

なんとなく続けていない？

インフルエンサー施策を成果につなげる考え方

ADCATE

インフルエンサー施策とは

信頼関係を築くために欠かせないマーケティング手法のひとつ

広告・検索・SNS運用まで含めた **“成果につながる導線づくり”** として設計し、
マーケティング全体の中に戦略的に組み込むことが大切。



インフルエンサー施策についてわかりやすく解説します！

なぜ今、インフルエンサー施策の重要性が高まっているのか？

広告環境の変化と表現規制の強化

広告内で使える表現が厳しく制限

十分に魅力を伝えきれない



UGC(ユーザー生成コンテンツ)が重要

実際に体験した人の声なら
自然に価値や使用感を伝えやすい

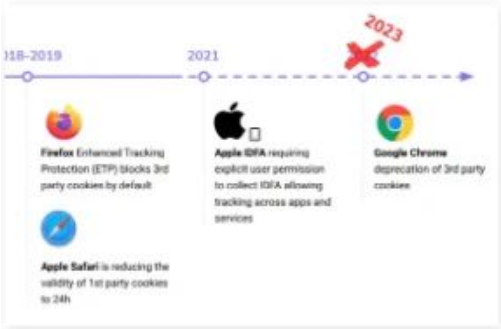


ユーザー行動の変化とCookieレスの影響

ユーザーの広告リテラシーの向上
Cookie規制の強化による計測精度低下

広告とわかった瞬間にスキップ
学習データが蓄積されない

体験をベースにした自然で
信頼性の高い口コミが求められる



WEB通販の競合増加

新規参入の増加
価格,スペックだけでの差別化が困難

「なぜこのブランドを選ぶのか」
という理由が重視される

体験をベースにした自然で
信頼性の高い口コミが求められる



インフルエンサー施策の役割と相乗効果

役割

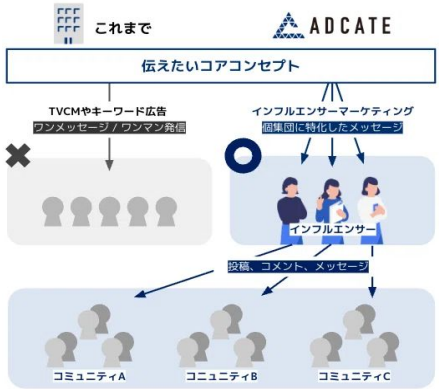
広告素材としての
二次活用による効果向上
(CTR,CVR,CPAの改善)

検索されやすい
土台づくり

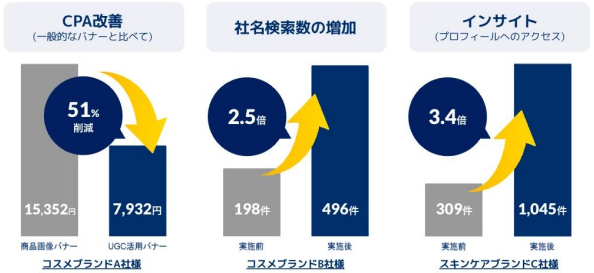
4つの役割

認知の拡大
(フリークエンシーの形成)

顧客の創出とファン化



相乗効果



アドケイトが支援してきた案件の中で
高い成果に繋がっているクライアントの多くは
インフルエンサー施策を取り入れている。

成果を上げているD2Cブランドの多くが
何らかの形で**インフルエンサー施策**を活用

成果を出すための重要な要素のひとつ

成果を出すための重要ポイント

継続

■流行性の担保
SNS検索時に新しい投稿がないと不安を与える

■接触回数の増加による購入率アップ ※ザイオンス効果
同商品に何度も触れて認知を高め購入に繋げる

■PDCAが回せる
”誰が” ”どんな切り口で発信するか”で反応は大きく変化
継続するとデータに基づいた改善が可能

インフルエンサーの質

■商品との相性の良さ
インフルエンサー自身やフォロワー層が商品のターゲットとの一致具合

■フォロワーの質の高さ
非アクティブなアカウントや海外,ダミーアカウントが多い場合は要注意

■信頼されている発信か
PR投稿ばかりや雑な投稿が多いと影響力が低下

商品・ターゲット・世界観に合ったインフルエンサー選定が鍵

「誰に、何を、どのように届けたいのか」

流行だけを理由に媒体を決めると十分な成果に繋がらない

「流行しているSNS」より
「自社の商品・ターゲットに合っているSNS」を選ぶこと
が成果を左右する

各SNSの特徴

Instagram	美意識高い・購買行動に直結しやすい 保存/検索行動多め
TikTok	瞬発力が高い 衝動買いと相性が良い
YouTube	検討/深い情報 単価高い商材と相性◎
X	リアルタイム情報 炎上リスク管理が重要

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、一気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

ADCATE

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