

ラクスタ

Twitter
インスタントウィン
キャンペーン概要資料



01

会社概要

02

ラクスタ

ラクスタについて
インスタントウィンとは
即時抽選&配布型のメリット
実際の遷移画面

03

ラクスタの特徴と強み

ラクスタの特徴
幅広い景品ラインナップ
豊富なオプション
リマインダー機能
コンサルタント機能

04

機能説明

当選条件の設定項目
ページのカスタマイズ

05

オプションのご紹介

06

施策例

07

料金体系

キャンペーン形式
オプション

08

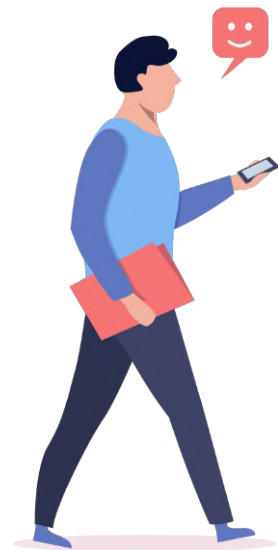
アプリ企業様へのご提案

アプリ内当落確認のご提案
フォロワーブースト施策

09

お申し込みフロー

事例紹介



01



会社概要



Cubic

会社名	株式会社キュービック
所在地	東京都新宿区西新宿3丁目1-5新宿嘉泉ビル10階
電話番号	03-4400-2399
設立日	2016年6月10日
従業員	40名
役員	代表取締役社長 小池 徹 取締役兼CTO 新田 晃央
事業内容	マーケティング・コンサルティング インターネット広告代理事業 インターネットサービス開発



マーケティングを、
もっと簡単に。



キュービックは、マーケティング課題に対し、ソフト・ハード両面から常に新しいソリューション提示を模索し続ける、マーケティングのプロフェッショナルとシステムエンジニアの少数精鋭チームです。

領域や既成概念に囚われず、常に、自由な発想でマーケターの時間価値を最大化します。

代理店事業



広告代理店事業

アプリ開発者でのマーケティングキャリアを保有する少数精鋭のチームで、クライアント企業のパフォーマンスを最大化します。



SNS運用事業

運用戦略の立案、実務の進行、キャンペーン施策の立案など幅広く対応します。

アドテクノロジー事業



Twitter上で、即時抽選のみならず即時配布が可能なキャンペーンツールです。



クリエイティブダッシュボード

どこよりもわかりやすいUIでクリエイティブレポートを一元管理。広告クリエイティブのパフォーマンスを可視化します。

その他



インハウス マーケティング支援

広告運用体制の構築、SNS戦略立案～運用、クリエイティブ制作、レポート対応など状況に応じて、ハンズオンでインハウス支援を行います。



02



ラクスター

ラクスタはTwitterに特化したキャンペーンツールです

01



即時抽選&即時配布

参加者に対して、キャンペーン参加直後に抽選を行い当落結果を表示するだけでなく、そのまま自動で景品付与が可能です。

02



幅広い景品設計

デジタルギフト(giftee)、ユニークコード、配送景品(Googleフォーム)と幅広い景品に対応。さらに複合配布も可能です。

03



リマインダー機能を実装

キャンペーン参加者に対して、特定のタイミングにメンションツイートでメッセージを一斉送信することが可能です。

04

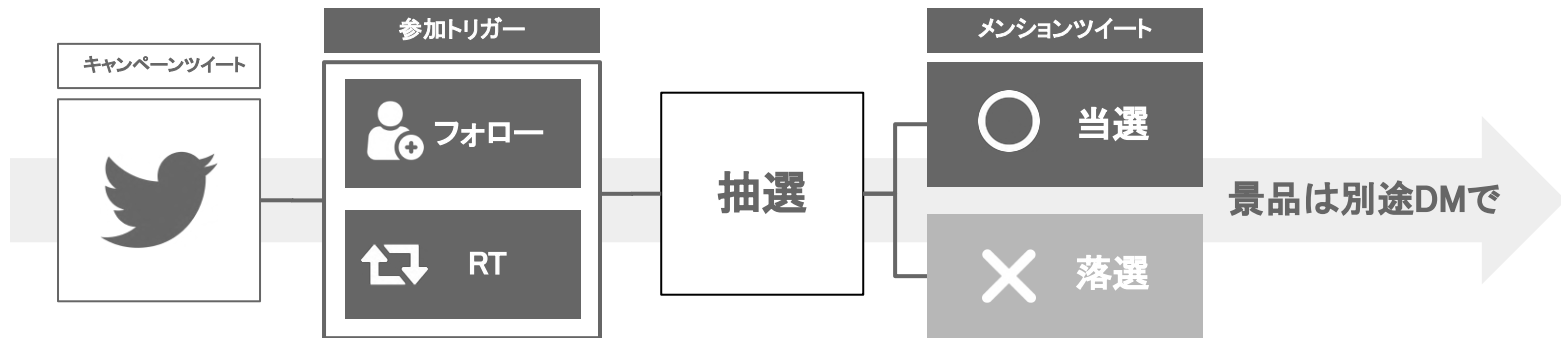


海外実施にも対応

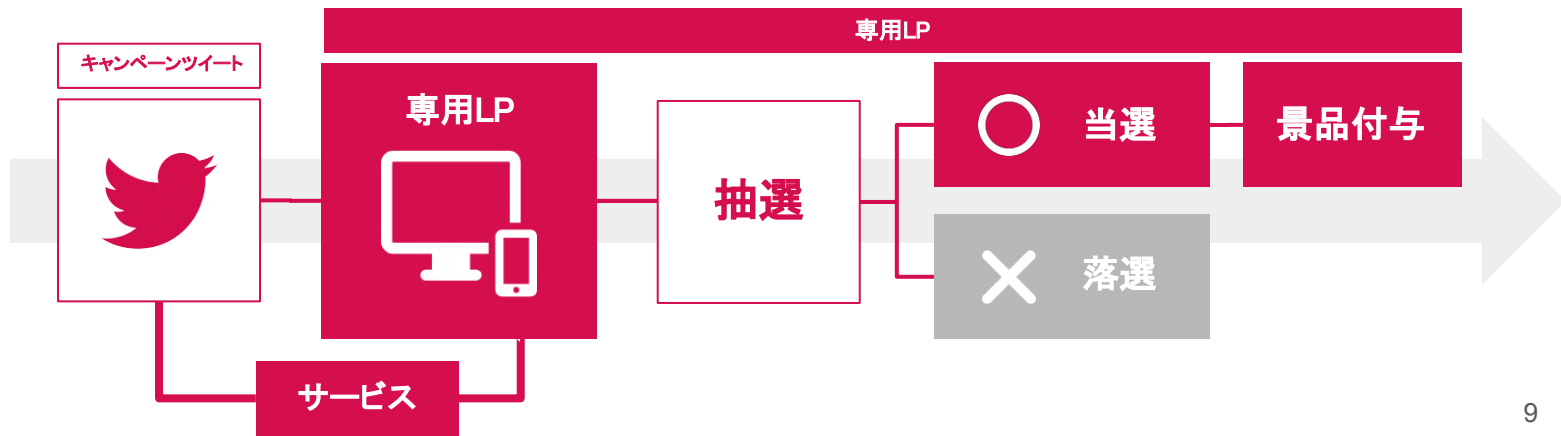
ラクスタは海外(英語圏のみ)で即時配布型インスタントウィンが可能な唯一のツールです。

SNSユーザーに、**インセンティブ**をフックに特定のアクションを促すキャンペーンです

オートリプライ型 (即時抽選型)



Web遷移型 (即時配布型)



01

ユーザー モチベーション

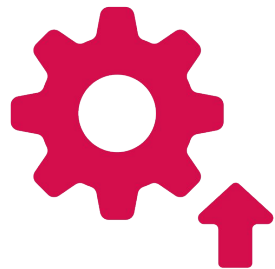
当選者には応募画面上で即座に景品が付与されます。当選した場合その場で景品を貰えるためユーザーの参加モチベーションを引き上げることが可能です。



