



新規販売数7.6倍

枕ブランドの Instagram運用×Web広告施策



この資料では、こんなお悩みのヒントになる事例をご紹介します。

ブランド立ち上げ初期における
SNS活用の考え方がわからない

セールの成果を最大化するための
「キャンペーン設計」が手探り



今回のお客様と施策概要

- お客様 株式会社kaibo（寝具販売メーカー）
- 商材単価 20,000～30,000円
- ご支援内容 Instagramを活用したセール成果最大化のための運用支援
（プレゼントキャンペーンの企画・実行、投稿制作、広告連携による購入促進）

施策実施前の課題

新規ブランドの立ち上げ間もない時期で、
ブランド認知度が低く数ヶ月にわたり
売上が伸び悩んでいた

仮説

- ・ ブランドや商品の認知不足
 - ・ 購入にはある程度の信頼感や比較検討期間が必要
- ↓
- Instagram上に購入検討層を集めたうえでセールを打つ
ことで、効率よく成果につなげられるのではないかと

課題や仮説を踏まえ、2つの方針で施策を展開しました。

施策 01

プレゼントキャンペーンによる 見込み顧客の集客



情報収集のためにアカウントに訪れたユーザーが、しっかりと安心できるまで情報収集が可能なコミュニケーションも整えました。

施策 02

セール情報の発信と 広告配信による刈り取り

キャンペーン期間中に獲得

フォロワー

(段階的に)
セール情報を発信

キャンペーン終了後は、獲得したフォロワーに向けて段階的にセール情報を発信し、興味・関心が高まっているタイミングでセールの訴求を行うことで、購入に繋がった。

2つの方針で施策を実施した結果、以下の成果が得られました。

成果01

Instagram経由での購入

約**7.6**倍増加
(前月比)

その他の成果

フォロワー数増加
エンゲージメントの向上



認知と関心の両面で
ポジティブな変化

一般的にInstagram公式アカウントで「ただフォロワーを集めて終わり」のキャンペーン設計になりがちですが、今回の成果でブランド立ち上げ初期におけるInstagram活用の有効性をお客様に実感いただくことができました。

今回の事例で得た学びは、以下の2点です。
皆さまが抱えるお悩みを解決するヒントになれば幸いです。



学び01

**セールの時の販売数を最大化するためには
事前に関心層を集める設計が効果的**



セール前にInstagramでプレゼントキャンペーンを実施し、関心を持つ見込み顧客を事前に集めたことで、セール情報が届きやすくなり、購入につながりやすい状態をつくることができたと考えています。

学び02

**ブランド初期でも「ユーザーとの
接点づくり」に注力すれば成果が出る**



キャンペーンを通じて関心層との接点を増やし、日々の情報発信のおかげで認知だけでなく信頼の醸成にもつながったことが成果に寄与したと考えられます。

最後まで読んでいただき、ありがとうございました！

アドケイトでは、Webマーケティング支援から、SNSアカウント運用、インフルエンサーキャスティングまで、一通貫でマーケティング支援を行っています。

マーケティングのお悩みやご相談など、お気軽にお問い合わせください。

お電話でのお問い合わせ
06-6484-7810

受付時間 10:00~19:00（土日祝除く）

WEBからのお問い合わせ

<https://adcate.co.jp>



株式会社アドケイト

住所 大阪府大阪市中央区南本町2-4-8 ミズワンビル2F

HP <https://adcate.co.jp>