TikTok for Business | GMO-PG

TikTok広告を活用したデジタルマーケティング

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

セミナーにご参加いただく際の注意事項



・セミナー開催中の録音、録画、スクリーンショット等による撮影はお控えください。
・セミナーの講演資料をご希望の場合は、ぜひアンケートへのご回答をお願いいたします。

TikTok for Business

世界各地の広告主向けに最先端のマーケティングソリューションを提供する
運用型広告配信プラットフォームです。
大量のトラフィックやデータ、及び上質なコンテンツを集約し、
それを最大限活用することで効率的なユーザーリーチを実現します。

TikTok

モバイル向け
ショートムービープラットフォーム

Pangle

モバイル広告プラットフォーム

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

動きにくい・刺さりにくい現代のユーザーを態度変容させる。

日本、そして世界で巻き起こるTikTok売れ

引用元：Markezine https://markezine.jp/article/detail/39461





引用元：Advertimes https://www.advertimes.com/20211213/article368958/



引用元：KTLA https://ktla.com/news/nexstar-media-wire/nationworld/tiktokmademebuyit-how-the-social-media-platform-is-becoming-a-shopping-phenomenon/

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

企業と就活生、それぞれのリアルを写す、繋がりの場

CNET Japan
スマートフォンネイティブが見ている世界

インスタに「就活メイク」、TikTokには「あるあるネタ」--今どきの就活生SNS事情

高橋暁子　2022年10月08日 09時00分



最近は、企業もTikTokで就活生向けに発信することが増えている。同調査によると、23卒の学生の81.0%がTikTokで「企業の動画」を見たことがあり、そのうち80.2%が企業のTikTokの動画がきっかけで「企業に興味を持ったことがある」と回答している。

TikTok動画がきっかけで興味を持った理由は、「企業イメージがつかめたため」（58.5%）、「企業の世界観がつかめたため」（41.5%）、「簡潔に企業の魅力がわかったため」（36.9%）、「短い動画で最後まで視聴できたため」（35.4%）などとなった。さらに、企業のTikTokを見た学生の66.2%がTikTokで企業に興味を持ち、「実際にエントリーした」経験がある。

引用元：SNET Japan https://japan.cnet.com/article/35194119/

CONFIDENTIAL

TikTokは最も主要かつ効果的な「認知」場所になりつつある

イギリスの消費者の4人に3人が、中小企業を最初に発見したのはTikTokであると回答



「TikTokのクリエイティブなツールを使えば、楽しくて本物の魅力的なコンテンツを簡単に作成することができ、中小企業の実社会での成果につながる。中小企業の中には、コミュニティのおかげで製品を完売した企業もある」。

TikTokは、欧州市場のTikTokコミュニティと中小企業（SMB）広告主を対象にした調査において、ユーザーのおよそ半数（47%）が、中小企業とのエンゲージメントに最も利用しているプラットフォームはTikTokであると回答していることを明らかにした。また、77%のユーザーは、他の場所で目にする前にTikTokで中小企業を発見したと答えている。