02

景品配布における 工数の大幅削減

デジタルギフト(URLで贈れるプレゼント)の場合、住所などの個人情報の収集や配送作業の手間を省くことができ、故に大量配布が可能です。



03

サービス内 KPIへの寄与

当落確認ができるキャンペーンページのURLをサービスページ内に設置し、参加者がサービス内から抽選結果を確認できる設計にすることで、サービスのKPIへの貢献が可能です。



Twitter

専用LP

キャンペーン ツイート



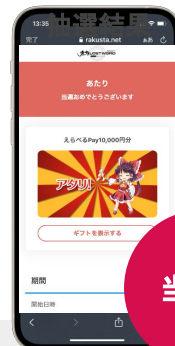
応募画面 (専用LP)



Twitter ID認証



抽選



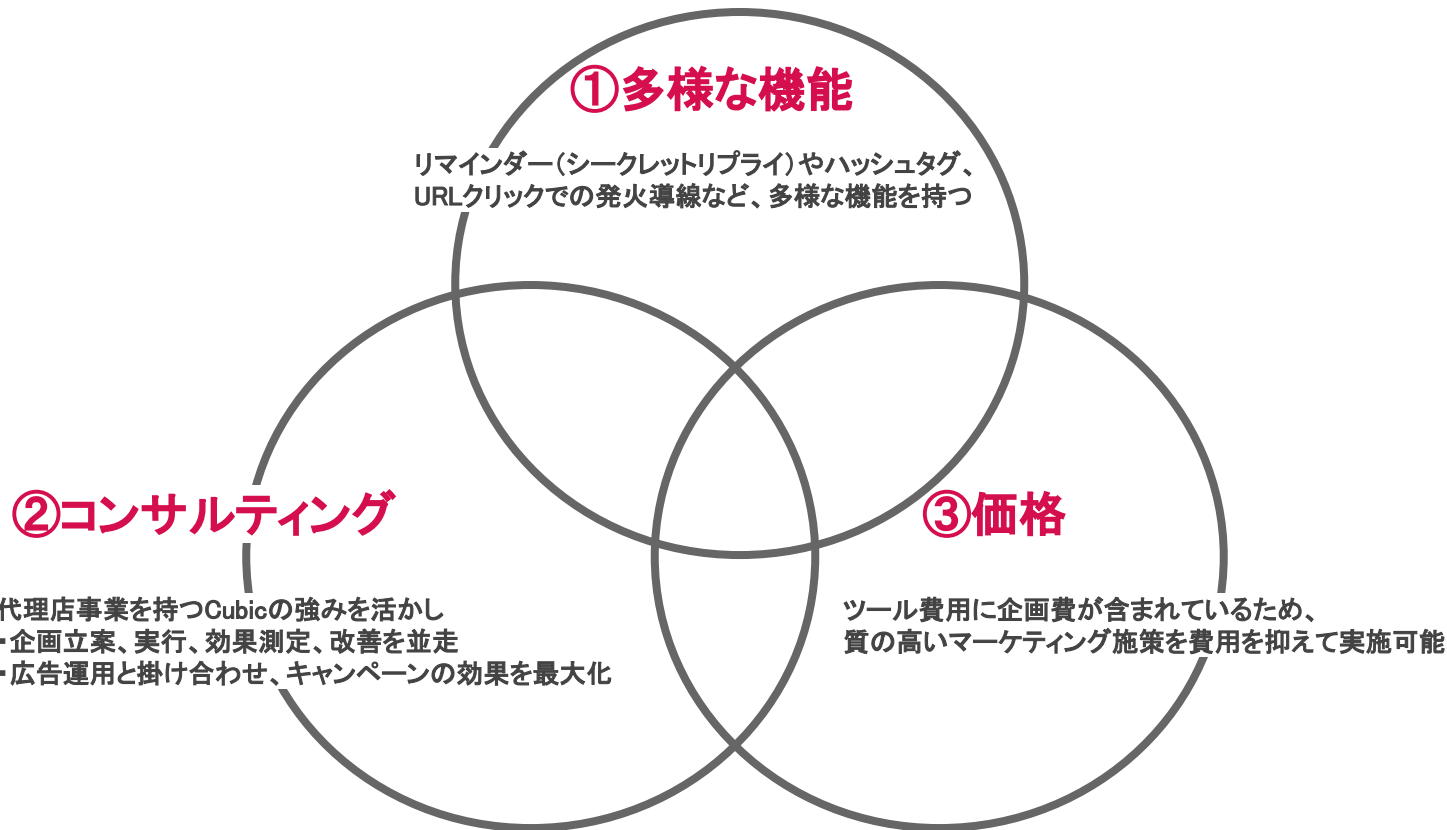
※キャンペーンを実施するためには、実施するTwitterアカウントにてTwitter社の認証を取得している必要があります。

03



ラクスタの 特徴と強み

ラクスタは3つの強みの掛け合わせで **費用対効果を最大化**します

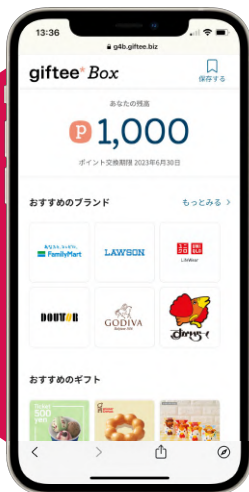


ラクスタは**高機能で万能型**のインスタントウィンツールです

	ラクスタ	他社Wツール	オートリプライツール
即時抽選	○	○	○
複合景品配布	○	○	○※手動配布
シリアルコード配布	○	○	○※手動配布
即時景品配布	○	○	×
サービス内当落確認	○	○	×
リマインダー送付	○	×	×

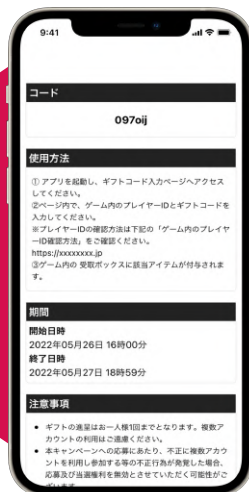
キャンペーン内容に合わせ、柔軟な景品設計が可能です

デジタルギフト



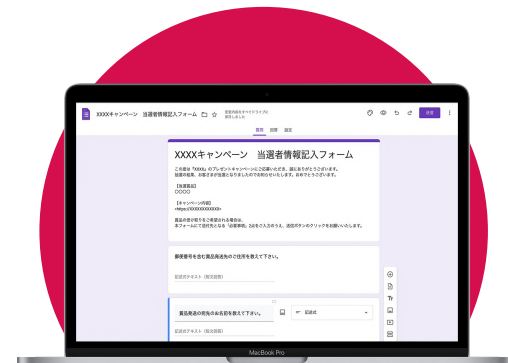
gifteeに対応しており、500種類以上のデジタルギフトを取り扱うことができます。

ユニークコード(有償オプション)



割引コードやサービス内アイテムなど独自景品を付与することができます。

Googleフォーム(有償オプション)



当選者のみに特定のGoogleフォームを表示します。例えば住所を入力してもらうことで、配送物なども景品にすることが可能です。

※1つのキャンペーンにて、上記3種類の景品を組み合わせず景品ラインナップを構築することも可能になります。

※デジタルギフトのラインナップは、gifteeの景品ラインナップに準じます。

※ユニークコードの場合、csvファイルにてお客様よりユニークコードを納品頂く必要があります。

※Googleフォームの場合、景品の自動配布は行えません。キャンペーン参加者のサービスIDや住所などの情報をフォームより取得した後、景品配布対応が別途必要となります。

豊富なオプション項目を組み合わせることで、
幅広いキャンペーン設計が可能です

	オプション項目	オプション内容
抽選参加条件	Wフォロー	複数アカウントのフォローを条件に抽選を実施します。
	トリプルフォロー	複数アカウントのフォローを条件に抽選を実施します。
	RT先追加	複数ツイートのRTを条件に抽選を実施します。
	#タグツイート	特定の#を付帯してツイートをしたユーザーに抽選を実施します。
	URLクリック	キャンペーンツイート内のURLクリックを条件に抽選を実施します。
	KW入力	抽選画面に進む際、指定のKWを入力する必要があります。

