



shu uemura Holiday Collection

日本ロレアル株式会社

Objective

- ・認知度を拡大し、エンゲージメントを得ること
- ・新規顧客の獲得

上記2つを目的に「ジョジョの奇妙な冒険」とコラボレーションした2023年ホリデーコレクションのキャンペーンをTikTokで実施

Highlight

- ・認知拡大から購入検討を促すまでの取り組みを一気通貫で行うことでECサイトへのトラフィックを促し、売上UPにつなげた。
- ・TTCX※を活用することで効率的に複数パターンの動画配信を可能にした
- ・ブランドリフト調査では広告認知、ブランド好意度、購入意向のリフトが見られ、認知から購入したいという態度変容への効果が可視化された
- ・キャンペーン終了後も、実際に製品を購入したユーザーからUGCが投稿され続けた。認知から興味関心、購入、拡散の好循環の創出に成功

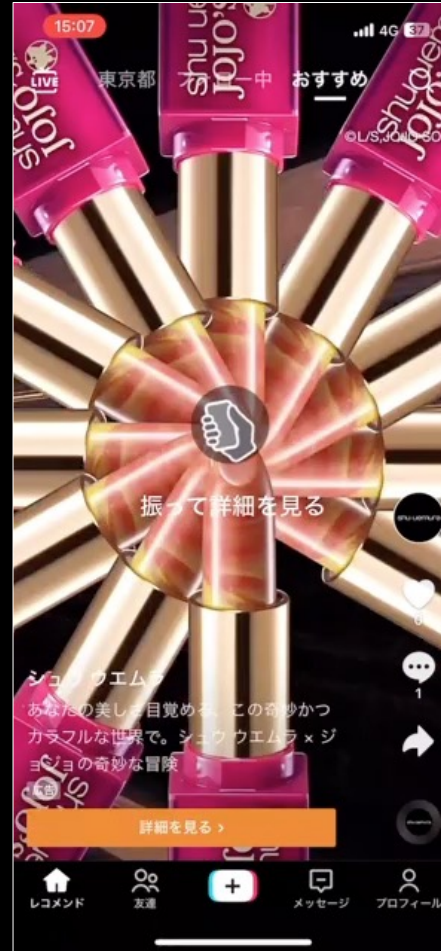
MENU

Top View / オークション広告 (リーチ目的)

実施時期

2023.11月

ブランド素材
※シェイクサプライズ機能を活用



クリエイター素材



Performance

広告認知

+9.5 pt

ブランド好意度

+7.4 pt

購入意向

+13.3 pt

※広告接触群と非接触群との比較
広告接触群の上昇幅

※KANTAR Ad Effectiveness 調査の結果
広告認知と購入意向は95%の有意差
ブランド好意度は80%の有意差

製品の先行発売・本発売に合わせて製品認知を強化 認知獲得～購入検討まで押し上げるマルチファンネルプラン