その他の主要な調査結果は以下の通り。

・中小企業のマーケターの73%が、TikTokが新規顧客の開拓に役立っていると考えている

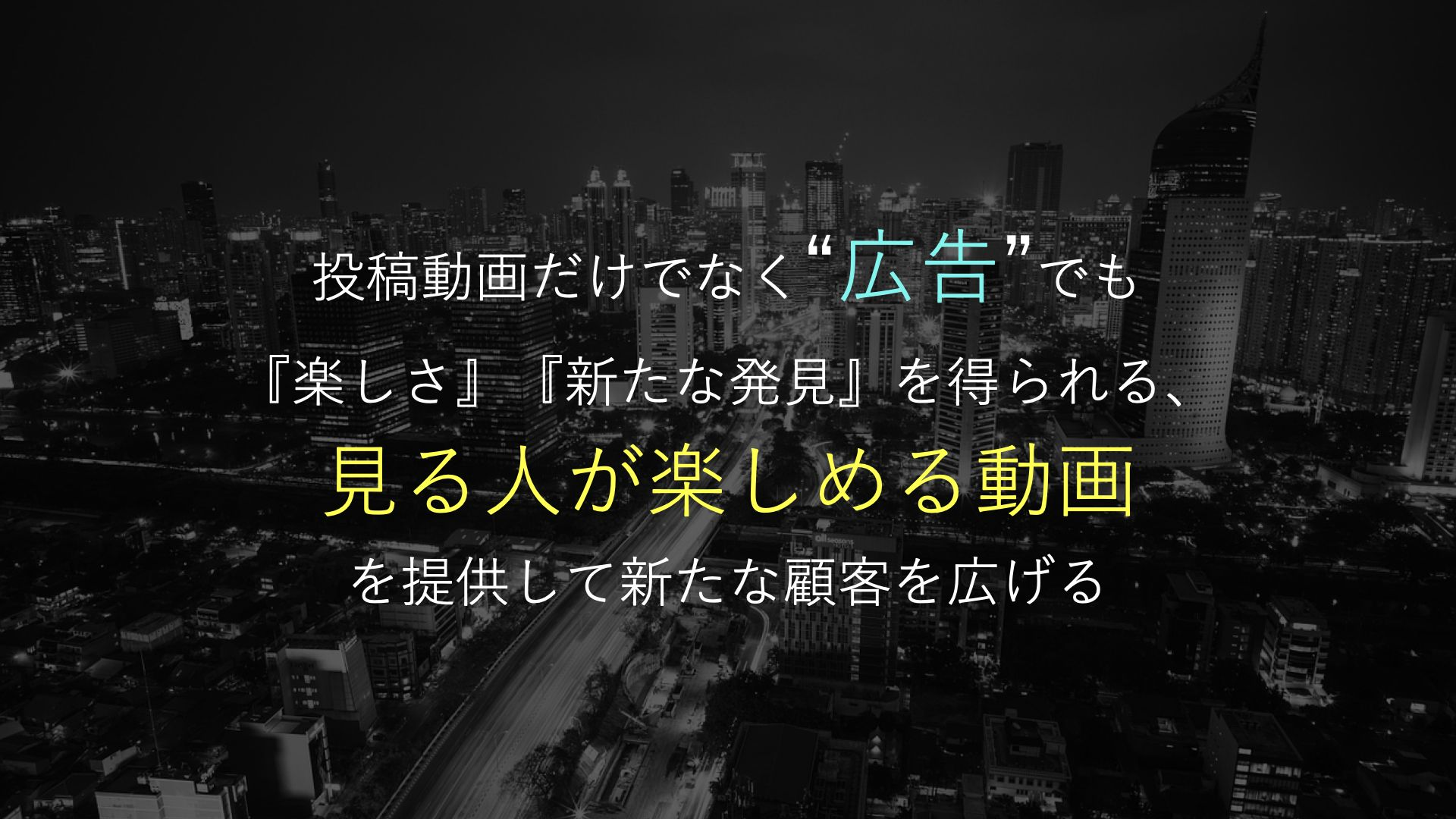
・42%が、TikTokのおかげで広告費の効果が上がったと回答している

・34%が、TikTokに広告を出した結果、売上が増加したと回答している

・81%の中小企業が、TikTokに広告を出すことで既成概念にとらわれない発想ができるようになったと回答している

引用元：ECCLab https://ecclab.empowershop.co.jp/archives/79078

CONFIDENTIAL


投稿動画だけでなく“広告”でも
『楽しさ』『新たな発見』を得られる、
見る人が楽しめる動画
を提供して新たな顧客を広げる

TikTok for Business

効果的な広告をサポートする3本の柱

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

ブランドが活用できる3本の柱

ビジネスアカウント、フルファネル広告ソリューション、本物のクリエイターパートナーシップを組み合わせることで、ユーザーとのエンゲージメントを継続できます。

1 ビジネスアカウント(オーガニックコンテンツ)