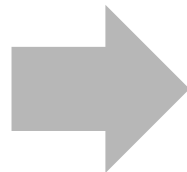
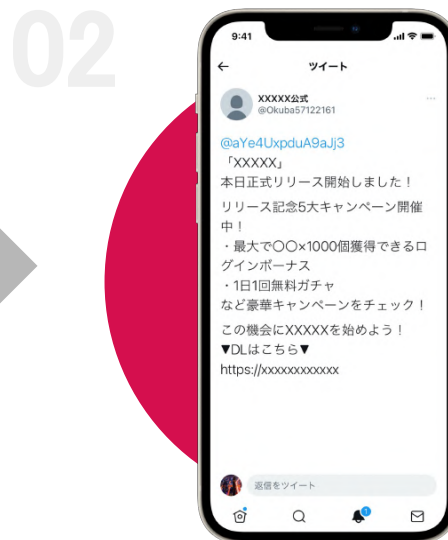
※オプションは一例になります。
※各項目の料金体系は別ページを参照ください。
※KPIに合わせたセットでのご提案も可能です。

キャンペーン参加者に対し、**指定した時間に通知メッセージ(@返信)**を届けることができます
サービスのリリースや商品発売などに合わせて **プッシュ型の通知が可能**です

キャンペーン参加



リマインド

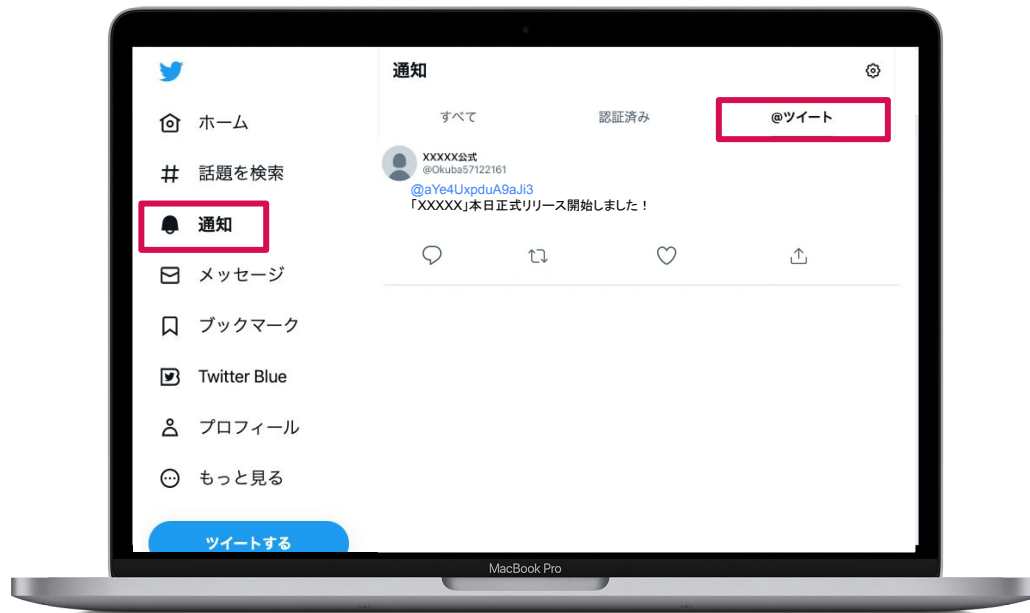


※Twitterのポリシー上、1キャンペーンあたりリマインドを実施できるのは1回までとなります。

※リマインダー機能で送信できる通数には限度があります。限度以上の場合は、時間あたりや日毎の送信数を制限する必要がある場合がありますのでご注意ください。

※リマインダーを実施するには、Twitter広告での出稿(予定)額が40万円以上である必要があります。

リマインダーで送ったメッセージは、**通知タブの@ツイート欄**に表示されます。
キャンペーン実施アカウント及びリマインダーを受け取ったアカウントの
タイムライン上には表示されません



最大で1時間あたり2.7万件の送付が可能 ※サーバーリソースによって変動します

事例紹介 ～夢職人と忘れじの黒い妖精～

▼概要

バレンタインに#タグ付きで好きなキャラクターにメッセージを送ると、ホワイトデーにお返しが届くキャンペーン
 キャンペーンツイートには10万円分の広告出稿をかけ合わせ、新規ユーザーへの認知拡大も実施
 リマインダー機能を活用し、ゲームページへ遷移するURLとともにお返しのリプライを送付する施策
 ※「ゆめくろバレンタイン」がトレンド入り達成！



