



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

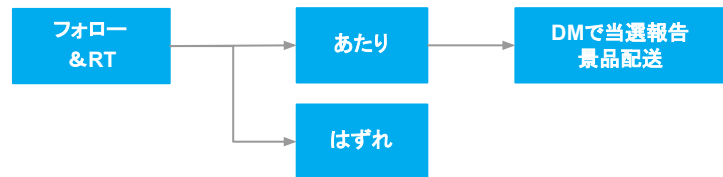
— キャンペーン詳細

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



② リプライをランダムで送信する型

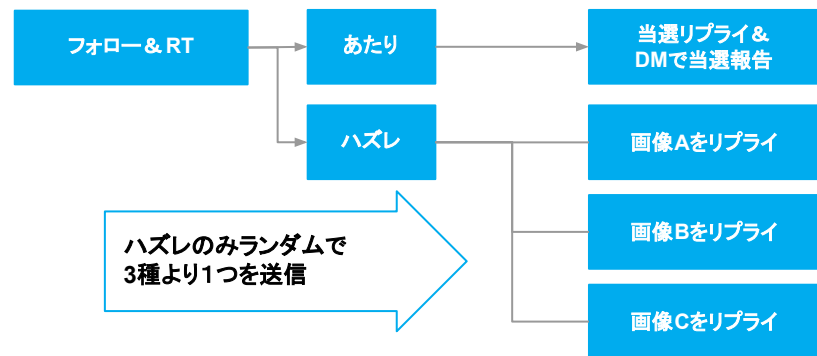
— キャンペーン詳細

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

ガーナチョコレート【公式】
@ghana_recipe

#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📦

RTしたらその場で結果が分かる！
ガーナ以外にも #PEANUTS の仲間たちのスマホ壁紙
📱
チャンスは5/8まで毎日♪

①@ghana_recipe をフォロー
②この投稿をRT

規約
lotte.co.jp/products/brand...
#ガーナ

キミの笑顔が、
いちばんの
プレゼント。

5/8まで毎日チャンス！
抽選で合計300名様に
ガーナ詰め合わせをプレゼント！

フォロー&リツイート
キャンペーン

0:03 81.9万 件の表示



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

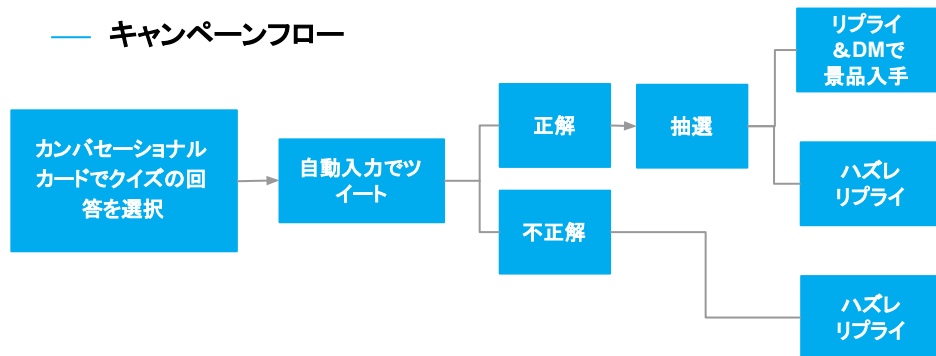
参加者を増やしたい方におすすめ

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

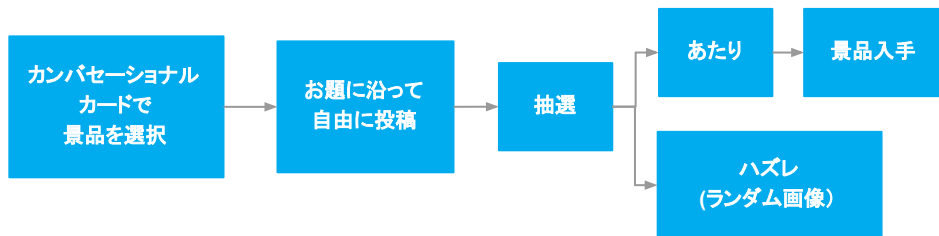


5 大喜利系の型

— 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

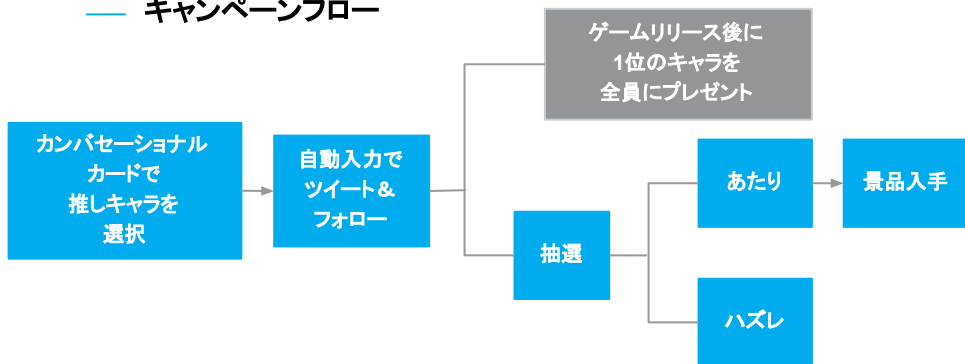


6 投票の型

— 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

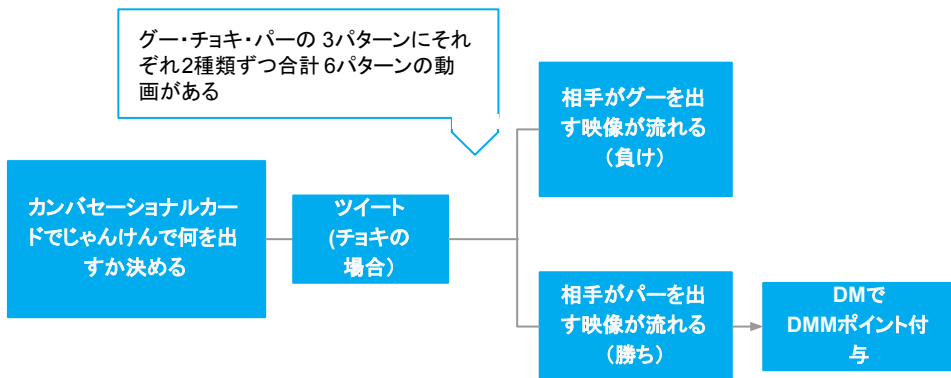


7 ゲームを使用した型

— キャンペーン詳細