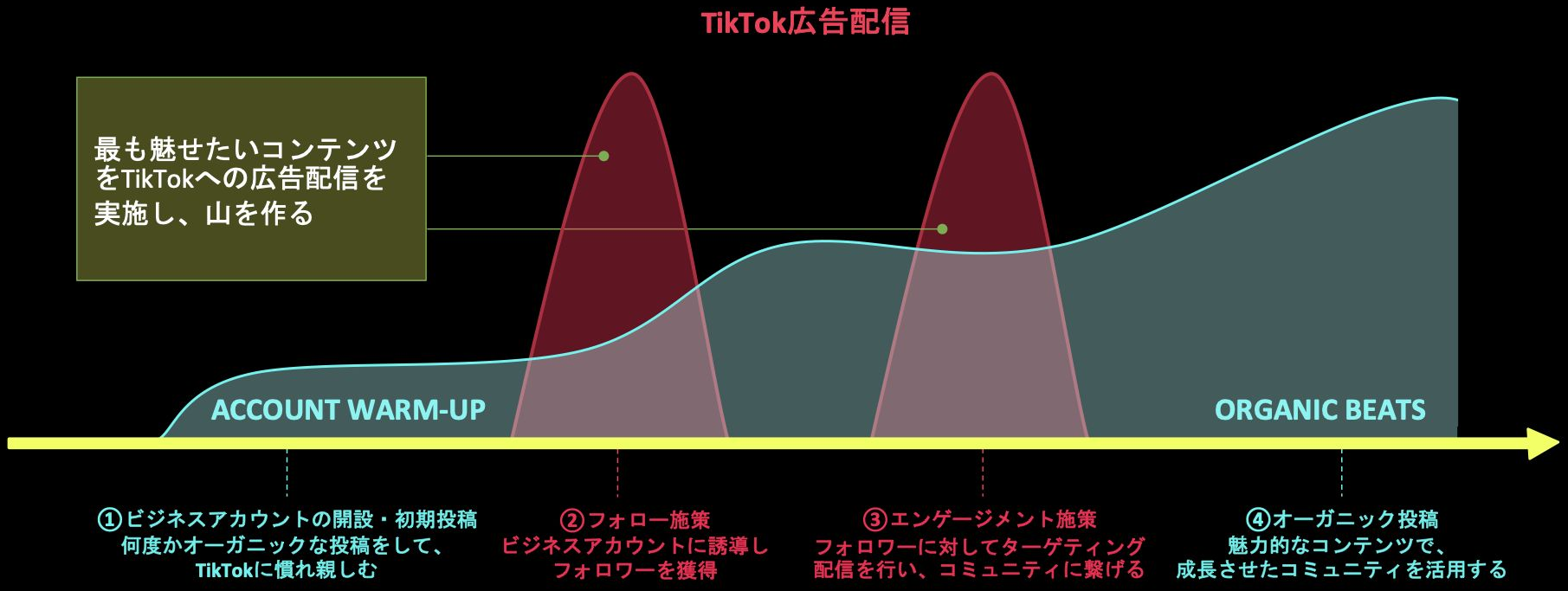


2 フルファネル広告ソリューション

3 クリエイターとのコラボレーション

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

オーガニック投稿と広告配信の組み合わせで
アカウントの成長を加速させる



CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

1 ビジネスアカウントでできること



インサイト



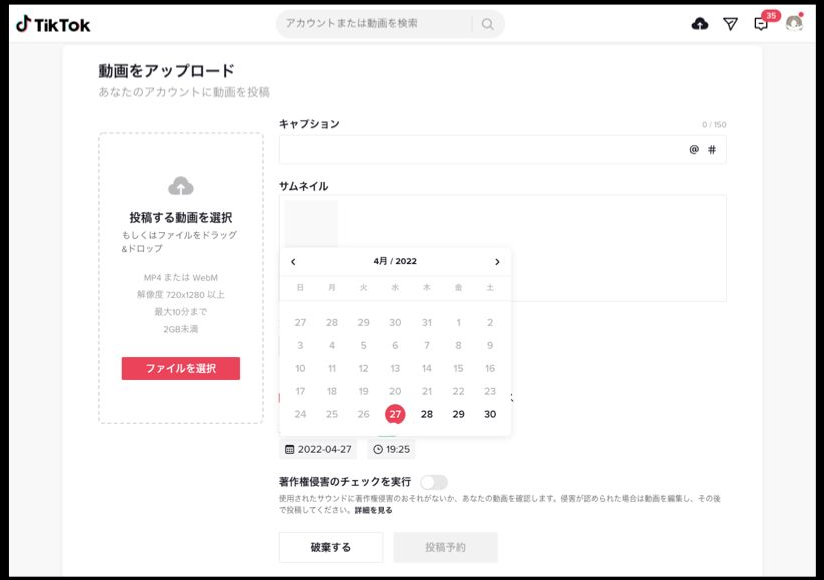
商用楽曲ライブラリ



ビジネスクリエイティブガイド

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

1 ビジネスアカウントでできること



投稿予約機能（Web限定）





Q&A機能

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

② フルファネル広告ソリューション
目的に合わせたキャンペーン作成ができる

TikTok 運用型広告

プロモーションの目的	オークション型広告タイプ	最適化方法	課金形態
リーチ数を増やす	Brand Auction（BLS対応） ※Spark Adsでのみ利用可能	リーチ最適化	CPM (imp課金)
動画視聴数を増やす		動画視聴数最適化	CPV (6秒視聴課金)
プロフィール訪問を増やす / フォロワーを増やす		プロフィール訪問 / フォロワー獲得最適化	CPC（プロフィール訪問）/ oCPM（フォロワー）
トラフィック数を増やす	Performance Auction 獲得（ダイレクトレスポンス）型	クリック最適化	CPC (クリック課金)
アプリインストール数を増やす		インストール最適化	oCPM (imp課金)
ウェブサイトのコンバージョン数を増やす		コンバージョン最適化	oCPM (imp課金)