or



or



お返しのリプライは
95種類を設定！！
 ※設定可能な数は要相談

プロモーションにおける **下記のような課題** はすべて**ラクスタで解決** できます。

01

プロモーションにおける施策単位の企画を考え抜くリソースが足りない



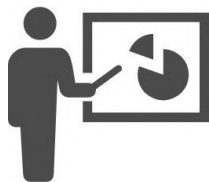
02

キャンペーンを実施したいが、ディレクションするリソースが足りない



03

実行はしたが、成果測定や分析をするリソースが足りない



04

最新のTwitterキャンペーン情報をキャッチアップするリソースが足りない



代理店機能を持つ弊社の強みを活かし、
企画、実行、効果分析、次回施策提案とPDCAの一連の流れを弊社の方で全面サポート

01 ご要望に合わせて、企画から全面バックアップ



02 Twitterアカウントの立ち上げから賞品申請含めて弊社で実行



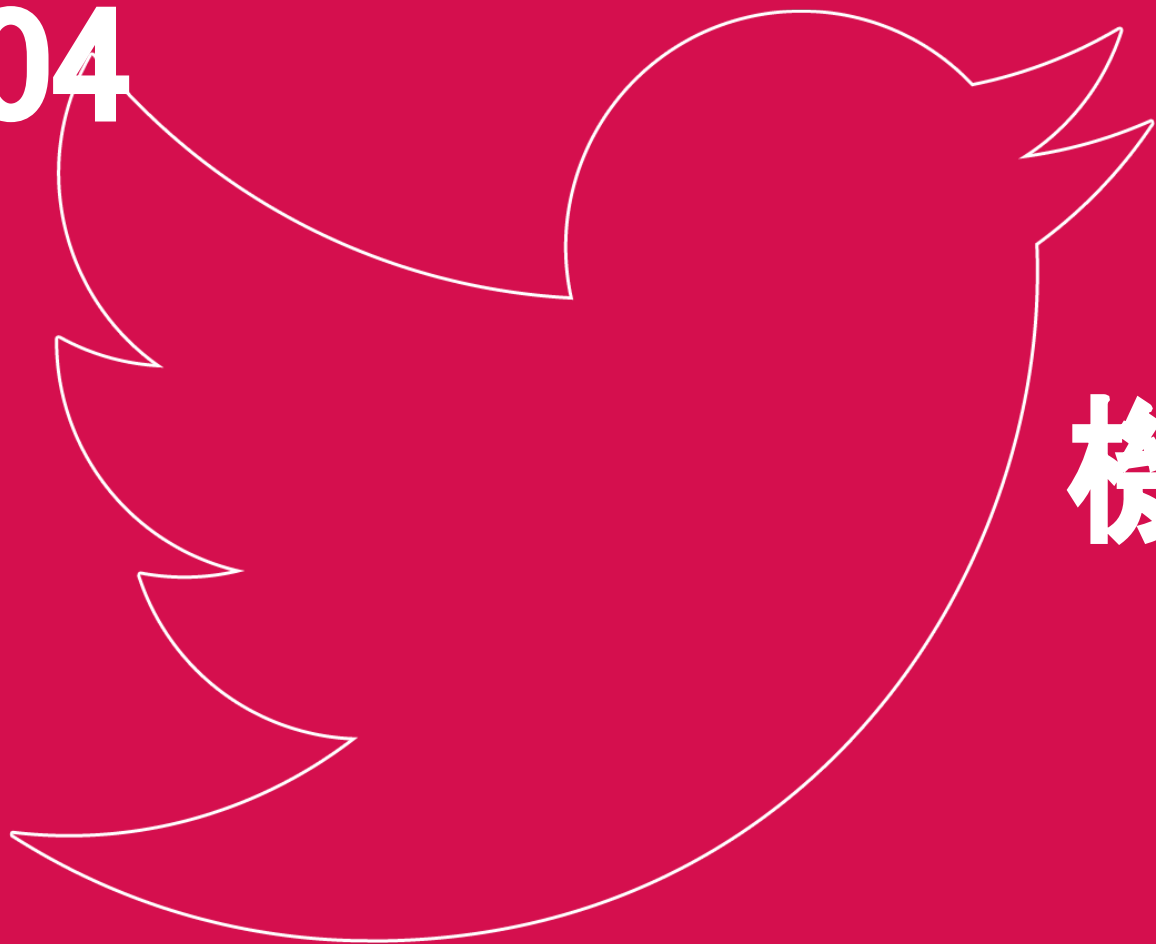
03 実施後のレポート分析、次回キャンペーン時の改善点を提案



04 ご活用いただいているお客様に最新のTwitterキャンペーン事例を共有、提案



04



機能説明

当選条件を以下項目で設定することができます

01



抽選トリガーの設定

リツイートのみ or リツイート&フォローの
何れかを抽選のトリガーとして設定できます。

02



フォロワー数条件

キャンペーンに参加できるアカウントの
最低フォロワー数の条件付け設定ができます。

03



NGキーワード設定(※有償オプション)

引用リツイート内のNGキーワードの設定ができます。

04



ブラックリスト設定(※有償オプション)

ユーザーIDを指定して当落制御ができます。

ロゴ画像、トップ画像、遷移ボタンテキストなど **カスタマイズすることが可能** です

共通

トップページ

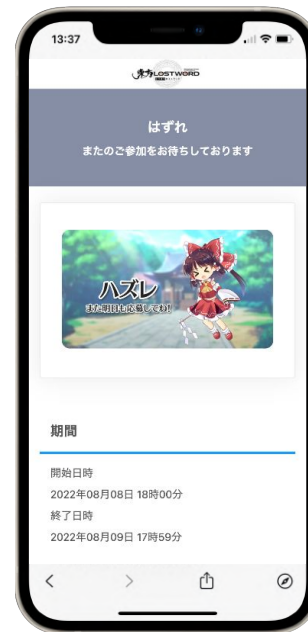
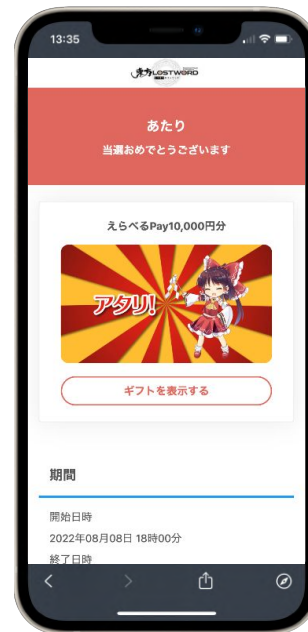
抽選画面

抽選画面(当たり)

抽選画面(ハズレ)



ロゴ画像



05



オプションの ご紹介

ラクスタならではの豊富なオプション

様々な抽選参加条件を組み合わせることでキャンペーンの目標達成を後押しします

指定のTwitterアカウントのフォロー

(複数アカウントのフォローを誘導することが可能になる)

指定のツイートのRT

(複数のRTを誘導することが可能になる)

指定の#タグ入りツイート

(#タグの認知獲得のみならず、トレンド入りを狙うことができる)

指定のURLクリック

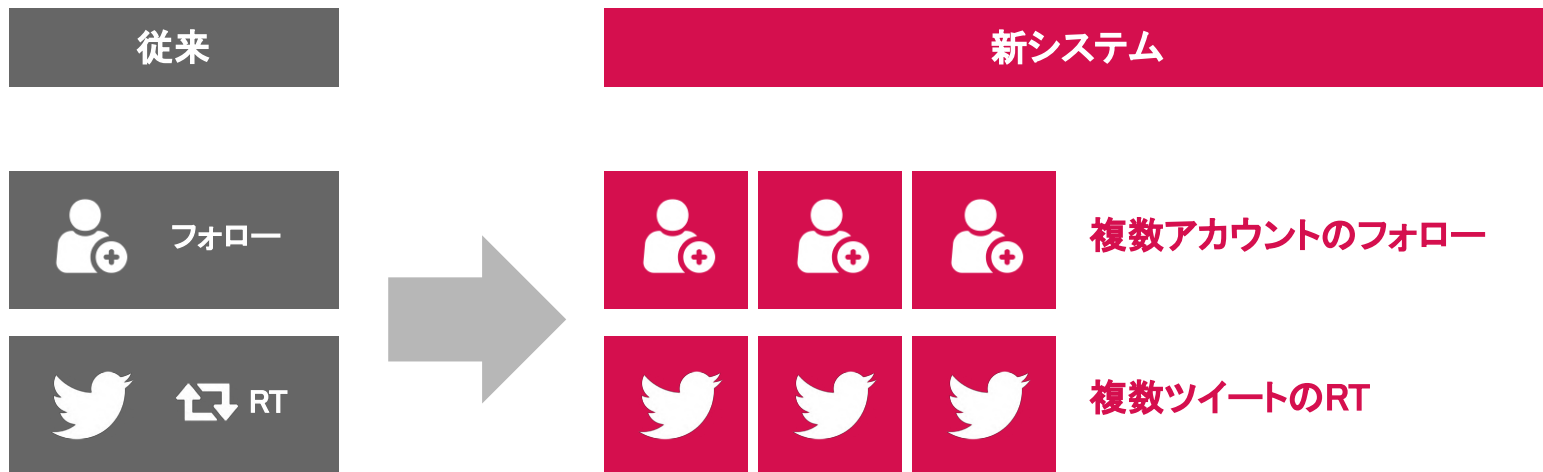
(様々なTwitter外サイトへの誘導が可能になる)

キーワード入力

(Twitter外コンテンツ閲覧へと誘導することが可能になる)



複数のアカウントフォロー、RTをトリガーにすることが可能となります。
タイアップキャンペーンや既存タイトルと新規タイトルのコラボキャンペーン等で活用することで、
戦略ターゲットへの認知拡大、フォロワー・RT数の増加が狙えます。



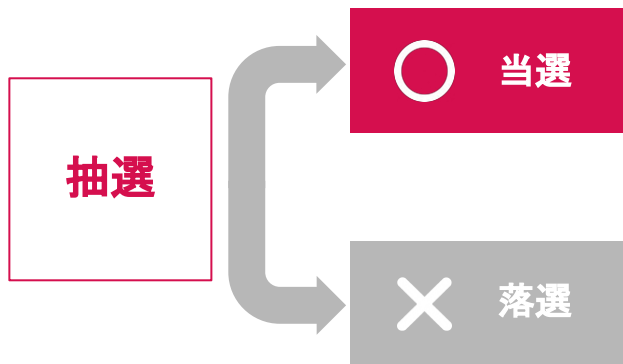
特定の#タグを付帯してツイートしたユーザーを対象に抽選を実施します。
感想やお題に対しての回答を要求することで、UGC創出やトレンド入りを促進できます。

01

#タグツイート



02



※トレンド入りを確約するものではありません。

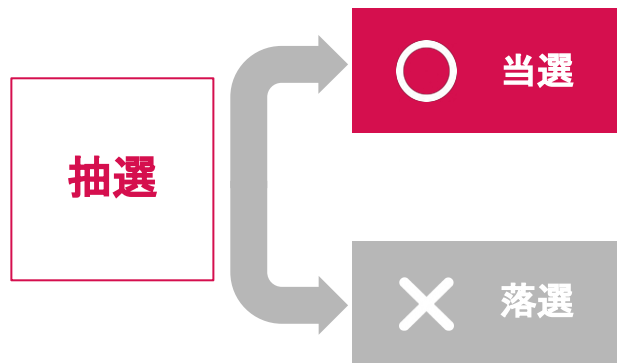
指定のURLをクリックしたユーザーを対象に抽選を実施します。
LP流入数の増加や、生放送時の視聴者数の増加が期待できます。

