



アカウントの

注目度

を高める!

SNS運用を急上昇させる秘策 | X_(旧Twitter)編

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
全然反応がないな...

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。



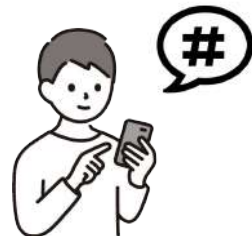
そもそも商品や企業の
ファンでTwitterで検索
してくれた！



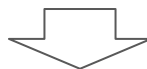
他のユーザーのRTや
コメントを見て
興味を持った



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)

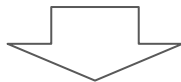
すでにその商品や企業に理解があり好意があるユーザーには
「アカウントの存在を知って貰うこと」でフォロー獲得の可能性はありますが、
まだ興味がある程度のユーザーには「フォローするきっかけが必要」になってきます。



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

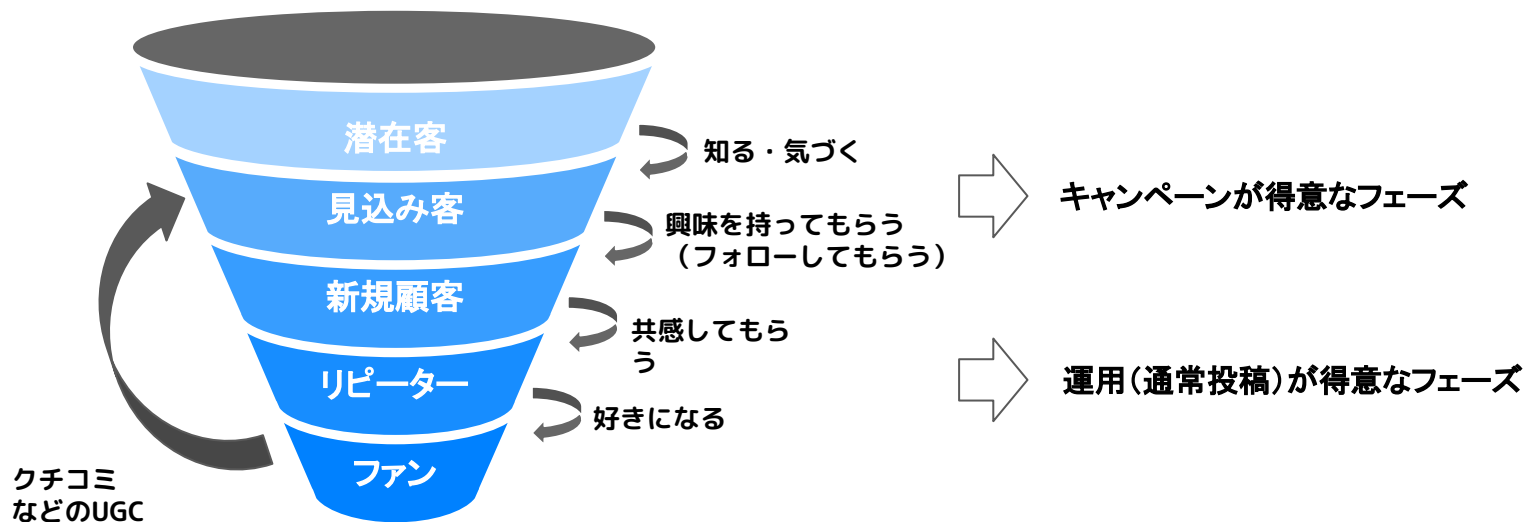


このきっかけを作ることに关してキャンペーンはとても向いています。

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！

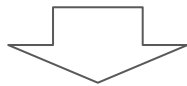
04.課題2:いいねやRTなどのエンゲージメントが貰えない！

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

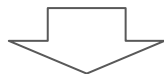


最新ツイート表示設定は、言葉の通り
『あなたのフォロワーさんの最新ツイート
(リツイート含む)』
が順番に表示される設定

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！

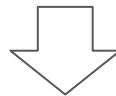
Twitterキャンペーンは
「企業アカウントをフォロー」+「アクション」を前提としており、フォロワー獲得と拡散のハードルを大きく下げて行動を促すことができます。

