



手間が
いらない

キャンペーン担当者様必見！

フォロー&リツイートキャンペーン 効果と6の型

目次

- 01. 概要
- 02. 効果
- 03. 準備
- 04. キャンペーン6の型

INSTANTWIN CAMPAIGN

01. フォロー&リツイートキャンペーンとは？

フォロー&リツイートキャンペーンとは、ツイッター上で行われている
キャンペーンの手法のひとつです。**フォロワーの獲得や商品の認知を目的**としています。
フォロー&リツイートキャンペーンといってもさまざまな手法が存在し、
それぞれの手法によって**達成される目的が異なるため、多種多様なアプローチをすることができます**



アカウントフォロー



公式アカウントの
投稿をRT



システムで
リツイート収集



当選DM配信

02.フォロー&リツイートキャンペーンで得られる効果

企業

フォロワーの増加につながり、顧客と継続的にコミュニケーションを取れるようになる

拡散力が高く、**認知向上**につながる

運用にかかる工数が少なく、**運用の難易度が低い**

クチコミやアカウント情報を見て
当選者を決められるため
関心の高い顧客にアプローチできる

UGCを獲得することでユーザーにとって
信頼感のあるコンテンツを作れる

顧客

興味ある企業アカウントをフォローすることで
お得な情報やキャンペーンを見逃しにくくなる

フォロー&RTするだけで参加できる

当選もDMで届くため、キャンペーンに参加するにあ
たって**登録などの手間**がいない

RTするだけなので、怪しいキャンペーンの場合でも
情報を取られる心配が少ない



03. 必要な準備



01. キャンペーンを行う目的とゴールを決定

例) 新商品のプロモーション、フォロワー増加、認知拡散、
サービスの影響力向上、UGC獲得など



02. フォロー&リツイートキャンペーンの型を選ぶ

詳細は04に記載



03. キャンペーンの内容を決める



04. インセンティブと当選者を決定

キャンペーンの
詳しい作り方はこちら！



04.フォロー&リツイートCP6の型

① フォロー&RTの型

④ フォロー&RT+UGCの型

② RTキャンペーン+
アプリダウンロードの型

⑤ フォロー&RT or いいねの型

③ フォロー&RT+オートリプライの型

⑥ カンバセーションカードを使用した型

① フォロー&RTの型

● キャンペーン詳細

「鬼滅の刃」デザイン豆菓子販売記念として行ったキャンペーン。期日までに公式アカウントのフォローと対象のツイートRTすること申し込み完了。後日当選者はDMで当選連絡。

● キャンペーンフロー

1/27までに公式アカウントフォロー&RT

DMで当選連絡

● 効果

#認知拡散

#ユーザーと
直接やりとり



＼ #鬼滅の刃 コメダ珈琲店 /
「鬼滅の刃」デザイン豆菓子販売！
販売記念フォロー&RTキャンペーン！
抽選で10名様に豪華賞品プレゼント！

▼応募方法

- ① @KomedaOfficial をフォロー
- ② この投稿をRT
- 締切 1/27 23:59
- ③ 当選者にのみDMが届きます

応募規約

komeda.co.jp/kimetsu2022/#t...



