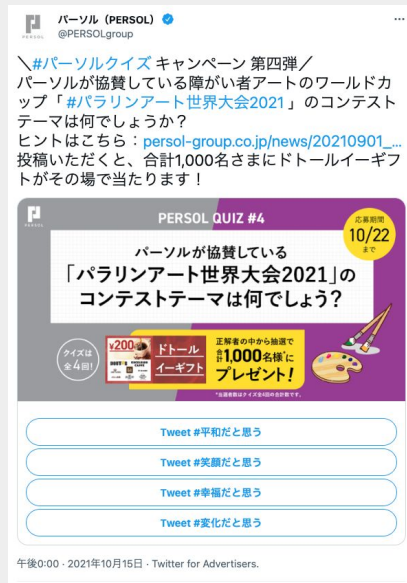
公式アカウントをフォロー＆カンバセーションボタンからクイズに答える。
自動入力された内容をそのままツイート。
正解者の中から抽選で1,000名にドトールイーギフトがその場で当たる
キャンペーン。

— キャンペーンフロー



— こんなキャンペーンにおすすめ

- ・ユーザーに考えてもらう時間を作ることで、商品について知ってもらったり考えてもらうきっかけを作りたい場合
- ・懸賞ユーザーを避けて当選者を出したい場合

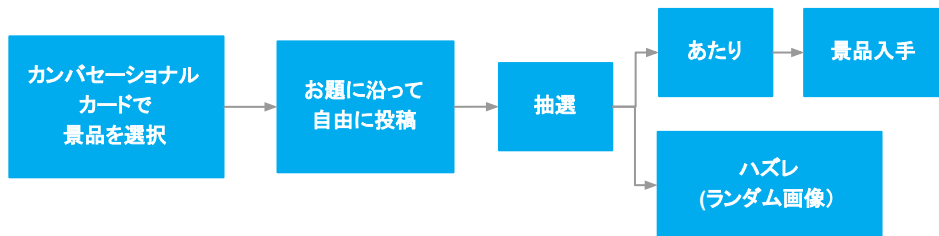


5 大喜利系の型

— キャンペーン詳細

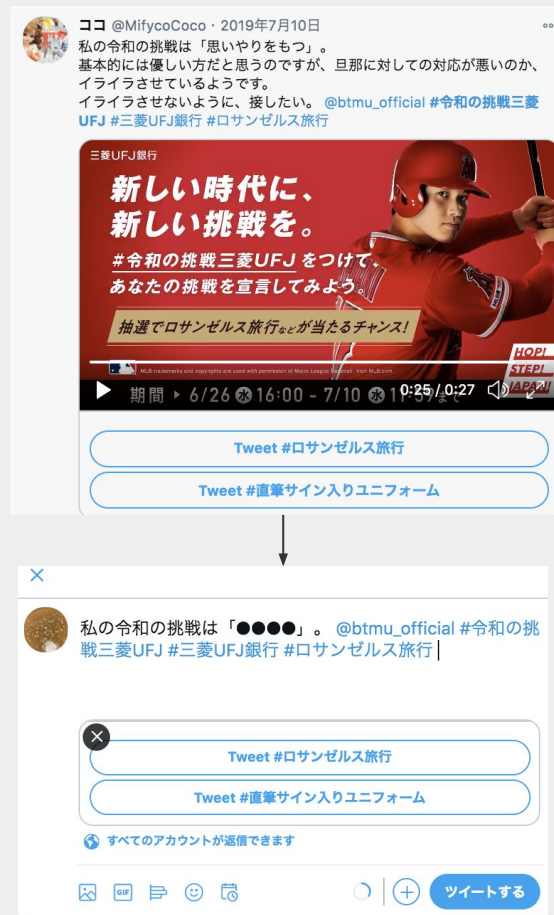
ユーザーが、カンパセーショナルカードで景品を選択。
その後、「私の令和の挑戦は」の続きをユーザーが記入し投稿。
それに対してランダムで画像を返信する。また同時に抽選を行い、プレゼントが当たるキャンペーン。

