



7日間で延べ応募総数3万件超 1.6万人のフォロワー獲得 1ヵ月で60人超のTwitter運用体制を構築し リアルタイムの大規模キャンペーンを実施

導入背景

キリン様は、FacebookやTwitter、Instagramなど40を超えるソーシャルメディアの公式アカウントを運用されている中で主力ブランドのひとつである「淡麗グリーンラベル」のTwitterキャンペーンを企画されました。企画内容はリアルタイムにユーザーと一体となって楽しめるTwitterメディアの特性を活かした「ツイッターおにごっこ」ゲームです。

導入サービス

大勢の参加者からのアクセスに対応するため、おにを6パターン用意し、東京と沖縄の運用チームで、総勢60名を超えるおにチームを編成しました。また、おにごっこならではのドキドキ感やおにとの距離感をより身近に感じてもらえるよう、自動応答では成し得ない、よりリアリティを追求したファシリテーターによるリプライにこだわった運用体制を構築。

導入効果

7日間で延べ3万件以上のキャンペーン応募があり、大盛況となりました。独創的な仕掛けが話題性を喚起し、Twitter上でも話題となりました。また、多くのメディアでも取り上げられるなど注目を集め、1.6万人のフォロワー獲得にも成功しました。

リアルタイム・人と人にこだわった遊び心あふれるキャンペーンができました

このキャンペーンは、忙しい日常を過ごすみなさんの休憩時間としてキャンペーンに参加し楽しんでもらうこと、ブランドの世界観を体験してもらうことを狙いとして実施しました。宣伝としてはもちろん、ハッシュタグを拡散してリアルタイムにユーザーと交流しながら、ゲーム感覚で楽しめるとても面白い企画となり、お客様との一対一のやり取りで、深いエンゲージメントを生み出すことができました。タイトなスケジュールと複雑な運用がネックでしたが、トランスコスモスさんは、大規模な運用にも柔軟に対応できるソーシャルメディアセンターがあり、経験値が高いファシリテーターに加え、アルコール業界の運用経験と知見をお持ちだったので迷わずお任せできました。通常、自動応答での対応が想定されるなか、人力でリプライすることにこだわりたいという要望にも、トランスコスモスさんは、積極的に取り組んで頂き、大盛況でキャンペーンを実施することができ大変感謝しています。これからもソーシャルメディアを使った新しい取り組みや、話題性のある企画をご提案いただきたいと思います。



CSV 本部
デジタルマーケティング部
デジタルマーケティング担当
野際 陽介 様

Twitterで
ユーザー参加型
大規模キャンペーン実施

1ヵ月で60人超の
Twitter運用体制構築

7日間で
応募総数3万件超

開催期間は、1日1時間・7日間限定 リアルタイム性、拡散性に優れたTwitterを利用した ユーザー参加型キャンペーン

キリンビール、キリンビバレッジ、メルシャンをひとつに束ねるキリン株式会社様(以下、キリン様)は、ビールやワイン・紅茶など総合飲料事業を推進されています。

キリン様は、FacebookやTwitter、Instagramなど40を超えるソーシャルメディアの公式アカウントを運用されている中で主力ブランドのひとつである「淡麗グリーンラベル」のTwitterキャンペーンを企画されました。企画内容はリアルタイムにユーザーと一体となって楽しめるTwitterメディアの特性を活かした「ツイッターおにごっこ」ゲームです。

【ルール】

ユーザーは特設サイトを通じて「#インダヨ」とつぶやき、「おに」(淡麗グリーンラベルのアカウント)から30分間逃げきれば勝ち、淡麗グリーンラベルがもらえるキャンペーン参加権を獲得。つぶやいて30分以内に「おに」から「#グリーンダヨ」とリプライされたら負け。

しかし、参加ルールが簡単なため、大量の参加者が見込まれる大規模なキャンペーンとなることから運用体制の構築が至難の業でした。そこで、ソーシャル運用のノウハウがあり、かつフレキシブルに運用体制を構築できる、トランスコスモスにお任せいただくこととなりました。

リアリティを追求し、人カリプライにこだわった 総勢60人以上の「おにチーム」を1カ月で編成

1日60分間で約1,500人のユーザー参加を予測。大勢の参加者からのアクセスに対応するため、おにを6パターン用意し、東京と沖縄の運用チームで、総勢60名を超えるおにチームを編成しました。また、おにごっこ

ならではのドキドキ感やおにとの距離感をより身近に感じてもらえるよう、自動応答では成し得ない、よりリアリティを追求したファシリテーターによるリプライにこだわった運用体制を構築。しかし、重複リプライを避けながら効率良く同時に6人のおにを動かすロジックを組み立てることは容易ではありません。そこで、トランスコスモスのソーシャル運用経験・ノウハウを活かし、ツイート対応から、ツイートの検閲、当選者抽出、当選通知の業務フローを設計。沖縄センターとのリモート研修や実際の動きを想定したシミュレーションを幾度となく繰り返し、スピーディかつ効率的に運用できる体制を確立しました。ユーザーがおにに捕まったとしても楽しめるようリプライ画像を複数枚用意し、おにによって、リプライコメントを変えるなど、遊び心を重視してストーリー作りを行いました。