ターゲティングの種類


性別


年齢


位置情報


言語


通信キャリア


興味/ハッシュタグ


OS


ネットワーク
タイプ


デバイス
価格


カスタム
オーディエンス

推奨：可能性のあるユーザー層は排除せず広めに設定

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Creative Center

掲載許諾をいただいたクリエイティブの中から効果のよい広告が掲載

クリエイティブのアイディアに！



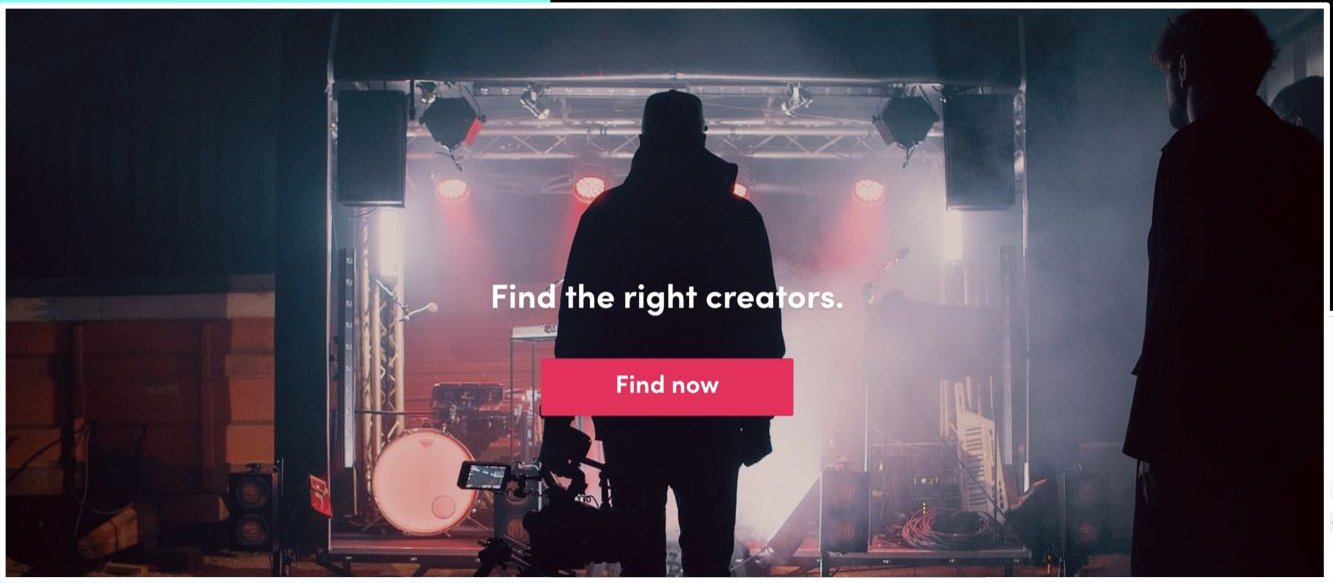


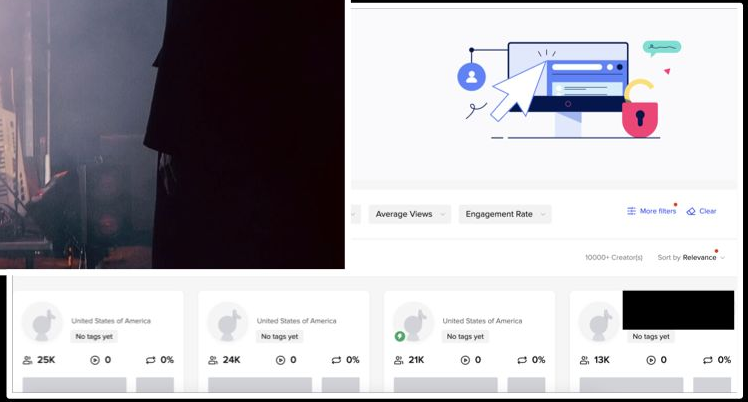
https://ads.tiktok.com/business/creativecenter/pc/ja

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Creator Marketplace

お気に入りのTikTokクリエイターを見つけ
クリエイティブ作成の依頼が可能！





https://creatormarketplace.tiktok.com/home

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

TikTokを活用した事例のご紹介

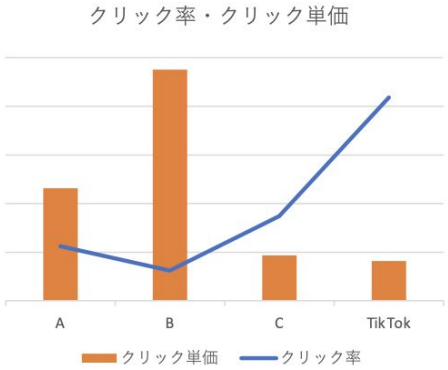
-他媒体と比較したTikTok広告の成果
-リーチ最大化メニューOneDayMaxの成果
-キャスティング投稿×SparkAdsの活用