— キャンペーンフロー



— こんなキャンペーンにおすすめ

- ・クチコミを集めたい場合
- ・話題性のあるキャンペーンにしたい場合
- ・UGCを作ること、ユーザーと直接コミュニケーションを図る

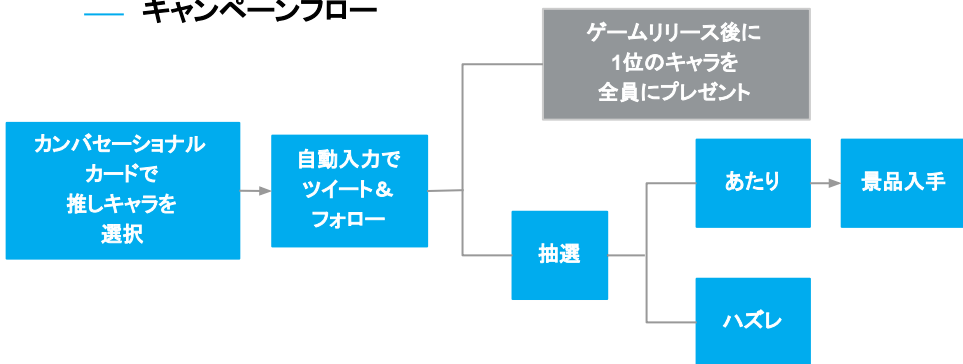


6 投票の型

—— キャンペーン詳細

カンパセショナルカードで推しキャラを選択してツイート。
1位になったキャラクターはゲームリリース後に全員プレゼントされる。
また公式アカウントのフォロー & 投稿で声優サイン色紙とamazonギフト券がその場で当たるキャンペーン。

—— キャンペーンフロー



—— こんなキャンペーンにおすすめ

- ・参加したユーザー間で話題を作りたい場合
- ・拡散力のあるキャンペーンをしたい場合

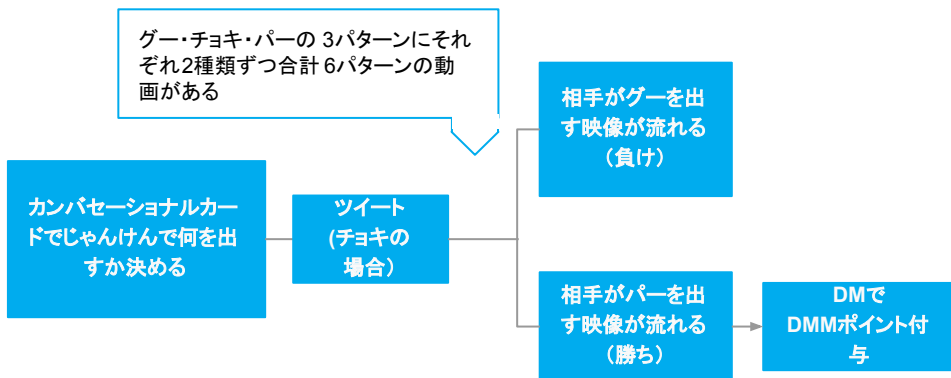


7 ゲームを使用した型

— キャンペーン詳細

公式アカウントをフォローして、カンバセーショナルカードを使ってじゃんけんを行うキャンペーン。何を出すか選択すると自動入力でツイートされ、その中のハッシュタグとメンションがトリガーになり抽選をする。勝つとDMMポイントがもらえる。期間中は毎日参加することができた。

— キャンペーンフロー



— こんなキャンペーンにおすすめ

- ・ゲーム性のあるキャンペーンで参加者を増やしたい場合
- ・キャンペーンに話題性を持たせたい場合



メンション & ハッシュタグをトリガーとした型

8

リプライでカンバセーショナルカードを使った型

ストーリー性を持たせたい方におすすめ

9

カンバセーショナルカード風 LP を使った型

独自性が欲しい方におすすめ

10

外部LPを利用した型

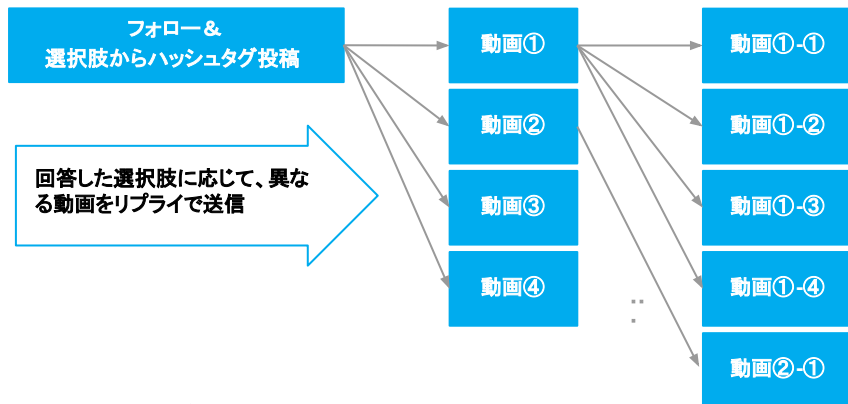
他のCPとの差別化におすすめ

⑧ リプライでカンバセーショナルカードを使った型

— キャンペーン詳細

多段に重なったカンバセーショナルカードを使用したキャンペーン。
シナリオを進めて発生した選択肢をクリアしお宝探しをする、
合計16(4×4)通りあるストーリー仕立てのキャンペーン。

