

TOYOTA GAZOO Racing

トヨタ自動車株式会社

Objective

TOYOTA GAZOO Racingのブランド認知とモータースポーツファンの獲得。KPIとしてフォロワー数を設定している。TikTokでは他媒体で獲得できていない若年層や車・モータースポーツライト層の取り込みを目的としアカウント運用と広告配信を開始。

Highlight

月8～12本の新規動画を制作。「6秒視聴率」が高い動画はフォロワー獲得効率が高いことが判明し、それを基準に広告出稿するクリエイティブを選定。他媒体と比較して若年層の獲得が+13%、女性の獲得が+8%と、課題だったライト層の取り込みを実現した。

MENU

オークション広告（コミュニティインタラクティブ）

実施時期

2023年内の数ヶ月間



Performance

総フォロワー数

約5,000人 →

約150万人

※広告配信から1ヶ月半で約460倍に。

オーガニック投稿の
平均視聴数

約2,000回 →

約45,000回

※広告配信の前と後の平均視聴数