

Full Speed

月刊SNSレポート 2020年3月号

Monthly **SNS** Report Vol.008



トピック

03 Facebook

04 Twitter

05 Instagram

06 LINE

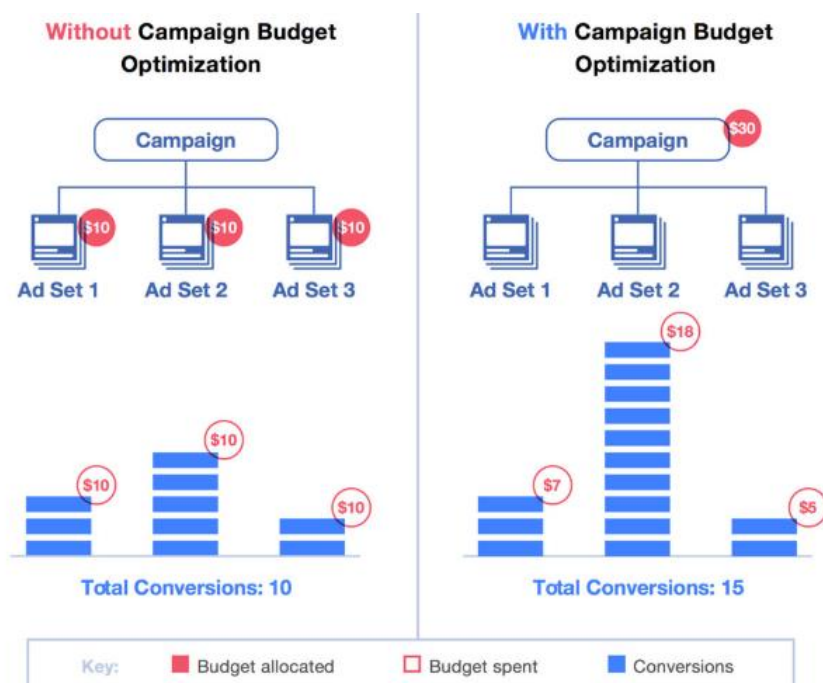
07 フルスピード事例紹介

【Facebook】 広告セット予算の廃止でキャンペーン予算への移行

トピックス

2020年2月28日以降、作成する新規キャンペーンでは、広告セット予算が使用不可となり、キャンペーン単位で予算設定を行う「キャンペーン予算最適化機能」が常時使用されます。2017年11月より開発された機能が、ついに公式へと移行することとなりました。AIによるリアルタイム判断で、より単価を抑えつつ費用対効果を高めることが可能になりました。

キャンペーン予算の最適化移行で効率的な予算配分をより簡単に



これまで広告セットレベルで予算を設定していたものを、今後はキャンペーンレベルで予算設定を行うこととなります。この予算移行は、これまで運用者が都度確認して予算の調整を行っていたものを【AIがリアルタイムで判断し、パフォーマンスの良い広告セットへ配信を寄せてくれる】というもの。最も効率的に予算が消化され、時間の節約にもなり、全体として最適な結果が得られるようになると言われている今回の最適化ですが、運用者の予算調整以外のコンサルティング力が更に試されることとなります。

また、この自動最適化は以下3点のパフォーマンス結果が予算割り振りの判断軸だとされています。

①品質ランキング、②エンゲージメントランキング、③コンバージョン率ランキング

既存の広告セット予算で配信しているキャンペーンは、引き続き広告セット予算を使用できますが、広告セットの追加と配信スケジュールの延長が制限される上、今後のアップデートで使用できなくなる可能性も大きくあるため、キャンペーン予算最適化への切り替えをお勧めしています。

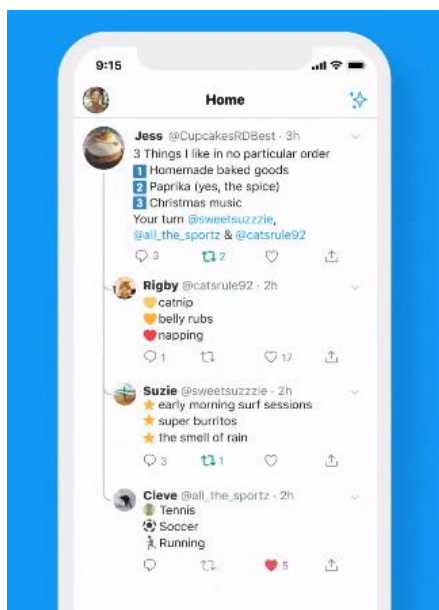
(SNSコンサルタント：林)

