

EC売上UPの虎の巻

SNSを利用した集客事例

1. Instagram : ニトリ様
2. Facebook : イトーヨーカドー様
3. Twitter : ユニクロ様
4. LINE : 楽天市場様
5. TikTok : WEGO様

ECサイトと相性の良いショッピング機能を持ち合わせたInstagramの概要/施策事例を以下まとめました。

媒体概要

特徴

- 動画や写真をメインに投稿するSNSとして人気
- 投稿後24時間で消える「ストーリーズ」や、Instagram上の人へライブ配信できる「インスタライブ」など**SNS世代に刺さる機能が豊富**
- ECサイト向けの「ショッピング機能」は、**Instagram投稿からECサイトへ直接遷移**させそのまま購買につなげることが可能

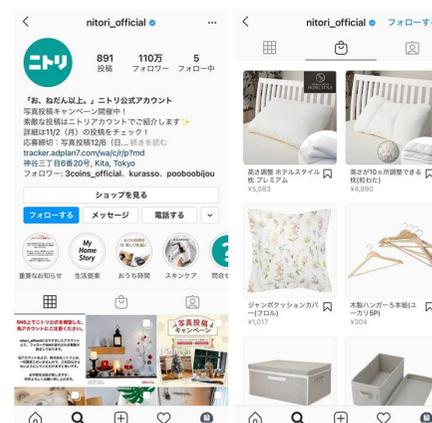
主な施策

- ショッピング機能によるECサイトへの誘導
- ECサイトで実施中のセールのお知らせによるECサイトへの誘導
- インフルエンサーを利用したECサイトの認知度拡大
- Instagram広告によるECサイトへの誘導

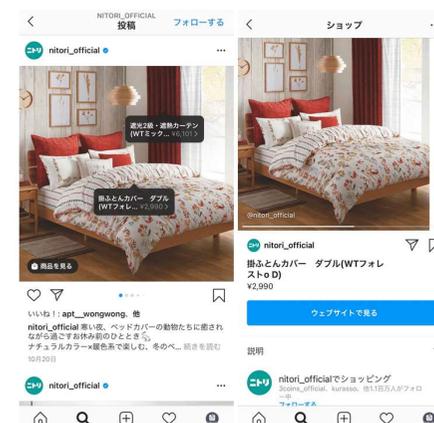
集客施策事例

- InstagramとECサイトの相性の良い「**ショッピング機能**」をフル活用して**自社ECサイトへユーザーを誘導**
- 普段の投稿では素敵なインテリアコーディネートの写真を紹介しつつ、「**ショッピングタグ**」を投稿に埋め込むことで、気になる商品を見つけたユーザーがそのまま**ECサイトへ遷移**できるように工夫されている

ショッピング機能



ショッピングタグ



全世界で利用者数最多であるFacebookの概要/施策事例を以下まとめました。

媒体概要

特徴

- 全世界で最も利用者数が多い実名登録制のSNS
- 写真や動画、テキスト、**ホームページとしても活用できる「ページ機能」**や**イベント集客ページ作成**など汎用的に活用することが可能
- Facebookにも「**ショップ機能**」があり、ECサイトの商品のカタログ登録をすることで、**FacebookをECサイトとして活用**することも可能

主な施策

- ショップ機能によるECサイト商品の販売
- ECサイトで実施中のセールのお知らせによるECサイトへの誘導
- Facebook広告によるECサイトへの誘導

集客施策事例

- イトーヨーカドーのFacebookページでは、**キャンペーン情報やおすすめの新商品情報が積極的に配信**されている
- 特に「**ネット通販限定**」として、商品やキャンペーンを紹介しており、必然的にECサイトへの遷移率を高める工夫をしている

キャンペーン情報



ネット通販限定



バズるコンテンツが多く生みだされるTwitterの概要/施策事例を以下まとめました。

媒体概要

特徴

- 140文字の短文テキストを気軽な発信と「リツイート」と呼ばれるシェア機能が人気のSNS
- 一般的に「バズる」と呼ばれる爆発的な拡散は主にTwitterのリツイート機能で生み出される
- 現在、テレビなどマスメディアもTwitterをはじめとしたSNSから情報を獲得してニュース化される流れも一般化しているため、マスメディア露出によるさらなる話題獲得へも期待できる