さらにリアルタイムにこだわり、逃げきったユーザーが成人であることを見極めた上で当選者を選定し、おにごっこ終了翌日には当選通知を送るフローも構築しました。

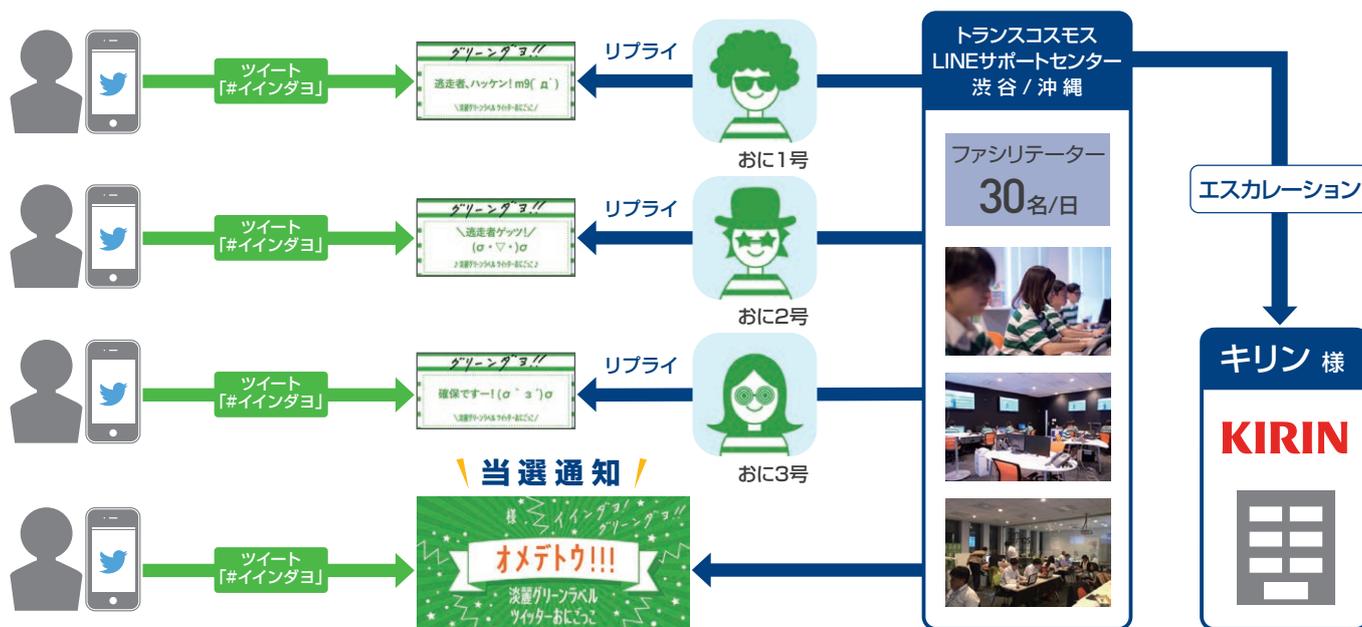
7日間で延べ応募総数3万件超 1.6万人のフォロワー獲得

7日間で延べ3万件以上のキャンペーン応募があり、大盛況となりました。独創的な仕掛けが話題性を喚起し、Twitter上でも話題となりました。また、多くのメディアでも取り上げられるなど注目を集め、1.6万人のフォロワー獲得にも成功しました。

キリン様では、話題性があり、多くのユーザーとつながりを持たせたこのTwitterキャンペーンをきっかけに、今後もソーシャルメディアを活用した新たな企画を検討していくことをお考えです。

今後もトランスコスモスは、ソーシャルメディア運用で培ってきた経験をプロモーション企画や運用設計に活用し、柔軟な運用体制を軸に、キリン様の売上拡大に貢献して参りたいと思います。

キリン様 提供サービス図



トランスコスモス株式会社

お問い合わせ

0120-120-364
9:00~18:00[土・日・祝日を除く]

g_sales@trans-cosmos.co.jp
www.trans-cosmos.co.jp



11820183
トランスコスモスは「プライバシーマーク」の認定企業です。

※この他にもさまざまなサービスを提供しております。ご不明点がございましたら、お気軽にご相談ください。※サービスの価格の詳細については各営業担当にお問い合わせください。※トランスコスモスは、トランスコスモス株式会社の日本およびその他の国における登録商標または商標です。※その他、本文中に記載されている社名、製品・サービス名などは、各社の登録商標または商標です。