【Twitter】iOSでリプライ表示形式がリニューアル（2020年2月）

トピックス

iOS版のTwitterアプリにて、返信ツイートの新しい表示レイアウトが正式に公開されるようになりました。ツリー形式の表示は以前テストが行われていたとのことですが、その仕様が正式採用されたとのことです。新レイアウトはユーザーごとに適用されるまで時間差があるとのこと。表示レイアウト変更で生まれるメリットとは一体何なのでしょう。

親ツイートへの返信を線でつないで表示し、複数の返信を区別しやすく



今回公開された表示レイアウトでは、親ツイート（リプライが発生した元のツイート）と返信ツイートを線でつないで表示します。さらに子、孫ツイートは僅かながらインデント(字下げ)表示され、ひと目で会話を追いかけることを可能にしました。

1つのやり取りが線で繋がれるようになったため、リプライでのやりとりが煩雑化しにくくなるのが大きなメリットです。「誰とどんな会話をしているのか」がひと目でわかるため、リプライでのコミュニケーションがよりスムーズになるかと思われます。

この表示レイアウトは、現在のところiOSアプリでのみ順次提供中ですが、Twitterは「まもなくAndroidにも導入する」と発表しています。また、Twitterではスマートフォン向けの仕様がPCブラウザ版にも適用されることが珍しくないため、ゆくゆくはPC上からでもツリー形式のリプライを追える日が来るかもしれません。

(SNSコンサルタント：北吉)

【Instagram】やりとりが少ないユーザーのフォロー解除を促す「カテゴリ機能」

トピックス

Instagramで新しくリリースされた「カテゴリ」機能。

ユーザーは自分のフォローしているユーザーから「やりとりが少ない」アカウントと「投稿の表示回数が多い」アカウントの一覧をそれぞれチェックできるようになりました。

この機能のリリースによりどのような影響が予想されるのでしょうか…？

新「カテゴリ機能」でフォロー解除を促される？



▲ 「やりとりが少ない」アカウント・「投稿の表示回数が多い」アカウントのチェックが可能に。

新機能「カテゴリ」はプロフィールの「フォロー中」から閲覧できます。

「やりとりが少ない」では、『90日間いいねやDMのやりとりがなかった（少なかった）』アカウントが表示され、「投稿の表示回数が多い」アカウントでは、『90日間で投稿がフィードに多く表示された』アカウントが表示されます。『やりとりが少ない』では関係性の薄いアカウント、『投稿の表示回数が多い』では他のアカウントの投稿を埋もれさせているアカウントのフォロー解除を促す機能ではないかと考えられます。

また、各タブ内の表示順にどのようなロジックがあるのかは公開されていませんが、『やりとりが少ない』『投稿の表示回数が多い』いずれも公式アカウントやインフルエンサー、クリエイターなどの準公式アカウントが多く表示されているというケースが少なくありません。

これらのタブの中に自身の運用するアカウントが表示されると、フォロワーの離脱につながる恐れがあります。フォロワーの離脱を防ぐため、エンゲージメント重視の運用が今後より一層求められてくるようになるでしょう。