主な施策

- ECサイトで実施中のセールのお知らせによるECサイトへの誘導
- インフルエンサーを利用したECサイトの認知度拡大
- Twitter広告によるECサイトへの誘導

集客施策事例

- ユニクロでは季節ごとの**最新のファッションアイテム情報を積極的に発信**し、自社ECサイトへ誘導している
- また、**自社の折込チラシをTwitterでも配信**し、**Twitterの140文字という情報量の少なさをカバー**している（ECサイトへのリンク付き）

最新アイテム情報



折込チラシ



コミュニケーションツールとして利用者が多いLINEの概要/施策事例を以下まとめました。

媒体概要

特徴

- 日本においてもっとも利用者数の多いコミュニケーション型SNS
- 「LINE公式アカウント」という、**企業アカウントとしてLINEユーザーと繋がり、能動的に情報を共有できる機能**が備わっている
- LINEアプリの他、LINEマンガ、LINEニュースなど**同社の展開する様々なサービス上に配信できる広告機能**も優秀

主な施策

- 公式アカウント運用によるECサイトへの誘導（再訪がメイン）
- ECサイトで実施中のセールのお知らせによるECサイトへの誘導
- LINE広告によるECサイトへの誘導

集客施策事例

- 楽天市場のLINE公式アカウントでは同サービスの人気キャラクターである「お買い物パンダ」と「小パンダ」をメインとした**ポイントプレゼント企画が多数実施**されている
- また、LINEでお友達（フォロワー）となったユーザーへはお買い物パンダと小パンダの**LINEスタンプ配信情報やポイント企画情報**などユーザーにお得な情報を積極配信している

懸賞キャンペーン



スタンプ/ポイント情報



ショートムービーを共有する目的として若者の利用者が多いTikTokの概要/施策事例を以下まとめました。

媒体概要

特徴

- 10代～20代を中心とした若い世代に人気のショートムービー共有SNS
- 15秒ほどのムービーには手軽にBGMや動画エフェクトを追加することができ、**素人でもクオリティの高い動画が作成できる**
- 特定のテーマに沿ったダンスとともにハッシュタグ付き動画を投稿してもらう広告企画により、**TikTok内やさらにその外へトレンドを生み出せる機能も優秀**

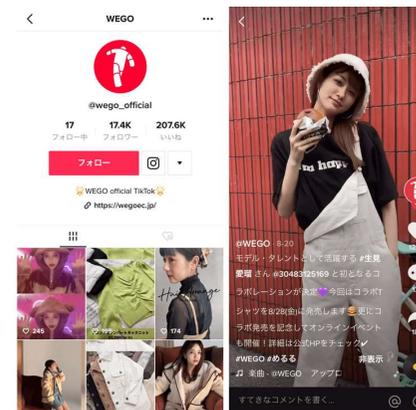
主な施策

- ECサイトで実施中のセールのお知らせによるECサイトへの誘導
- インフルエンサーを利用したECサイトの認知度拡大
- LINE広告によるECサイトへの誘導

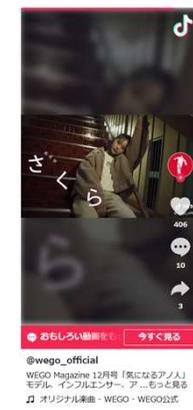
集客施策事例

- WEGOのTikTokアカウントでは、自社ファッションアイテムを紹介する投稿をメインに発信している
- シーズンにあった様々なコーディネートを紹介。**BGMもあわせてアイテムをおしゃれかつ魅力的に紹介している**
- また、**人気のインフルエンサーとコラボした投稿**を積極的に発信している

自社アイテム



インフルエンサーコラボ



お問い合わせ

Proteinumのサービスにご興味をお持ちいただき、より詳しいサービスの内容や導入事例、利用開始までの進め方など、ご質問やご不明点がございましたら、お気軽にお問い合わせください。



03-6419-7733

(対応時間 平日10:00~18:00)



info@proteinum.co.jp

サービス紹介

<https://proteinum.co.jp>

資料請求 (ダウンロード)

https://proteinum.co.jp/document_zoho/

ご支援実績 (導入事例)

<https://proteinum.co.jp/works/>