【コメダでド派手にくつろげ！】

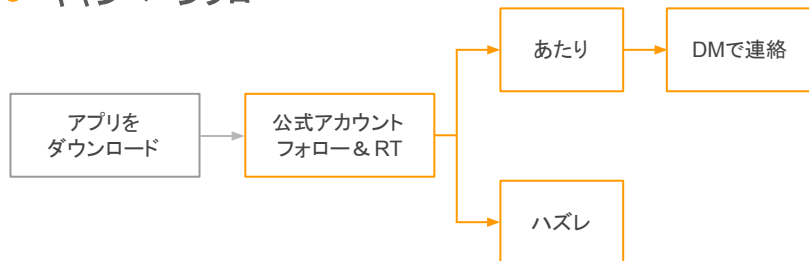
鬼滅の刃 × コメダ珈琲

② RTキャンペーン+アプリDLの型

● キャンペーン詳細

アプリのダウンロードと、公式アカウントのフォロー & RTで応募完了。応募者の中から抽選で3名にamazonギフト券1000円分が当たるキャンペーン。

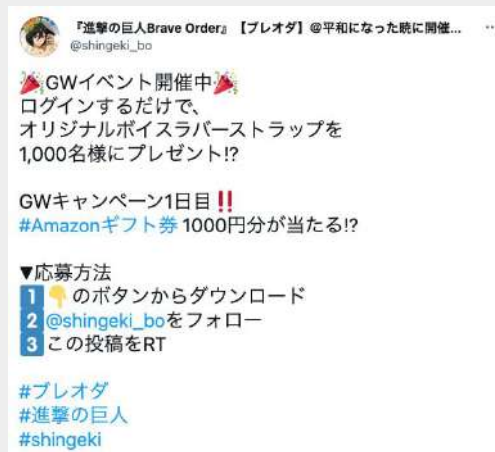
● キャンペーンフロー



● 効果

#認知拡散

#アプリ
ダウンロード向上



【進撃の巨人 GWキャンペーン】

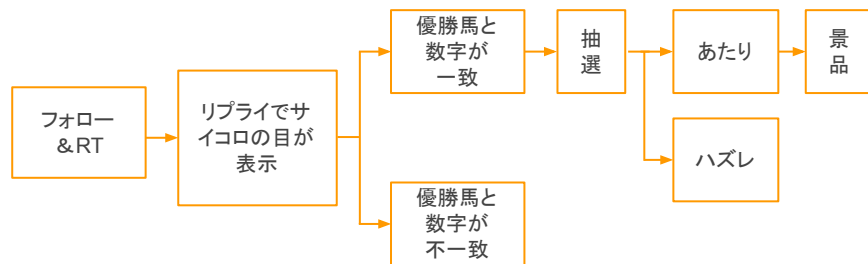
進撃の巨人 Brave Order

③ フォロー&オートリプライの型

● キャンペーン詳細

Twitterで対象ツイートをリツイートすると、オートリプライでサイコロの目が帰ってくる。それとダービーの優勝馬の番号が一致した人の中から抽選で名に、EJOICA 10000円分のギフトをプレゼント。

● キャンペーンフロー



● 効果

#認知拡散

#リプライ
コスト削減



【桃太郎電鉄ダービー】

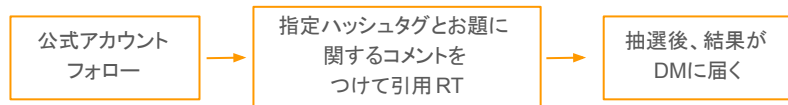
日本ダービー × 桃太郎電鉄

④ フォロー&RT+UGCの型

● キャンペーン詳細

天然水スパークリング 贅沢しぼりグレープフルーツ」の新登場を記念し、「飲みたい気持ち」や「リフレッシュしたいこと」をツイッターでシェアしていただく引用リツイートキャンペーン。大声で伝える、絵文字だけで伝えるなど毎日お題が変化。

● キャンペーンフロー



● 効果

#認知拡散

#UGC



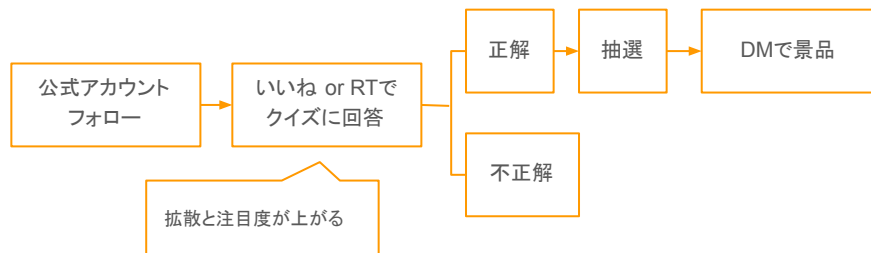
【天然水スパークリング「#贅沢絞り」引用リツイートフェス】
サントリー

⑤ フォロー&RT or いいねの型

● キャンペーン詳細

函館スプリントステークスの優勝馬に関するクイズに答えるキャンペーン。カンパセーショナルカードとは異なり、いいねとRTで回答することで他の記事やアカウントで取り上げられやすくなったり、拡散力が上がるキャンペーンになっている。

● キャンペーンフロー



● 効果

#認知拡散

#イベントの
注目度向上

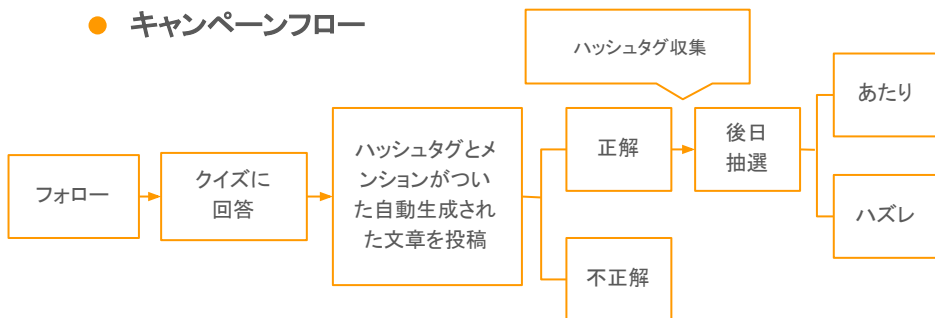


⑥ カンパセーションカードを使用した型

● キャンペーン詳細

公式アカウントのフォローと毎日出題される#トリトリクイズがついた問題に答えることで応募。答えはリプライで画像で送られてくるが、自分以外の人が見るとその画像は問題文として表示されている。ハッシュタグとメンションがトリガーとなって抽選を行う。当選者にはPS5やNintendo Switchが当たる。

● キャンペーンフロー



● 効果

#認知拡散

#商品理解を
深める

#特殊な
画像リプライ



フォロー&リツイートキャンペーンは
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た最適な型に当てはめて
フォロー&リツイート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。

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/>