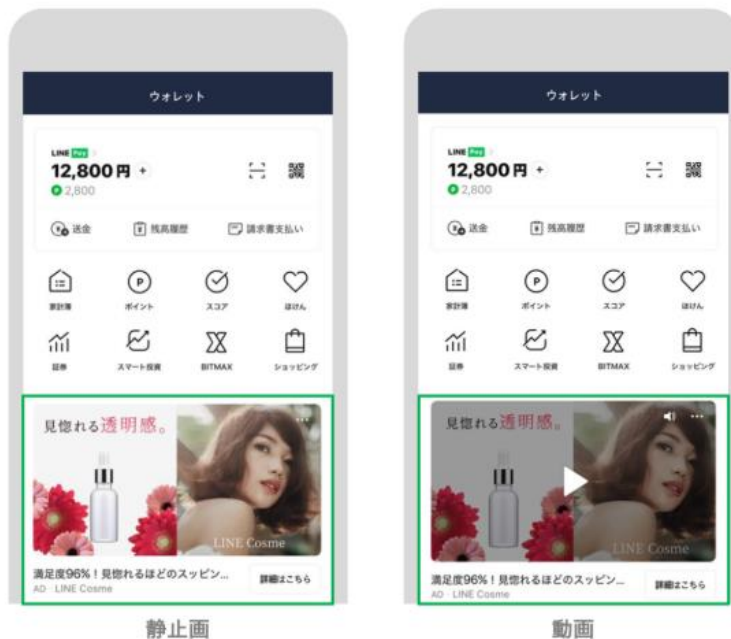
(SNSコンサルタント：北吉)

【LINE】ウォレットタブに広告が表示されるように

トピックス

2020年2月17日、LINE広告にて企業におけるマーケティング活動の最大化を目的に、新たに「ウォレットタブ」での広告配信を開始しました。この仕様は、企業におけるマーケティング活動の最大化を目的に。一足先にAndroid対応端末での実施、iOS版は近日中に実装される予定とのことです。

LINE「ウォレットタブ」への広告掲載開始で、月間5,400万超ユーザーへのリーチを実現



※広告とコンテンツの掲載位置はユーザーによって変動する仕様に
参考：<https://www.linebiz.com/jp/news/20200217-2/>

LINE広告（旧LINE Ads Platform）は、LINE株式会社が運営するコミュニケーションアプリ「LINE」関連サービスを対象とした運用型広告配信プラットフォーム。2016年に運用開始して以降、8,000を超える様々なサービス・ブランドに利用されています。

“LINEのおサイフ”とされる「ウォレットタブ」では、LINE上での様々なお金のやり取りや管理を全て行うことができます。トークルームを開いてメッセージを見るように、「ウォレットタブ」を開いてキャッシュレスな生活を送るユーザーが増えていますよね。

今回、LINE広告が様々なサービスへのゲートウェイである「ウォレットタブ」に掲載されることで、新たに月間5,400万超の幅広いユーザーへのリーチを可能にし、より一層LINE広告がユーザーの目に触れるようになりました。

今後とも、企業とユーザーを繋げるパイプとして、LINE広告は進化し続けることが考えられます。コミュニケーションインフラとしての活用が期待されているLINE広告運用に今後とも注目です。

（SNSコンサルタント：林）

【Facebook】コラム風文字入れ画像でリーチ数UP！某賃貸業界

トピックス

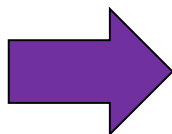
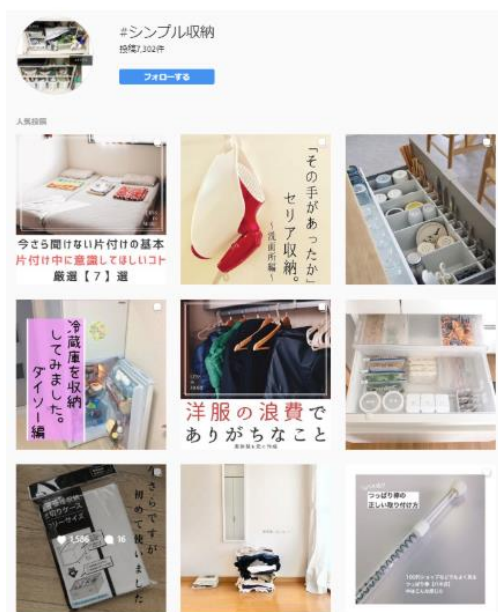
Instagramで流行している「画像に一言文字を入れた投稿」をFacebookにも応用！⇒リーチ数が**約2.4倍**・エンゲージメント数が**約1.7倍**に！

