

# Qoo10 メガ割

eBay Japan合同会社

## Objective

- ・ Qoo10「メガ割」の認知獲得
- ・ Kantar Ad Effectiveness調査※を行いユーザーの調査をする

上記2つを目的に配信を実施。

## Highlight

- ・ 継続的な出稿でQoo10の土壌を作り、メガ割のタイミングでしっかりプロモーションをすることでユーザーから大きな反響を得ることに成功。
- ・ ブランドへの好意度と利用意向に大きなリフトが見られた。特にQoo10の休眠ユーザーや未利用ユーザーへの効果が高いことがわかった。

## MENU

- ・ TopView
- ・ Reach & Frequency (Standard Feed)
- ・ オークション広告 (トラフィック目的)

## 実施時期

2023年 11月

※Kantar Ad Effectiveness調査とは、広告接触による態度変容を測定するために、広告接触群と広告に接触していない統制群の態度を比較する対照実験を行うアンケート手法。



プレースメント：TikTok

## Performance

(※Kantar Ad Effectiveness調査の結果、絶対リフト)

全体のリフト値

広告認知

+15.3%\*

好意度

+7.5%\*\*

利用意向

+9%\*\*

ノンユーザー（過去に利用したが現在はしていない、または利用経験がない人を含む）のリフト値

好意度

+10.6%\*\*

利用意向

+14.5%\*\*\*

※\*信頼区間95% \*\*信頼区間80%(Top2Box) \*\*\*信頼区間95%(Top2Box)

# Qoo10 メガ割

eBay Japan合同会社

SPONSORED by TikTok for Business Japan

TikTok

**Qoo10「メガ割」が最大手セールにも負けぬ認知を獲得。相性の良さを生かした、TikTok 広告の活用が鍵に**

Brand STUDIO | 2024/3/26



2023年Q4セール期において、抜群の認知を獲得したQoo10のビッグセール「メガ割」。国内のECモールでは後発でありながら、実購入者規模が加速的に広がっている。その要因のひとつは、TikTokでの広告戦略だ。

Qoo10を運営するeBay Japanは、ビッグセール期に限らず年間を通してTikTok広告に注力。TikTok内でQoo10に関連するコンテンツが自然に醸成される環境を形成し、購買行動を後押ししている。加えて、今回の事例ではKantar社と連携し、ブランドリフト調査も実施。それによりビジネスインパクトが見える化され、戦略の新しい課題も見えてきたという。

eBay Japan合同会社 戦略マーケティング室 部長 モラーノ 絢香氏とTikTok for Business Japan 千秋真之介氏、小関早紀氏に、今回のプロモーションの成功要因、さらにEC領域とTikTokのシナジーについて話を聞いた。

記事URL：<https://digiday.jp/platforms/qoo10-mega-wari-has-gained-recognition-comparable-to-the-biggest-sales/>

メインターゲットとしている女性の18～39歳の層の認知が9割以上あったことには、とても満足しています。調査対象だった11月期は大手ECモールのビッグセールがひしめく非常にチャレンジングな月でしたが、**セールが立て込む時期でもメガ割の認知がほかのビッグセールよりも高かったというのは、非常に背中を押される結果でした。**まだまだユニークな戦い方ができると自信を持たせてもらえたように感じます。

**お客様の解像度を上げてくれるのはTikTokならではの価値だと思います。**ECサービスを提供する側として、お客様との距離を縮められたことから、**EC業態とTikTokとの相性はよい**と言えるのではないのでしょうか。



eBay Japan合同会社  
戦略マーケティング室部長

モラーノ氏