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



05. じゃがりこ [@jagarico_cp](https://twitter.com/jagarico_cp)

byカルビー
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

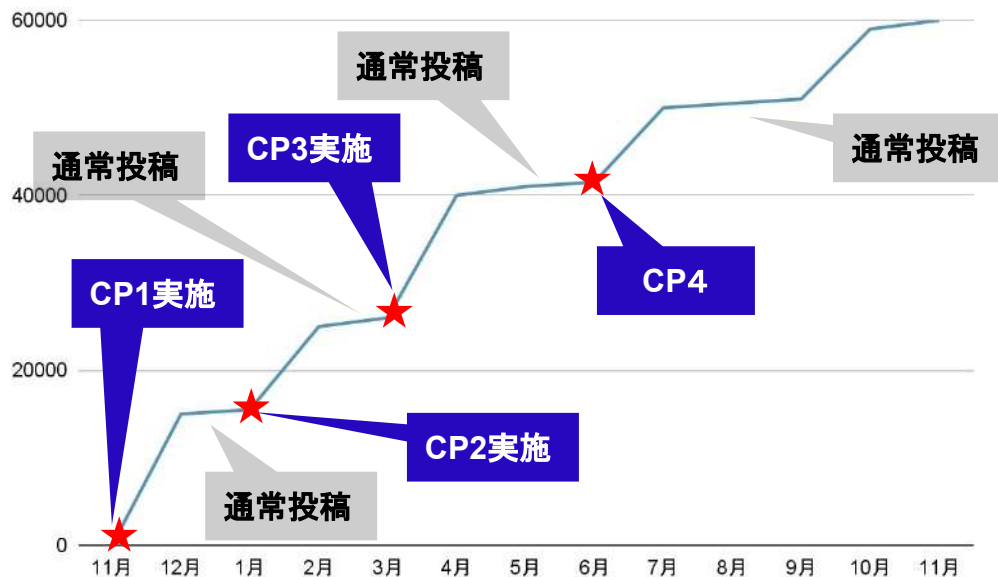
新製品紹介やイベント
告知など



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。





その他のご案内

弊社パッケージサービス一覧



Web

Aha!

連携可能
X LINE
Instagram TikTok

キャンペーンパッケージ

Web即時抽選 /くじ	画像/動画生成
マストバイ	投票/コンテスト
クイズ/謎解き	ARキャンペーン
ゲーム	診断/検定
写真投稿	UGCキャンペーン
イベント連携施策	来店促進施策
chatGPT活用	Instagram インスタントウィン
友達紹介施策	

X

BirdCall.

分析・管理

運用とキャンペーンで総合戦略
BirdCall

オーガニック運用・広告運用代行

X運用戦略	X広告運用
-------	-------

キャンペーンパッケージ

BirdCall for Entertainment
ファンコミュニティを形成する新しいキャンペーン

BirdCall Pro
複数アカウントでのキャンペーン放題！

インスタントウィン RTWIN (URL型)	マストバイ Receet レシート /シリアル /マイレージ /
後日抽選系	クイズ /診断 /画像合成

LINE

Aha!
for LINE

Web即時抽選 /くじ	友達紹介
マストバイ	診断/検定

他 Aha!のラインナップ全て対応可能

Instagram

ハッシュタグ収集

運用代行 /広告

TikTok

ハッシュタグ収集

コンテスト

and more

お役立ち資料



キャンペーンお役立ち資料
多数ご用意しております

ダウンロードはこちらから →

事例探しにお困りではありませんか？



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

あなたの「知りたい」を叶える
n2pのブログが進化しました。
キャンペーン事例を
カテゴリーワンクリックで
検索することができます。
是非お役立てください！



https://www.youtube.com/channel/UCExTxPTU_nefsKC8FztNPg

Youtubeでは毎日キャンペーン
考察動画をあげています！
定期的にチェックいただければ
幸いです

皆様のご意見を元にお役に立てるコンテンツを制作いたします。

当社では日々キャンペーンに関する研究を行い、企画の提案方法から事例、仕様、運営方法までのコンテンツを制作しています。

皆様のお役に立てるコンテンツを提供するために、下記 QRコードのアンケートをご確認いただき、ご意見や課題感をお聞かせいただけると嬉しいです。

制作したコンテンツは定期的に皆様の元へお届けいたします。



▼ホワイトペーパー



▼ブログ記事



設立18年間の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。

また、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。

まずはお気軽なご相談をお待ちしております。

※次ページの弊社連絡先までお問い合わせください。



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/