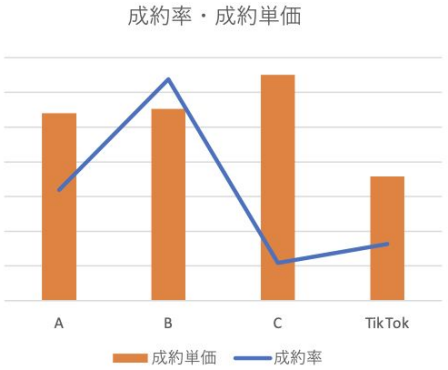
GMO PAYMENT GATEWAY

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

他媒体と比較しても高い効率で実施成果につなげた事例

商材	専門学校	**ターゲット**	中学生・高校生とその親
KPI	資料請求	**運用開始時期**	2020年10月～







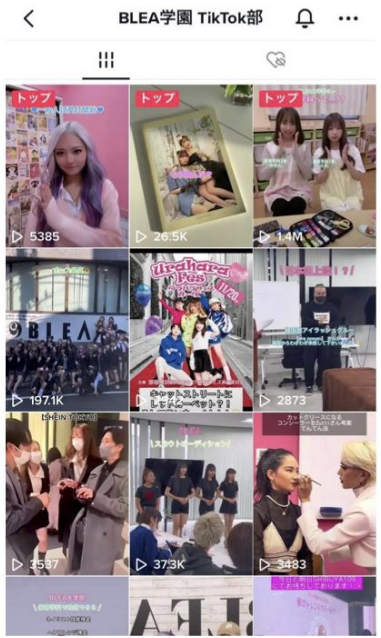
クリエイティブはアプリを使い慣れた生徒自身が撮影した素材を活用。
高いクリック率により、クリック単価を抑えることができ、成約単価低下につなげた。

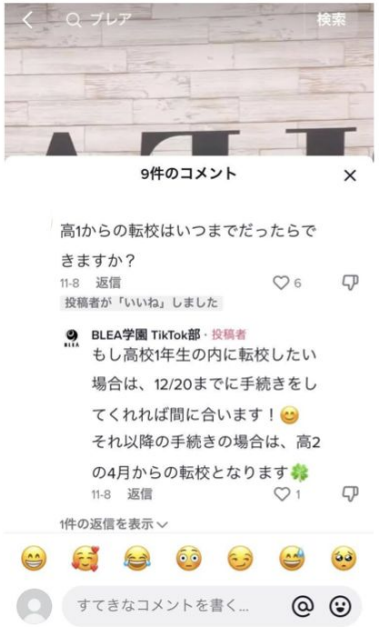
CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