01

URLクリック



02

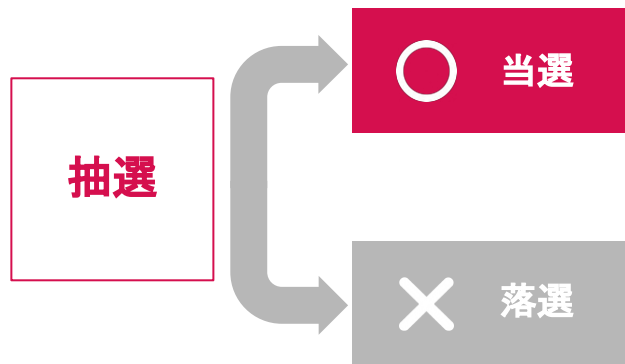


ユーザーは抽選に参加するために特定のキーワードを入力する必要があります。
生配信やリアル店舗と連動したキャンペーンに最適です。

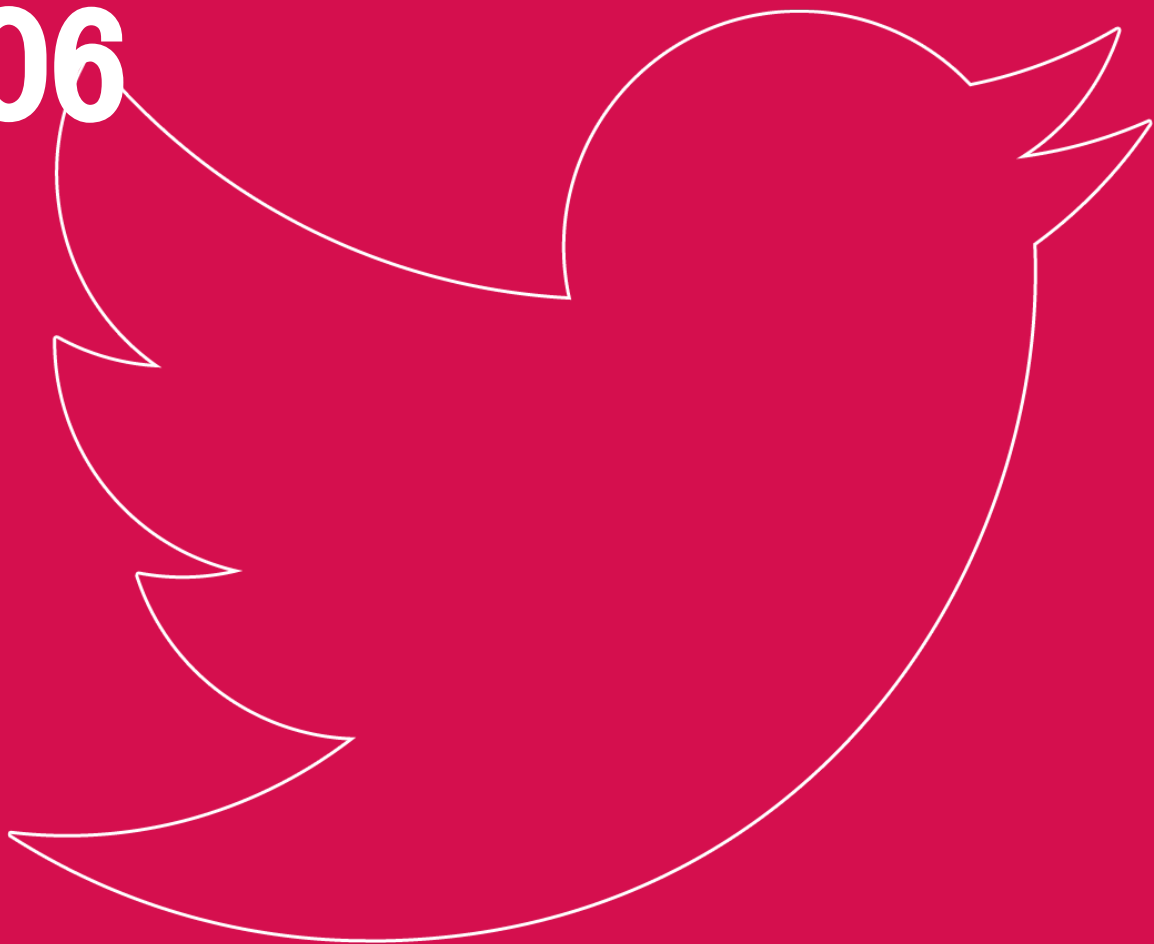
01



02



06



施策例

生放送キャンペーン

※賞品によって変動します

重要生放送実施タイミングで

生放送自体の拡散に加えUGCを促進し

Twitter界限での話題性を創出する

施策概要

生放送と連動した、インスタントウィンキャンペーンを実施

「生放送視聴ページへの遷移」や、生放送内で散りばめられている
「キーワードの入力」を参加条件にする

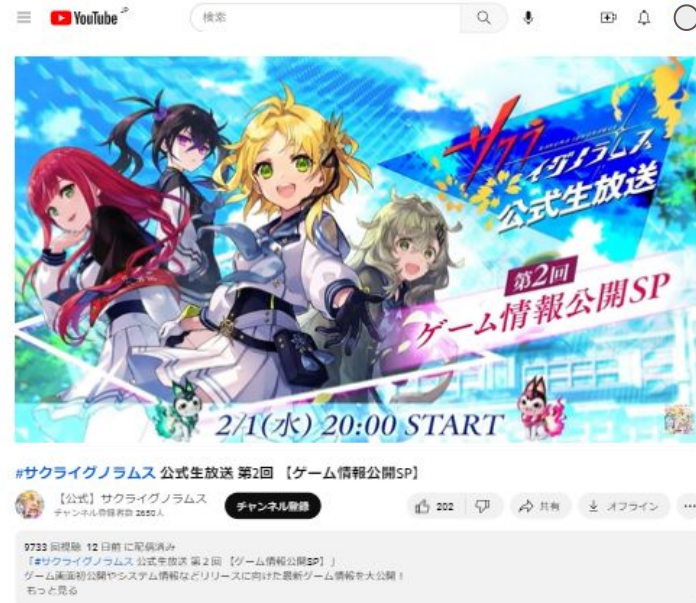
「#ツイート(感想ツイート)」をトリガーとして設定し、トレンド入りを狙いに行く



事例紹介 ～サクライグノラムス～

▼概要

アプリのリリースを告知する公式生放送のタイミングで
生放送ページへの遷移を条件としたインスタントウィンキャンペーンを実施
生放送の認知拡大と視聴者数のアップを狙う施策



コラボキャンペーン

※賞品によって変動します

戦略ターゲットへの認知拡大

サービスとの親和性が高いユーザーにリーチし、
アトリビューションを獲得する

施策概要

影響力の強いアカウントを巻き込み、**Wフォローキャンペーン**を実施

Wフォローと指定ツイートのRTを参加条件として設定

抽選でデジタルコードを複数当選と、限定のコラボ商品の特賞としてプレゼント

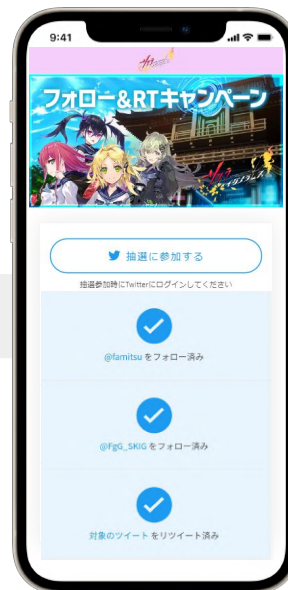
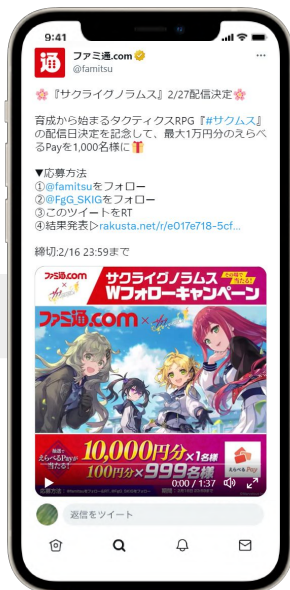
コラボするアカウントの影響力を最大限に活用し、戦略ターゲットへの認知を拡大する