	過去投稿		文字入れ画像投稿
リーチ数	129	⇒	313
エンゲージメント数	3.91%	⇒	6.67%

Instagramで人気の投稿スタイルをFacebookにも応用！

【Instagramの収納コンテンツ人気投稿】

Before（文字なし）



After（文字入れあり）



フルスピードにてFacebookの運用を行っているアカウントでの事例です。

収納コンテンツの投稿をしているもののリーチ数が伸びないという課題がありました。

そのため、当該アカウントのフォロワーと近いユーザー層であるInstagramを参考に人気投稿の傾向を調査しました。その中で数多くみられた「画像に一言文字を入れた投稿」をFacebookでも行うことをご提案しました。その結果、コメント入れの無い画像投稿と比較してリーチ数・エンゲージメント数ともに伸び、過去の投稿と比較してリーチ数は**約2.4倍**、エンゲージメント数は**約1.7倍**に増加しました。

フルスピードでは、Facebook運用にInstagramのコンテンツを応用して取り入れるなど、複数媒体の運用代行を請け負う代理店ならではの強みを活かしたアカウント運用を行っております。

（SNSコンサルタント：揚野）

【LINE】リッチメニューにキーワード応答を活用…某レンズメーカー

ブロック数がKW応答開始月以降、継続的に減少！

トピックス

4月 71人

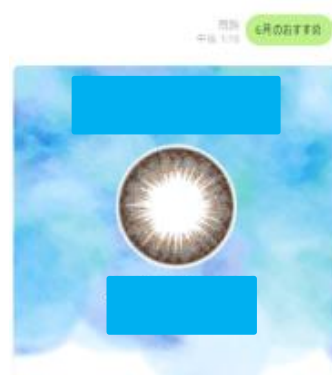
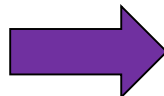
KW応答開始月→ 5月 **53人**

6月 **39人**

7月 **21人**

ユーザーがアクションしたくなるような仕掛け「KW応答」でCV数UP！&ブロック数DOWN！

【リッチメニュー】



【CV】



キャンペーン	ユーザー	新規ユーザー	セッション	変換率	ページ/セッション	平均セッション時間	セグメントのコンバージョン率	トピックのセッション数	収益
190603(RM:shokai_clear)	26	7	28	7.14%	2.89	03:04	21.43%	6	¥6,900
190628(RM:lightbrown)	11	0	16	6.25%	8.31	07:33	12.50%	2	¥2,880
190603(RM:TOP)	36	9	42	35.71%	4.17	02:19	2.38%	1	¥7,400
190612(MS:clear)	23	3	33	6.06%	2.27	01:30	3.03%	1	¥1,900
190512(MS:coupon_TOP)	3	0	3	33.33%	7.67	06:26	33.33%	1	¥1,500
190518(RM:keyword_Lightbrown)	3	0	3	0.00%	5.67	06:03	33.33%	1	¥1,000
	102	19	126	14.75%	5.16	04:29	17.67%	12	¥16,600

※オレンジの○が配信日

KW応答開始月から、
メッセージ配信日以外の
CVも安定UP！

フルスピードにてLINEの運用を行っているのアカウントでの事例です。

定期購入サービスのため、一度購入したユーザーをアカウントに繋ぎ止めておくのが難しく、
「キャンペーン後のブロック率の上昇」、「既存ユーザーが定着しない」という問題がありました。

そのため、一方的な配信ではなく、「アクションを促すことでアカウントへの満足度を上げる」という戦略のもと、リッチメニュー内に「KW応答」を設定しました。その結果、月間ブロック数を毎月減少させただけでなく、KW応答で配信されたリッチメッセージからCVも発生しました。

フルスピードのLINEコンサルティングでは、リッチメニューの改善やKW応答などの様々な施策で
「ブロック数減少」や「CV数の改善」へ繋げるアカウント運用支援を行っております。

(SNSコンサルタント：揚野)

月刊SNSレポート 2020年3月号
Monthly SNS Report Vol.008

ご不明点などございましたら

マーケティングコンサルティング事業部

ソーシャルメディアマーケティング部まで！

Mail : s-consul@fullspeed.co.jp



Full Speed

“ココロ ∞ テクノロジー”