— キャンペーンフロー



— こんなキャンペーンにおすすめ

- ・キャンペーンにゲーム性を持たせたい場合
- ・ゲーム内に登場するキャラクターを知ってもらいたい場合

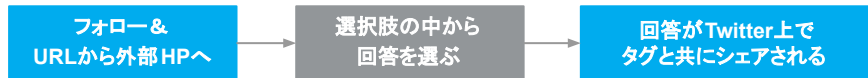


9 カンパセーショナルカード風LPを使った型

— キャンペーン詳細

今までTwitter上で、4択のカンパセーショナルカード等でしか表現できなかったデザインを、Twitterのデザインに模した外部サイト等で行うことで、あたかもTwitterでキャンペーンに参加しているような感覚にしているキャンペーン。

— キャンペーンフロー



— こんなキャンペーンにおすすめ

- ・ユーザーがツイートする内容に独自性を持たせたい場合
- ・公式HPのPV数やセッション数を増やしたい場合

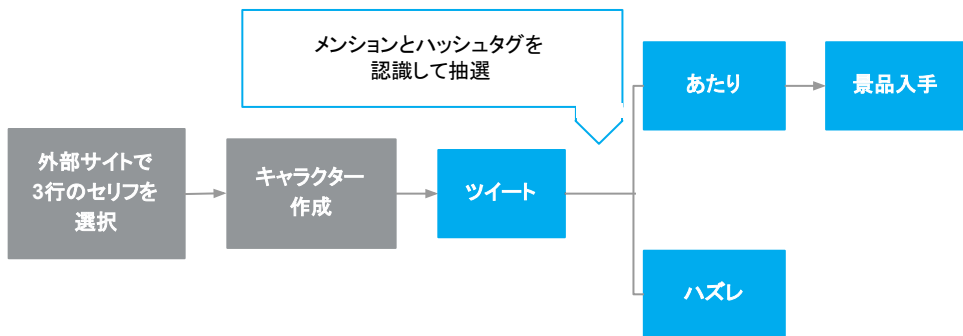


10 外部LPを利用した型

—— キャンペーン詳細

キャンペーン特設ページで自分好みのキャラクターとセリフを作成し、希望する景品の「ツイート」ボタンからツイート。セリフをつぶやいたキャラクターの画像がTwitterに投稿される。
システム上でツイートを確認し、メンションとハッシュタグが確認できた人へ当落結果のついたリプライを送信。

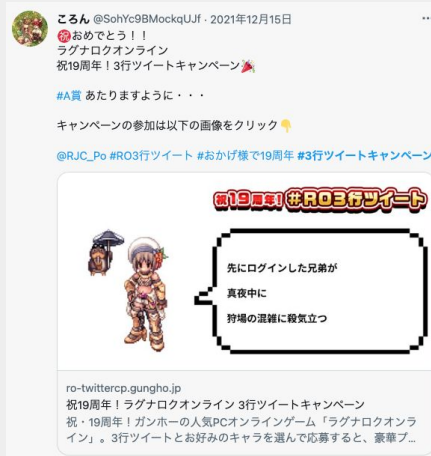
—— キャンペーンフロー



—— こんなキャンペーンにおすすめ

- ・キャンペーンのLPを作ることによってユーザーの流入経路を増やしたい場合
- ・LPでキャラクター作成という他のキャンペーンとの差別化をしたい場合
- ・LPを使ったキャンペーンをSNSで拡散したい場合

祝19周年！ラグナロクオンライン3行ツイートキャンペーン



インスタントウィンキャンペーンは様々な形での開催が可能です。
キャンペーンの企画に合わせて、最適な良い型に当てはめて
インスタントウィンキャンペーンを開催しましょう。
弊社ではこれまでの知識・ノウハウをもとに最適な型のご提案も可能です。

出張セミナー・ウェビナーのご案内

設立16年間のSNSキャンペーンノウハウを、無料でご提供いたします。

日々研究を重ねるキャンペーン知識を御社のご提案に活用いただくべく、
セミナーを無償にて開催しております。

セミナー内容は、ヒアリング・ご要望に合わせて、
弊社側からご提案が可能です。

質疑応答の時間もございますので、悩みや疑問にもお答えすることができます。新入社員の研修や、クライアントへの提案力をアップしたいといった課題にお役立てください。

まずはメールもしくは担当者へのお電話でのご相談をお待ちしております。



最後までご覧いただきありがとうございます。

NONAME Produceはキャンペーンのサイト制作や、
デジタルプロモーション全般を得意としております。
クリエイティブ・サイト制作・キャンペーン企画等
ご相談いただければ幸いです。

ご質問・ご要望など、お気軽にご連絡くださいませ。

[弊社ポートフォリオはこちら](#)

[お問い合わせはこちら](#)

会社名 株式会社NONAME Produce



創業 2006年8月

代表取締役 村上烈

所在地 〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-23-1 新宿マルネビル 10F

事業内容 WEBサイト、モバイルサイト制作、WEBシステム構築、
WEBを活用した広告キャンペーンの企画・製作・運用

企業HP <https://n2p.co.jp/>