



5
分
で
分
か
る

Twitter運用で伸び悩んでいる方必見！

キャンペーンで突破する 解決法とその理由

目次

- 01. はじめに
- 02. 2つの大きな課題
- 03. 課題1
- 04. 課題2
- 05. アカウント事例
- 06. まとめ

MANAGEMENT × CAMPAIGN

01. はじめに

SNS運用をしている中で、様々な目的を持って運用しているかと思います。
その中でも多種多様な課題が発生します。

投稿内容を見直してみたり、広告を回すことで課題解決に導くことも可能ですが
今回は、**Twitter運用とTwitterキャンペーンを併用する**ことで
解決できる方法をご紹介します。

02. Twitter運用で発生しがちな2つの大きな課題

フォロワーが増えない
(そもそも見ている人が少ない)



フォロワーが増えなくて、
投稿しても意味ないんじゃないか...

いいねやRTなどの
エンゲージメントが貰えない！
(反応してもらえない)



フォロワーいるのに投稿に全
然反応がない...

SNS運用をしたことのある方なら一度は直面したことのある課題...

**そんな課題をキャンペーンを行うことで解決
できる可能性があります。**

03.

課題1 フォロワーが増えない(そもそも見る人が少ない)

03. 課題1:フォロワーが増えない(そもそも見てもらえない)

オーガニック投稿をきっかけにフォローしてもらう
シーンを下記に記載してみました。



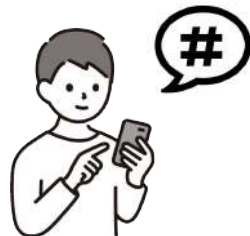
そもそも商品や企業の
ファンでTwitterで検索
してくれた！



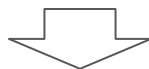
他のユーザーのRTや
コメントを見て
興味を持った



店頭などでTwitterアカウ
ントの告知がされていた



他のユーザーのハッシュ
タグ投稿をみてフォローし
てくれた



他にも例はあると思いますが、全てに共通するのは、
すでにその商品や企業に理解があり好意があることが前提
になってしまっています。

03. フォロワーが増えない(そもそも見てる人がいない)

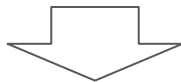
すでにその商品や企業に理解があり好意があるユーザーには
「アカウントの存在を知って貰うこと」でフォロー獲得の可能性はありますが、
まだ興味がある程度のユーザーには「フォローするきっかけが必要」になってきます。



既に知っている/好きな人には
「アカウントを知ってもらうきっかけ」が必要



まだよくわかっていないユーザーには
「フォローするきっかけ」が必要

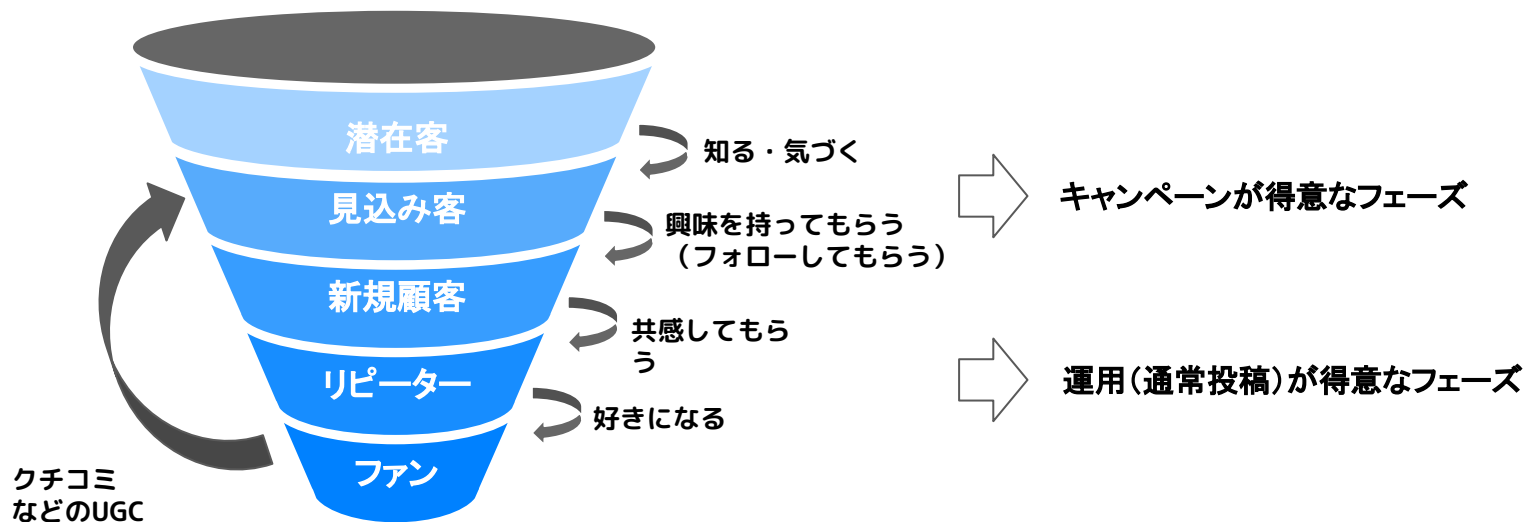


このきっかけを作ることに关してキャンペーンはとても向いています。

03.フォロワーが増えない(そもそも見てる人がいない)