事例紹介 ～サクライグノラムス～

▼概要

コラボアカウントからキャンペーンツイートを投稿
「ファミ通.com」と「サクライグノラムス【公式】」の Wフォローを参加条件としたキャンペーンを実施
新規ユーザーの獲得を狙ったキャンペーン



トレンドブースト

※賞品やKPIによって変動します

弊社独自のデータベースを活用

タイムライン上でトレンド入りを狙う

サービスの認知拡大とロイヤルティ向上を図る

施策概要

短時間でのツイート数を最大化

指定の#タグツイートに参加条件として設定

抽選でデジタルコードを大量配布

弊社独自のデータベースから算出したKPIに基づき、短時間でのツイート数を最大化して**トレンド入り**を狙う



事例紹介 ～夢職人と忘れじの黒い妖精～

▼概要

バレンタインに#タグ付きで好きなキャラクターにメッセージを送ると、ホワイトデーにお返しが届くキャンペーン
 キャンペーンツイートには10万円分の広告出稿をかけ合わせ、新規ユーザーへの認知拡大も実施
 リマインダー機能を活用し、ゲームページへ遷移するURLとともにお返しのリプライを送付する施策
 ※「ゆめくろバレンタイン」がトレンド入り達成！



or



or



お返しのリプライは
95種類を設定！！
 ※設定可能な数は要相談

優勝予想キャンペーン

※賞品によって変動します

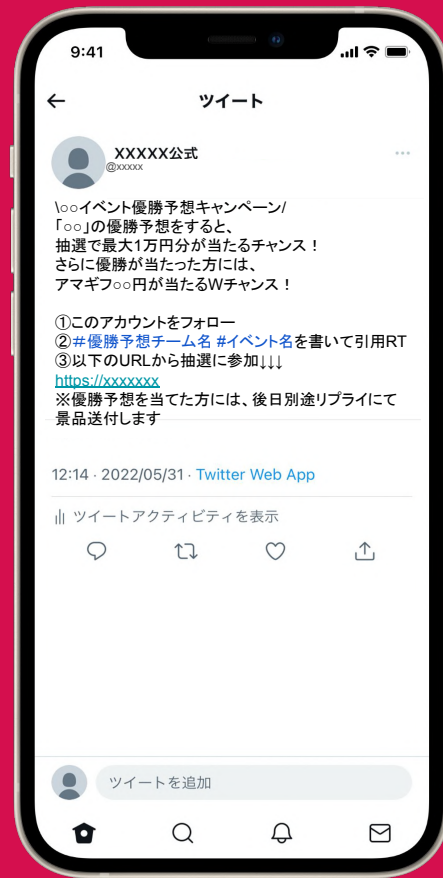
ラクスタの独自機能を複数活用した

イベント前の盛り上がりを最大化するキャンペーン

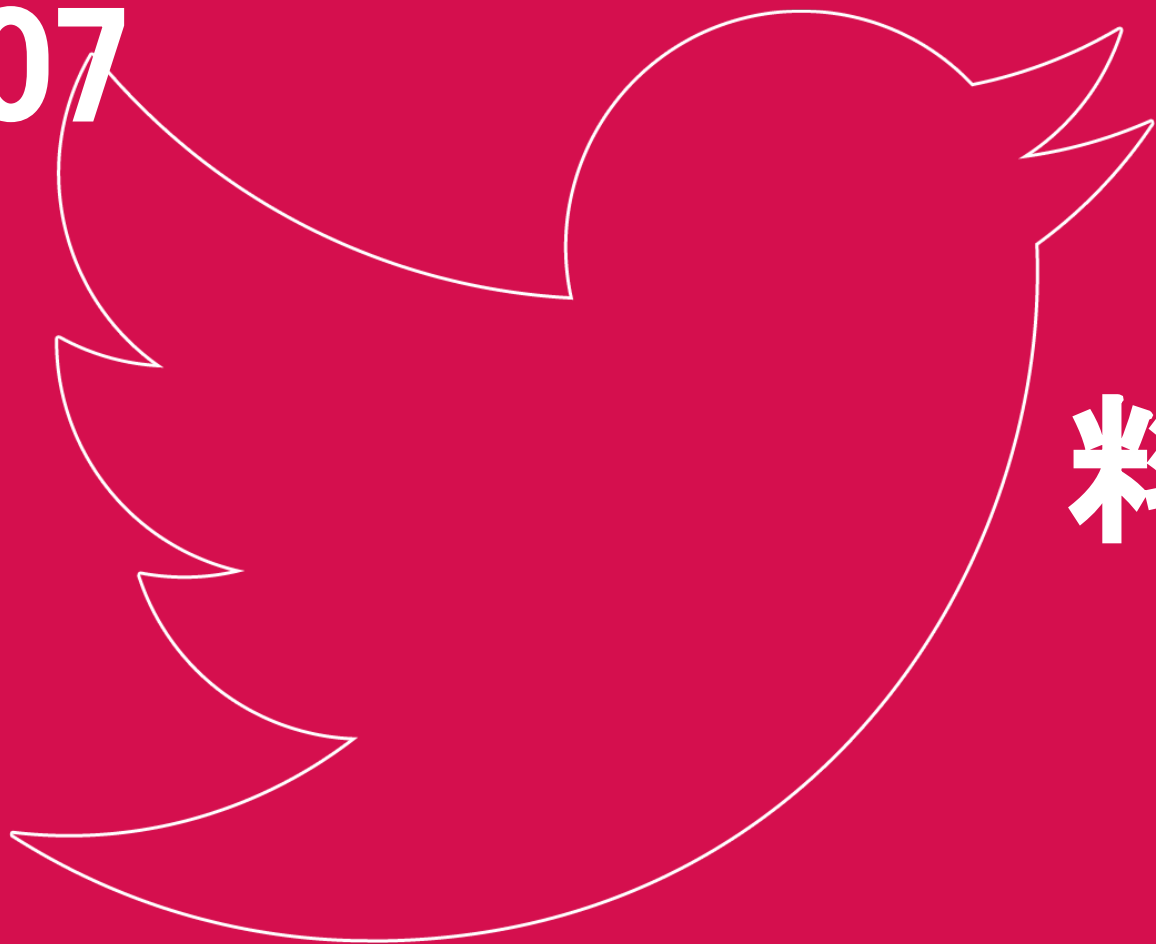
UGCを高めることでTwitter上での話題性を創出

施策概要

- 参加者数を最大化するために、以下の**Wチャンス型キャンペーン**を実施
 - ①優勝予想をした時点で抽選に参加できるキャンペーンの実施
 - └フォローと指定した#を付けた引用RTに参加条件にした優勝予想キャンペーンを実施
 - 例:「#優勝予想チーム名を書いて、引用RTしてね」
 - ②Wチャンスとして優勝チームを当てたユーザー全員に後日景品配布
 - └景品配布は後日、予想的中者にシークレットリプライにて送付(リマインダー機能)
- ユーザーモチベーションを高めるために、優勝予想的中者への景品設計として**予想的中者に対して全員にデジタルギフトを配布**もしくは**「総額〇〇万円のデジタルギフトを山分けプレゼント**とする



07



料金体系

キャンペーンの目的によって **実施形式を変更** することができます

※基本形式と毎日参加形式では費用が異なります

	基本形式	毎日参加形式
概要	Twitterアカウント1つにつき、 キャンペーン期間中 1回のみ 参加可能です。	Twitterアカウント1つにつき、 キャンペーン期間中 毎日1回 参加可能です。
キャンペーン目的	「フォロワー獲得」 新規Twitterの立ち上げや、 新規ゲームタイトルの事前登録促進など。	「拡散・認知拡大」 キャンペーンの認知拡大や、動画拡散、アプリの リリースカウントダウンキャンペーンなど。