公式アカウントをフォローして、カンパ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

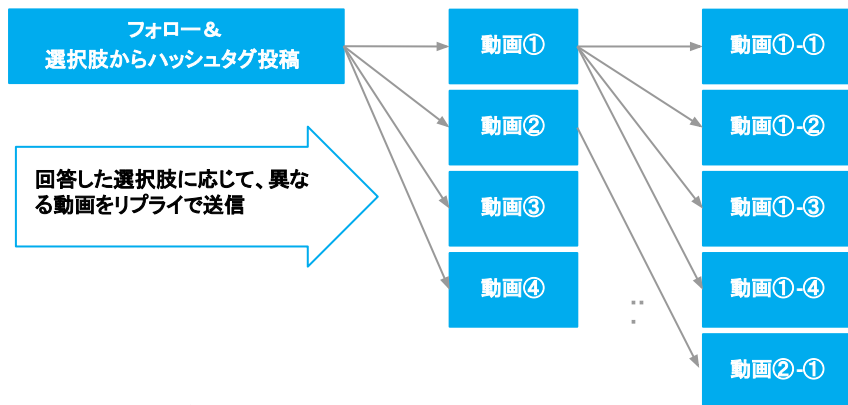
他のCPとの差別化におすすめ

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

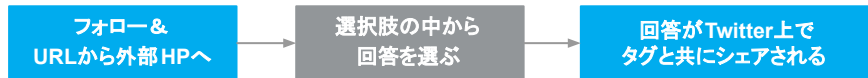


⑨ カンパセーショナルカード風LPを使った型

— 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

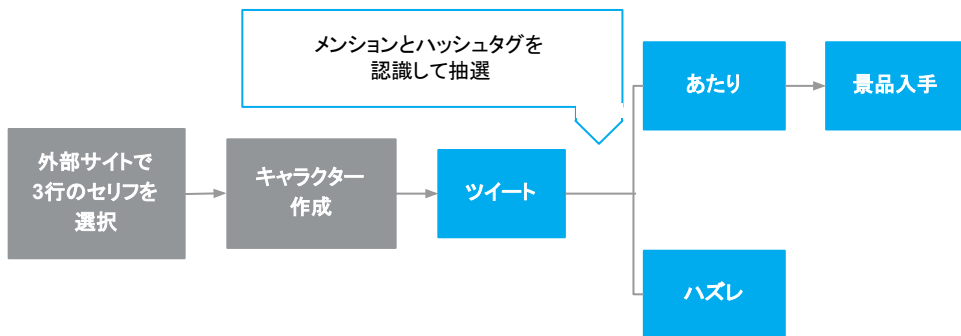


10 外部LPを利用した型

— 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



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。

出張勉強会のご案内

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。

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、弊社側からご提案が可能です。

お問合せフォームや担当へのメールにてお気軽にご連絡ください。



多数の現場での実績がございます



オンラインでの開催もご対応

[セミナーテーマ例はこちら](#)

出張勉強会実施までの流れ

STEP1

お問い合わせ

まずはお気軽に、課題感だけでもお聞かせください！

STEP2

ご提案

課題に応じた **最適なメニュー**をご提案いたします。

STEP3

開催前確認

開催当日の流れ・環境設備・参加人数について確認をいたします。

STEP4

開催

ご指定の日時・場所にて実施いたします。
オンラインでの実施も可能です！

n2p LINE公式アカウント 友だち募集中！



- 最新SNSキャンペーン事例のブログ
- キャンペーン作りのお役立ち資料
- ウェビナー開催情報 等

お役立ち情報を配信しています！

ちょっとしたご質問やご相談も受け付けています。

皆さまの友だち追加、お待ちしております！



毎週金曜日にお届け！



最新のお役立ち資料もこちらからお知らせします

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/>