下記の図は、一般的に成功しやすい Twitterアカウントの運用フレームです。

キャンペーンは「企業アカウントをフォロー」+「アクション」でインセンティブを付与の抽選に参加できるため、知ってもらいきっかけや興味を持ってもらいきっかけ作りが得意となっています。また、RTやいいねをトリガーにすることによって、フォロワーのフォロワーにも拡散されていくため、すでにその商品や企業に理解があり好意があるユーザーにもアカウントの存在を知って貰うことのきっかけにもなります。



04.

課題2 いいねやRTなどのエンゲージメントが貰えない！

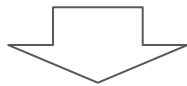
04.課題2:いいねやRTなどのエンゲージメントが貰えない！

フォロワーもある程度増え、投稿も頻繁にしているのに、いいねやRT、コメントなどをしてもらえないという課題

一般的にフォロワーの1%がエンゲージしてくれることを目指すべきと言われています。

例:10,000フォロワーの場合100個のいいね

フォロワーいるのに投稿に全然反応がない...



そもそも**フォロワーのタイムラインに投稿が表示されていない可能性**があります。
次のページではその理由を説明いたします。

04.課題2:いいねやRTなどのエンゲージメントが貰えない！

近年Twitterのタイムライン表示アルゴリズムに重要な変更がありました。
Twitterの表示設定には2種の設定ができるようになっています。

最新ツイート表示設定

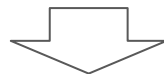


最新ツイート表示設定は、言葉の通り
『あなたのフォロワーさんの最新ツイート
(リツイート含む)』
が順番に表示される設定

ホーム表示設定(デフォルト)



『普段閲覧または反応しているアカウントやツイートといっ
たTwitter上のアクティビティに
基づくおすすめ。』から表示される設定



上記の「ホーム表示設定」のままのユーザーが 80%と言われています。
すなわち、フォローしていても、エンゲージやアカウントの閲覧をしていないアカウントの投稿は
そもそも表示されていない可能性 が高いということです。

04.課題2:いいねやRTなどのエンゲージメントが貰えない！

投稿をみられやすい状態に！

Twitterキャンペーンは

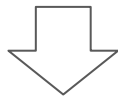
「企業アカウントをフォロー」+「アクション」を前提としており、フォロワー獲得と拡散のハードルを大きく下げて行動を促すことができます。

結果、Twitterキャンペーンを実施することにより

- Twitterアカウントをフォロー（フォロワー獲得）
- Twitterでの情報拡散（トレンド・話題獲得）
- Twitterでアクションしたことにより、今後の投稿が表示されやすくなる

といった、メリットを得ることが可能になります！

キャンペーンでRT
やいいねを
数回してもらう



Twitter上のアクティビティに
基づくおすすめになるため
タイムラインに表示
されやすい状態に！

04. キャンペーンやっても

懸賞目当てのユーザーしか集まらないんじゃないの！？

懸賞ユーザーが多く集まってしまうという
課題をよく聞きますが、
懸賞目当てのユーザーも一人の人間です。
懸賞目当てからフォローし購買へつながる率も
通常のユーザーと変わらないとの検証結果も出ています。

重要なのは、フォロワーを集めた後に通常投稿でどれだけファン
にさせるかが重要です。

また、キャンペーンインセンティブを企業や、商品にゆかりのある
ものにすることで
ある程度参加ユーザーをセグメントすることも可能です。



キャンペーンやっても懸賞
ユーザーばかりじゃ...

運用とキャンペーンをバランスよく実施している
アカウント事例

05. デルモンテ [@kikkoman_del](#)

by キッコーマン
フォロワー17万人

● キャンペーン投稿

フォロー＆リツイートで抽選で景品が当たるキャンペーンを行っている。

● 通常投稿

今日は〇〇の日や季節のイベント(七夕やハロウィンなど)、レシピ紹介やクイズなどの投稿をしている。

● 投稿頻度

通常投稿→毎日

キャンペーン→月に一回ほど二週間のキャンペーンを行っている。

● ポイント

キャンペーンではアカウントの存在を知ってもらい

通常投稿では、ひたすらトマト料理の訴求を行ってファン化させている

投稿内容

01.