	オプション項目	オプション内容
オプション	テキスト告知追加	当落画面に告知スペースを設置し、テキストで告知することができます。
	ブラックリスト設定	指定のTwitter ID(ユーザー)の当選を排除することができます。
	ホワイトリスト設定	指定のTwitter ID(ユーザー)のみがキャンペーンに参加できます。
	NGキーワード設定	NGキーワードを含むツイートをしているユーザーの当選を排除することができます。
	独自特典「ユニークコード」	ユニークコード/シリアルコードを景品として設定することができます。
	独自特典「Googleフォーム」	Googleフォームを用いた景品設計ができます。※発送費は含まれていません。
運用オプション	Twitter投稿クリエイティブ制作「静止画」	キャンペーンツイート用のクリエイティブ制作(静止画)を代行することができます。
	Twitter投稿クリエイティブ制作「動画」	キャンペーンツイート用のクリエイティブ制作(動画)を代行することができます。
	告知用クリエイティブ制作「静止画」	その他告知用のクリエイティブ制作(静止画)を代行することができます。
	告知用クリエイティブ制作「動画」	その他告知用のクリエイティブ制作(動画)を代行することができます。

	オプション項目	オプション内容
トリガー オプション	Wフォロー	複数アカウントのフォローを条件に抽選を実施します。
	トリプルフォロー	複数アカウントのフォローを条件に抽選を実施します。
	RT先追加	複数ツイートのRTを条件に抽選を実施します。
	#タグツイート	特定の#を付帯してツイートをしたユーザーに抽選を実施します。
	URLクリック	キャンペーンツイート内のURLクリックを条件に抽選を実施します。
	KW入力	抽選画面に進む際、指定のKWを入力する必要があります。
リマインダー	リマインダー基本料金	キャンペーン参加者に指定した時間に「@返信」を届けることができます。

08



アプリ企業様への ご提案

キャンペーンURLをアプリ内に設置し、アプリから抽選結果を確認する仕様を用いることで、
直接アプリ内KPIへ寄与できます



Twitter



アプリ内



応募画面(専用LP)



Twitter ID認証



抽選



抽選結果

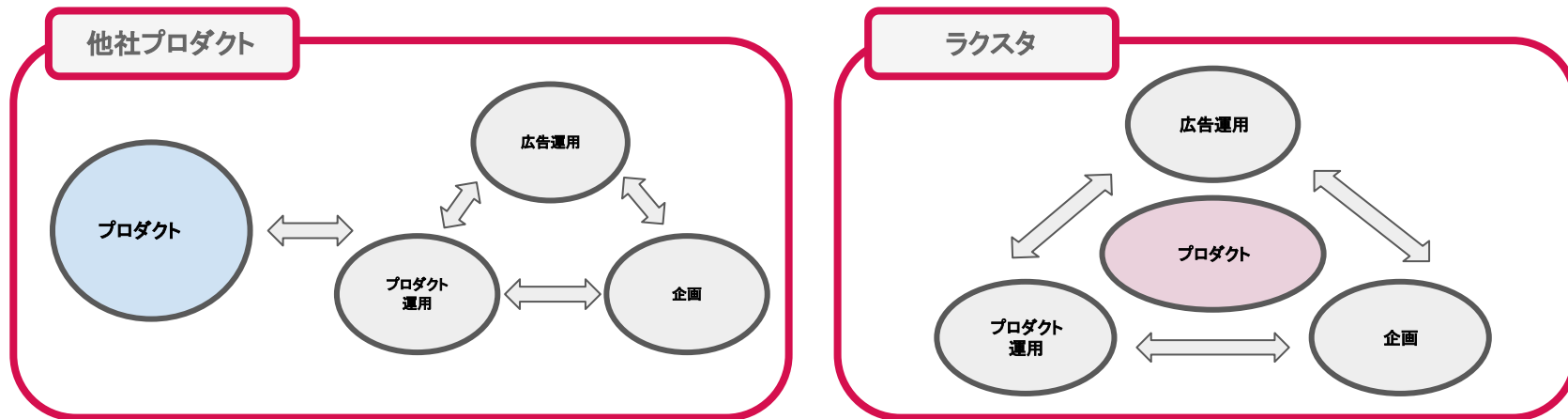


当たり

ハズレ

※アプリから専用LPに遷移させる際、アプリ内ではなく外部のブラウザにて遷移するよう設定をお願いします。
 ※実施に際しては、App Store/Google Playの規約を事前にご確認いただけますようお願いいたします。
 ※リファラー制限可否について、事前に営業担当よりすり合わせをさせていただきます。

キャンペーンツイートと広告出稿を掛け合わせることでフォロワー数を爆発的に伸ばします



☆キュービクのインスタントウィンキャンペーンにおける優位性

- ◎複数のキャンペーン実績を土台とした企画力
- ◎精度の高い広告運用
 - TWキャンペーンで独自研究によりハックした手法
 - 過去のキャンペーン実績から独自の配信リストを生成
- ◎キャンペーン経験豊富な熟練のCSチームによる安定の進行サポート

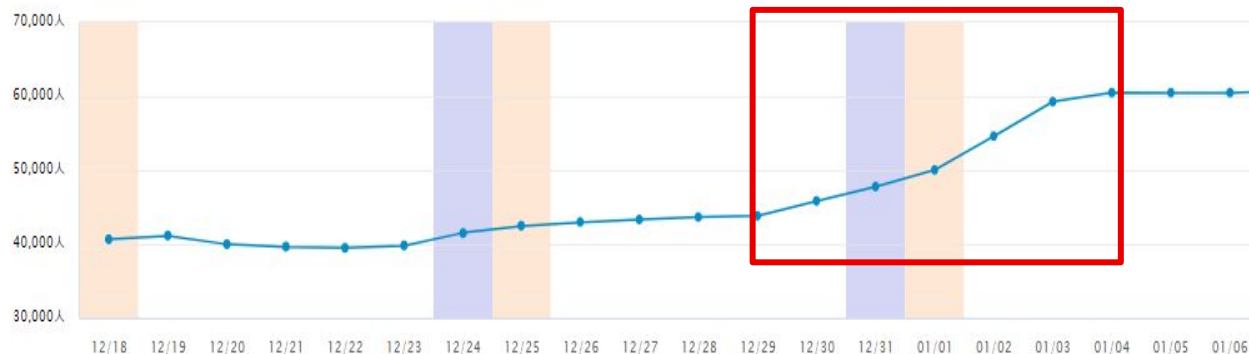
事例紹介 ～サクライグノラムス～

キャンペーンツイートに認知拡大広告をかけ合わせることで
効率的なフォロワー獲得を実現

その結果..