アカウント運用も行い、コメント対応でQ&A対応も行う

他プラットフォームと異なり、レコメンドシステムによりフォロワー以外にもリーチしやすいため、
動画の内容次第で大きく視聴数を伸ばすことができる。







CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

ツアー情報解禁に合わせてのリーチ最大化

商材	ライブチケット販売	**ターゲット**	全年代
KPI	リーチ数、クリック数	**運用開始時期**	2022年5月14日



TikTok内での最大リーチ獲得メニュー

目的：全年齢に対して幅広いリーチを得ること

施策：TikTok純広告メニューOneDayMAXの実施

結果：**リーチ数8,297,398、クリック数63,872**

1日でのリーチ数・クリック数

リーチ 830万人

クリック 6.4万

クリック率、購入率（GA）

クリック率 0.66%

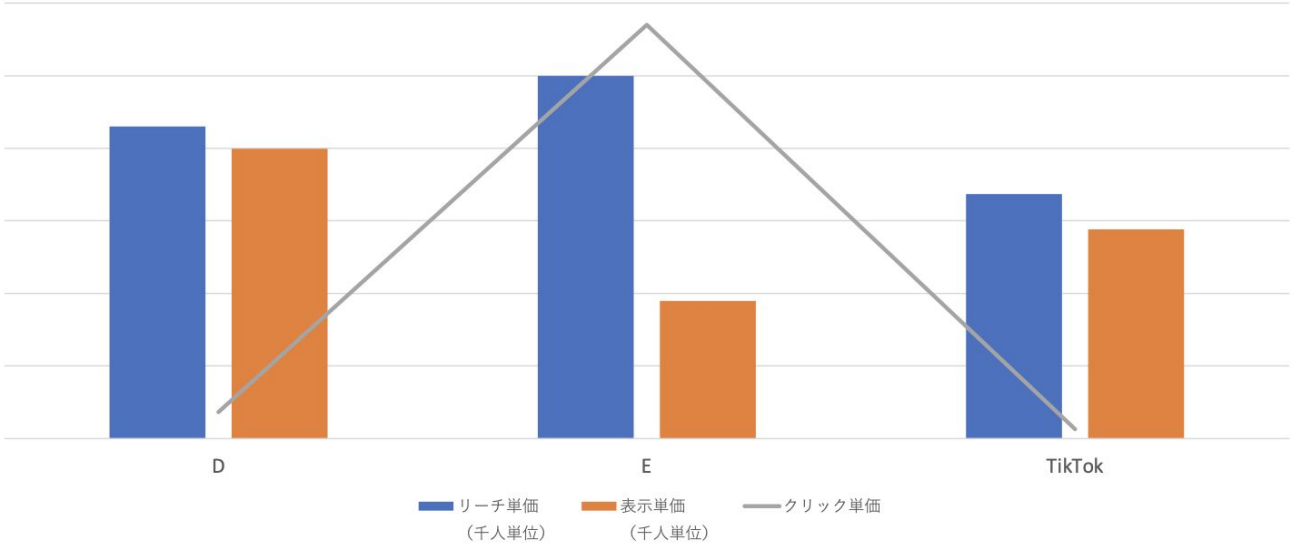
購入率 0.17%

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

リーチやクリック面において効率は高い

それぞれ特徴が異なるプラットフォームではあるが、効率的に動画・音ありでリーチしつつ、
サイト誘導単価も抑えることができる施策として評価できる。

主要指標比較（実施費用は定価ベースで計算）



CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

クリエイター投稿を広告活用でリーチ拡大＆クリエイティブ検証

商材	韓国アパレル	**ターゲット**	10代～20代女性
KPI	売上、CPA、リーチ数	**運用開始時期**	2022年8月～現在

オーガニック投稿



Spark Ads



- ☑ 商品への潜在的な興味を喚起し **瞬発力のある拡散・話題化が見込める**
- ☑ **商材に合ったクリエイター**を選定できる
- ☑ **細かなターゲティング、配信の最適化**(リーチ、視聴等)を設定できる

通常のInfeed広告に比べ
より高いパフォーマンスが期待できる

ビデオ視聴完了率	エンゲージメント率	CVR
+30%	+142%	+43%

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

キャスティング投稿は他プラットフォームに比べて再生回数の差が出やすい

TikTokでは初動のエンゲージによって、フォロワー外にリーチできるおすすめ枠への露出ボリュームが大きく変動する。**フォロワー数以上にリーチ・視聴数が伸びやすい**点は他プラットフォームにない利点である。

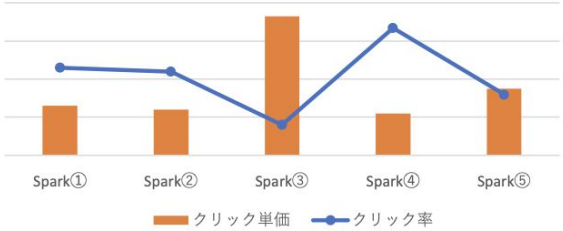
							セクション別動画 視聴数		
クリエイター	フォロワー数	リーチした視聴者	再生回数	再生回数比率	アフレコ	切り口	プロフィールページ	フォロー中	おすすめ
A	13,500	2,810	3,353	24.84%	曜日の読み上げのみ	1週間コーデ	11%	50%	38%
B	65,200	68,310	73,500	112.73%	動画を通して	プチプラ韓国通販の購入品でコーデ	1%	21%	72%
C	32,600	5,294	5,910	18.13%	動画を通して	カラー好き大学生のリアルな通学コーデ8選	2%	40%	46%
D	14,700	9,168	10,500	71.43%	動画を通して（コーデ名の読み上げのみ）	系統バラバラ約150cmによる夏コーデ	1%	24%	65%
E	115,600	19,610	21,900	18.94%	動画を通して	My daily outfit	2%	56%	37%
F	18,800	16,146	18,100	96.28%	冒頭のみ	彼氏が褒めてくれたプチプラコーデ	1%	28%	58%