キャンペーン投稿

フォロー＆リツイート
フォロー＆プレゼント
RT&リプライ



02.

通常投稿

〇〇の日
イベント物
レシピ紹介
あみだくじ
クイズ
など



@jagarico_cp

フォロワー40万人

● キャンペーン投稿

フォロー＆リツイートで抽選で新発売の商品が当たるキャンペーンや、投票でUGCを狙ったキャンペーンを行っている

● 通常投稿

モーメントに合わせた投稿や、ミームを使用したネタ投稿、新商品の告知など

● 投稿頻度

通常投稿→毎日

キャンペーン→月に2回ほど1週間のキャンペーンを行っている。

● ポイント

ファンや、未フォローユーザでも参加しやすい単純なキャンペーンそして、ファンや、それ以外からも愛されるような運用で2年で40万人というフォロワーを達成。エンゲージ率も高い

投稿内容

01.

キャンペーン投稿
フォロー＆リツイート
フォロー＆投票
のようなUGC系



02.

通常投稿
ネットミームになどの
ネタ投稿系や、
新商品の告知
中の人運用



05. Anker JAPAN @Anker_JP

by Anker Japan
フォロワー24.5万

● キャンペーン投稿

フォロー＆リツイート新製品が当たる CPや、
通年のキャンペーンでフォローすると延長サポート期間が伸びる
キャンペーンを行っている。

● 通常投稿

基本的にはセール情報や新製品の訴求を行っている。

● 投稿頻度

通常投稿→1週間で5投稿程度

キャンペーン→月に1回ほど1週間のキャンペーンを
行っている。

● ポイント

製品のファンが多いことから、それに合わせたキャン
ペーンや、投稿を行っている。

うまくファンの囲い込みができています。

投稿例

01.

キャンペーン投稿



02.

通常投稿

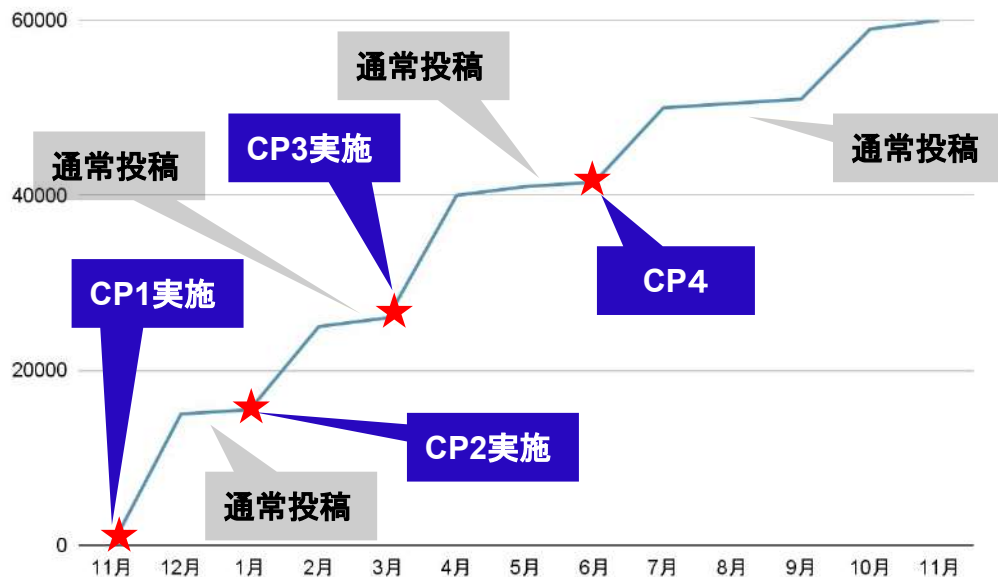
新製品紹介やイベント
告知など



06.まとめ

キャンペーンと運用はバランスが大事です。

キャンペーンで「知ってもらう」「興味を持ってもらう」、通常投稿で「共感」「好きになってもらう」ことで見てもらえる人を増やしながらファン化させていくのが成功のポイントです。



創業16年、キャンペーンサイトを専門に過去300社以上の案件を実施！
 培ったノウハウを武器に、効果が出るキャンペーンツールを提供しています。
 キャンペーンから運用まで一括しての戦略作成も可能です！

ゲーム、エンタメ、飲食、販売店様など多種多様な業界のTwitterキャンペーンのお手伝いをさせていただき、フォロワーの増加や、認知の拡大など顧客が抱えていた課題の解決のお手伝いをさせていただいております。

<https://n2p.co.jp/>



FRISK様/偉人の格言キャンペーン



クリネックス様/鬼滅の刃コラボキャンペーン



大塚製薬様/カロリーメイト x 米津玄師



Cash様/幹事検定

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/