5日間でフォロワー**約2万人増加**

※Social Insightデータ参照



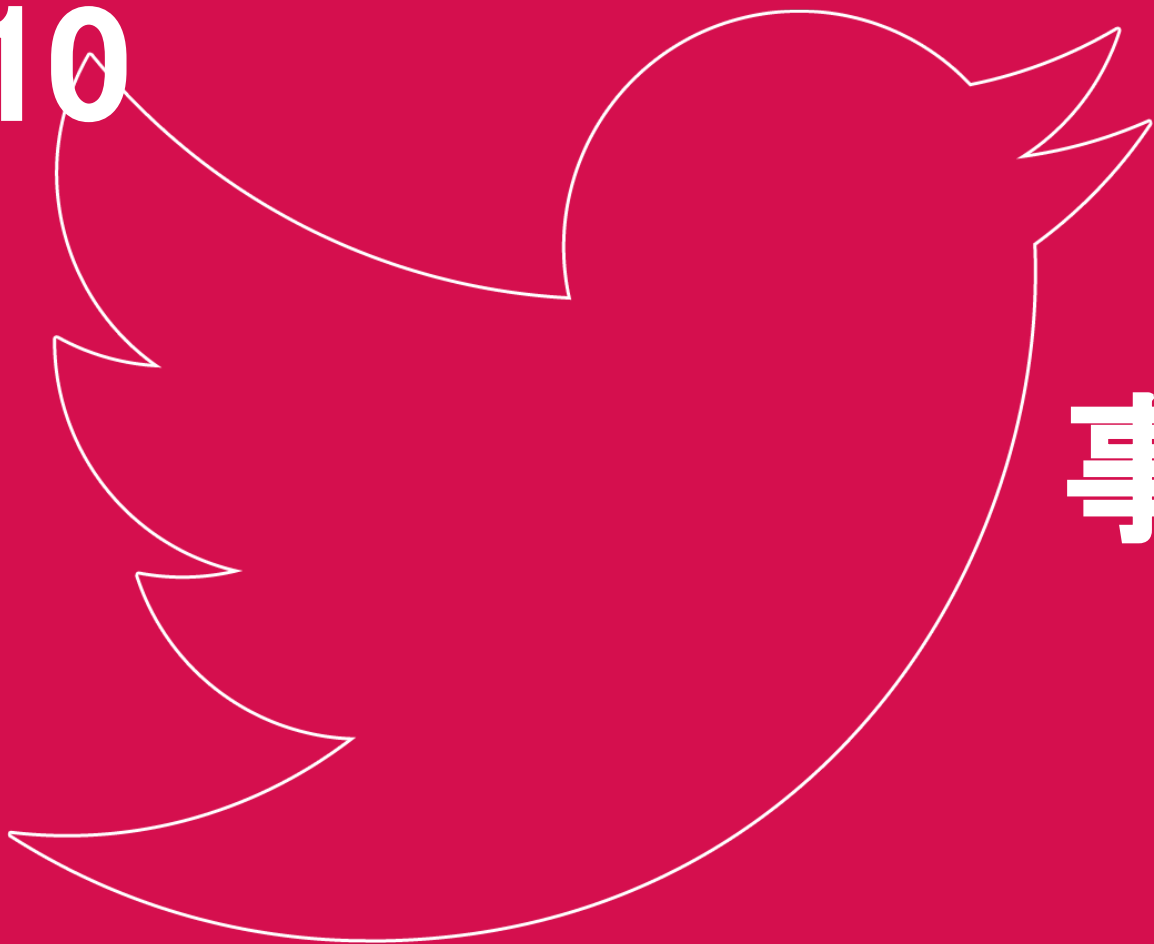
09



お申し込みフロー

			giftee えらべるPay 利用の場合	その他
Step 01	企画ヒアリング	ご検討されている企画の内容やそのKPIなどについて伺います。 →企画が未確定の場合もお気軽にご相談ください。	—	—
Step 02	お申し込み	ご検討されている企画の内容詳細をお申込書にご記載の上、ご提出いただけます。 Ex) 応募条件(フォロー&リツイート等)、デジタルギフトの種類、キャンペーン期間 など。	17~20 営業日前	15 営業日前
Step 03	クリエイティブチェック	キャンペーン実施が確定致しましたら、企画内容と景品名などが露出する媒体などをご提出いただき、コンテンツ提供会社様側での確認審査が必要となります。(7-10営業日) →景品名/ブランド名が露出する場合はプレスリリース等も対象になります。 ※独自特典を使用される場合は必要ありません。	12~15 営業日前	※無し
Step 04	システムセットアップ	貴社から頂いたお申込書の内容をもとに、弊社側で企画の詳細をシステムに登録します。 キャンペーンURLを発行の上、必要に応じて貴社へお渡しいたします。(5営業日) →キャンペーンページカスタマイズ設定、Twitter連携設定なども弊社側で設定が可能です。	5 営業日前	5 営業日前
Step 05	企画実施	Twitter上で告知を開始し、企画をスタートします。 (企画検討開始から企画実施まで約1ヶ月) ※あくまで目安です。同時にプロモツイートも実施されることをお勧めします。		
Step 06	ご請求/入金	ご請求書をPDFで受け渡しさせていただきます。 お支払いは基本的に銀行振込で承っております。		

10



事例紹介

夢職人と忘れじの黒い妖精 [キャンペーンリンク](#)



概要

・100万ダウンロード突破を記念し10日間連続でインスタントウィンキャンペーンを実施

・『夢職人と忘れじの黒い妖精』の公式アカウントをフォローしてキャンペーンツイートをRTすると、アプリ内のリンクから当落結果がわかるキャンペーン

目的

アプリ認知拡大、アプリ内KPI上昇

結果

「#ゆめくろ100万DL突破」がトレンド1位達成！！

※平均RT数：6,178/日

フォロワー増加数：7,242人

トレバ キャンペーンリンク

概要

- ・夏休みの期間でDAUが大きく伸びる特徴を活かし、RTキャンペーンも打って更にユーザーを増やすため実施
- ・夏休みで実施する多くのイベント情報をキャンペーンを通して認知させる
- ・アプリ内結果確認型で実施

目的

認知拡大、アプリ内KPI(DL)上昇

結果

平均RT数: **5,047/日**

フォロワー増加数: **12,244人**

DL増加数: **約300DL/日** ※前月同日比

東方LostWord [キャンペーンリンク](#)



概要

- ・「サマーキャンペーン」と題し5日間連続でインスタントウィンキャンペーンを実施
- ・『東方LostWord』の公式アカウントをフォローしてキャンペーンツイートをRTすると、抽選で合計10,004名に最大1万円分がその場で当たるキャンペーン

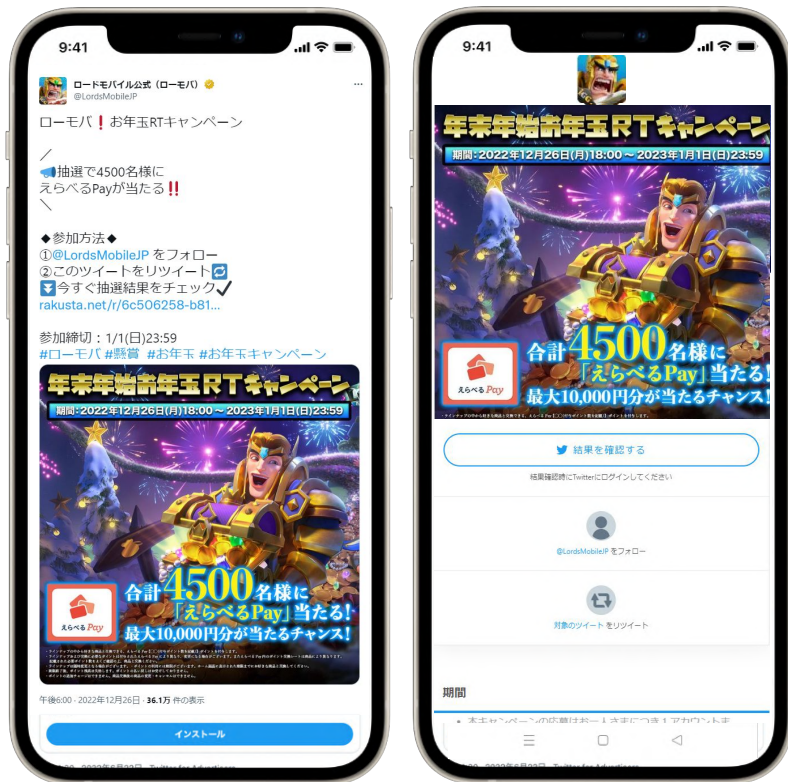
目的

イベント認知拡大、アプリ内KPI上昇

結果

平均RT数: **22,520/日**

※東方LostWordは『東方Project』を原作とした公認二次創作作品です
 ©上海アリス幻楽団 ©GOOD SMILE COMPANY,INC./NextNinja Co.,Ltd.

ロードモバイル [キャンペーンリンク](#)

概要

・年末年始にかけて、7日間の景品大量配布型インスタントウィンキャンペーンを実施。

・**合計4,500名**に最大1万円分のギフトが当たる景品設計が特徴。少額ギフトと高額ギフトの組み合わせでデジタルギフト(えらべるPay)を配布。

目的

アプリ認知拡大、フォロワー数増、Twitter上でのUGC生成

結果

RT数: **34,166**

フォロワー増加数: **10,866人**

ロードモバイル [キャンペーンリンク](#)

概要

・「祝！旧正月RTキャンペーン」と題し7日間の景品大量配布型インスタントウィンキャンペーンを実施。

・合計**2,500名**に最大1万円分のギフトが当たる景品設計が特徴。少額ギフトと高額ギフトの組み合わせでデジタルギフト(えらべるPay)を配布。

目的

アプリ認知拡大、フォロワー数増、Twitter上でのUGC生成

結果

RT数: **約29,000**

フォロワー増加数: **5,799人**