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

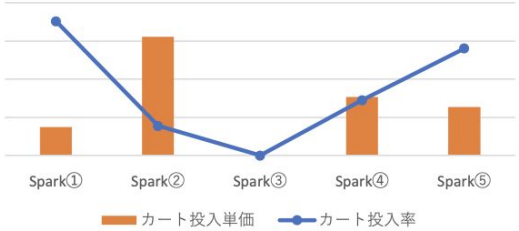
SparkAdsを行う際も複数クリエイティブでの検証は必須

クリエイティブごとにクリック率やクリック単価、CVRは大きく変わるため、成果にも差が出やすい。
どのような切り口の投稿が広告において成果が出るかを検証するためにも複数人で実施することを推奨。

クリック率とクリック単価



カート投入率と投入単価













CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

本日お伝えしたいことは3点

①他主要プラットフォームよりも高い成果を出す可能性を秘めている

高いクリック率によりクリック単価を抑えた配信ができ、獲得単価も抑えることができる。オーガニック投稿も独自のアルゴリズムでリーチが伸びやすい。

②純広告メニューにおいても高いリーチ効率・サイト誘導効率が高い

OneDayMaxにおいてはリーチ効率、クリック効率共に他プラットフォームより高い成果を出すことができており、購入にもつなげることができる。

③キャスティングでも広告でも複数の投稿、クリエイティブでの検証は必須

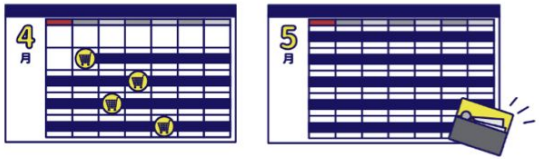
動画の切り口や構成で投稿の反応は大きく変わるため「どの切り口が相性が良いか」の検証は必要。広告の成果改善においても複数クリエイティブは必須。

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

お支払い期日は利用月の翌々月末。キャッシュフローにも余裕が生まれます。

広告費を後払いに

通常、前入金やクレジットカードでのお支払いしか
Web広告は対応しておりませんが、
サービスをご利用いただくことで60日サイトで
お支払いいただけます。



お客様のフローに合わせてお支払い

「未締め、翌月末払い」がお客様フローの場合は
ご利用月の翌月末にお支払いいただいて問題ございません。
利用月の翌々月末までであれば、
ご都合の良いタイミングにてお支払いいただけます。



CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

サービスのご利用によってスムーズに広告のご利用が可能に

Web広告実施における課題	“広告費後払い決済代行サービス”なら…
①実施手順に不安がある 社内にノウハウがなく、広告の設定や実施に当たって不安がある。	▶ **広告運用経験のある営業が支援** 運用経験を持つ営業担当が対応させていただくため、出稿開始まで円滑にサポートさせていただきます。
②前金、クレジットカードでのご利用が難しい 前金やコーポレートカードのご利用が難しい、利用が出来ても経理処理が煩雑で実施許可が下りにくい。	▶ **請求書でのお支払いが可能** 前金やクレジットカード払いしか対応していない媒体でも請求書にてお支払いが可能です。
③広告費のキャッシュフローに課題がある 売上の入金よりも広告費の支払が先となり、広告の出稿強化に踏み切りにくい。	▶ **広告費のお支払いは60日後払い** お支払いサイトが末締めの翌々月末払いのためキャッシュフローが改善。 ※ご利用可能額につきましては審査がございます
④与信額が不足している 与信額が不足し、満足に広告を出稿できない。売上を伸ばせるのに出稿を停止せざるを得ない。	▶ **売上に応じて与信額の伸長が可能** 売上が伸長するにつれ、与信額の増額が可能となります。 ※ご利用可能額につきましては審査がございます
⑤成果の計測がうまくいかず、報告の材料が不十分 タグの設定やレポートの抽出においてノウハウがなく、分析や報告に課題がある。	▶ **設定サービスも充実** 別サービスにてタグ周りやGoogle Analyticsの設定も可能。

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY