

新聞広告起点のSNS拡散 **よみバズ** が進化

「読者に見つかる」から「最適ターゲット(ファン)に届ける」へ

ツイッター「プロモツイート」を活用した新広告商品が誕生！

よみバズブースト

2023年6月
読売新聞東京本社

◆商品コンセプト・特長

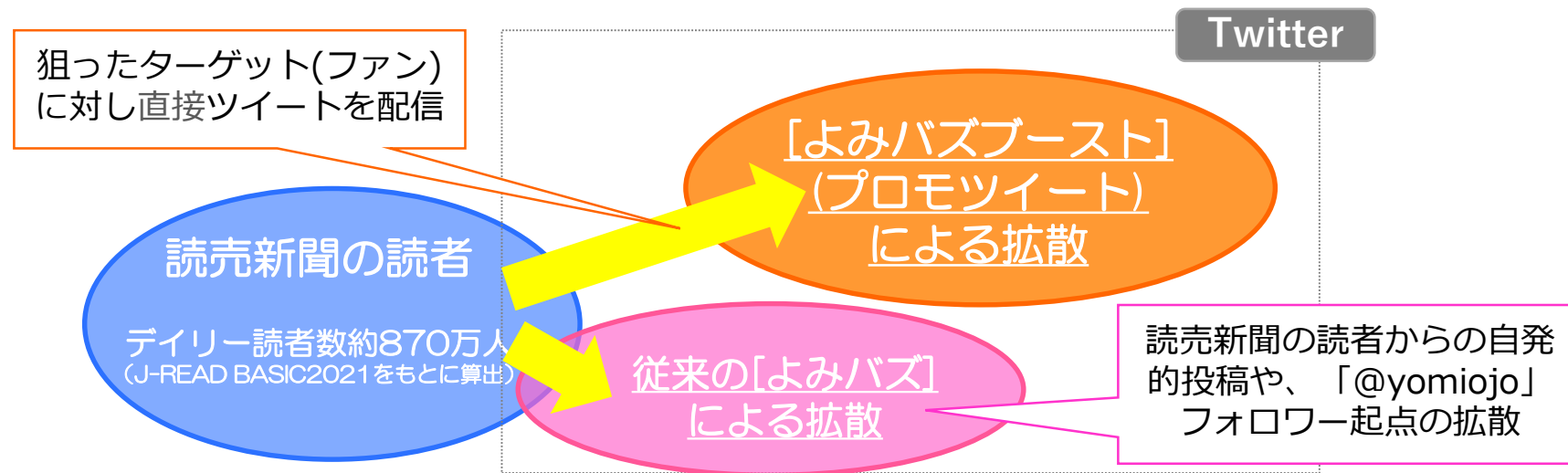
- ◆新聞広告+ツイッター広告による「オンオフ統合商品」
- ◆拡散結果が可視化&レポートできます

よみバズブーストとは…

- ・ツイッターの広告商品「プロモツイート」を活用し、新聞広告掲載時に投稿する読売新聞社広告局公式ツイッターアカウント「[@yomiojo](#)」からのツイートを「**プロモーション(広告)**」としてツイッター上に展開します。
- ・よみバズ分析(SNS拡散の数値化)を行っている「クチコミ@係長」の運営企業「ホットリンク」との共同商品です。同社は配信ターゲット設定に優れており、最適化したターゲットへの配信で、広告効果を最大限引き出します。

【特長】

- 新聞広告掲載当日に、「**ニーズが高いターゲット(ファン)層に届く**」
(=精緻なターゲティング配信による話題の最大化)
- 配信期間は原則的に「**掲載当日~翌々日**」とし、「旬な情報として集中的に配信」
- 新聞社からのプロモツイートによる、ユーザーへの「**信頼性、客観性**」
- 自発的な拡散(=よみバズ)とあわせ「新聞広告起点の拡散を広く捕捉し、**数値化・レポート**」



◆本商品のターゲットティングの秘訣

ツイッター全量収集を行っているホットリンク社だからできる独自ノウハウを生かした「ターゲット抽出」等のアプローチにより、貴社広告のポテンシャルを最大化できる施策です。

新聞広告掲載



広告効果を最大限引き出します！

プロモツイート (よみバズブースト)



● 広告の目的に応じ、2つの方向性を選択

- ①なるべく多く見られたい場合 = インプレッション重視
 - ②なるべく多く*アクションを起こさせたい場合 = エンゲージメント重視
- *リツイート、「いいね」クリック、画像クリックなどを指す

● 精緻な配信先の設定

精度が高いターゲットティング！

- (A) **キーワード**ターゲットティング：指定した任意のキーワードを元に、直近1週間の検索内容、ツイート内容に基づきユーザーをターゲットティングする手法
- (B) **アカウント(ハンドル)**ターゲットティング：指定したアカウント(ハンドル)のフォロワー、またはその類似フォロワーに広告を配信する手法



SNS解析ツール「クチコミ@係長」等、ホットリンク社のシステムを使い、キーワードやアカウントを抽出。それを元に精緻なターゲットティングを行います。

● その他、ターゲットペルソナ層などを「ヒアリングシート」でご提出いただくことで、広告を届けたい層への配信が可能になります。

【よみバズブーストヒアリングシート】		
NO	項目	記入欄
1.	広告主名	
2.	URL	
3.	商品・サービス名	
4.	クリエイティブ概要	
5.	ターゲットペルソナ層(性別・年代)	
6.	ターゲットペルソナ層(職業・生活シーン)	
7.	ターゲットペルソナ層(その他)	
8.	予算(ネット額:100万円以上)	
9.	掲載日(よみバズブースト開始日)	
10.	よみバズブーストにおける目的※	インプレッション or エンゲージメント
11.	備考	

◆ ツイッターでの展開イメージ (全体像)

よみバズブースト & よみバズ = “仕掛けの広告” と “自発的拡散” で、新聞広告の“ポテンシャル”を最大化！

2020年10月6日
DAZN様実施事例

よみバズ ブースト

新聞広告掲載



広告で拡散 プロモツイート(よみバズブースト)



読売新聞社広告局によるプロモーション
↑
規定の表示あり

事前設定したキーワード
やアカウントをもとに、
ターゲット層に当てていく
広告として展開
(@yomiojoツイートの
1~2時間後に開始)

プロモツイートをリツ
イートした「1次リツ
イート」分まで、広告
領域として計測

※プロモツイートの「1次リ
ツイート」分までは「よみ
バズ」計測に含まれません。

【ツイッター広告としての指標】

※当該の広告領域の分のみレポートします

- ・ *インプレッション数
- ・ エンゲージメント数
- ・ CPE など

2日間で約260万impression

*インプレッション数=当該プロモツイートが表示された回数

自然に拡散 オーガニックツイート



読売新聞社広告局公式ア
カアカウント「@yomiojo」
でツイート

プロモツイートの「2次
リツイート」分から「広
告」ではなく自然拡散と
して計測 (=よみバズ)

@yomiojoのフォロワー
からの拡散

読者が紙面を写真に撮る
などしたツイート(&リツ
イート)、広告主様など
関係者からの投稿など

(注)プロモツイートの「インプレッション数」と、自発的拡散を捉えた「推定リーチ人数」はどちらもリーチを表す指標ですが、合算はできません。

【自然拡散を定量的に計測できる指標】

※ツイッターの投稿全量から分析、計測します
※プロモツイート(広告領域)分は除外されます

- ・ *推定リーチ人数
- ・ ツイート数

2日間で約151万人にリーチ

*推定リーチ人数=ツイートしたアカウントのフォロワーの合計数

よみバズ

掲載当日朝から自発的ツイート発生

2つの拡散の成果を数値化・レポート

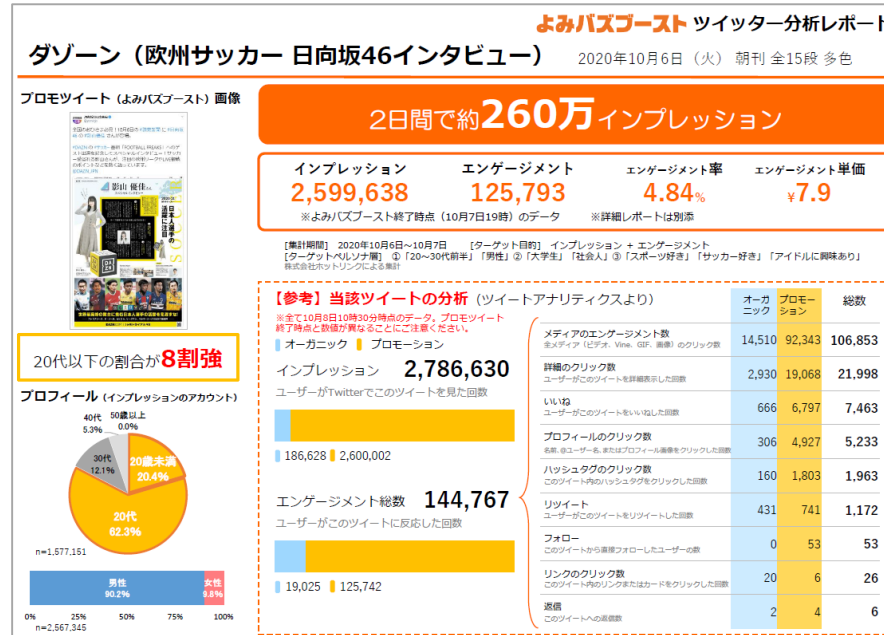
◆レポーティング

貴社広告のツイッター拡散をトータルで捕捉し、可視化して報告します

2020年10月6日
DAZN様実施事例

よみバズ ブースト

[@yomiojo]アカウント
のプロモツイートの結果
をレポート

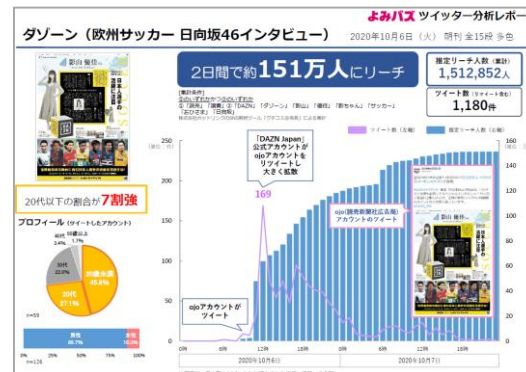


<詳細レポート>

- サマリー
- 日ごとの時間別
- ターゲティング別
- 性別、年代別

よみバズ

自発的拡散や「@yomiojo」
フォロワーからの拡散を、
ツイッター全量から計測



◆ 広告料金 / お申し込み手続き

「よみバズブースト」 広告料金：ネット100万円 (消費税別)

※ 広告会社様のマージンは含まれていません

● よみバズブーストはツイッター広告の「プロモツイート」を活用するもので、**運用型広告**の一種です。

- ※インプレッション保証型やクリック保証型の商品ではありません。
- ※オークション方式であり「入札額」と「**広告の品質**」によって広告が表示されるかが決まります。
- 「*広告の品質」の要素 = 「共感性(広告への反応度)」「関連性(興味関心との合致度)」「リーセンシー(情報の新しさ)」

⇒よみバズブーストは、上述のツイッター広告の特徴を十分に把握した上で「**広告内容**」と、「**ヒアリングシート**に基づくご要望」から、ツイッター上で拡散を最大化させる施策をご提案する、**コンサルティング型広告商品**です。

◇ 発注確認書・ヒアリングシート (12営業日前まで)

①

②

お申し込みの際は、**①発注確認書** **②ヒアリングシート**にご記入いただき、弊社営業担当者までご提出ください。

※Twitter広告ポリシーにより、**広告主様の業種や広告内容によって、プロモツイートの配信が保留される場合がございます。**
詳しくは弊社営業担当者にお問い合わせください。

※「**土日祝日**」での実施を希望される場合は、**15営業日前までにお知らせください。**15営業日前をきると、別途実費がかかります。
(詳細はお問い合わせください)

● 本商品の企画設計 ●
読売新聞東京本社ビジネス局ビジネス戦略センター

◆よみバズブーストスケジュール

※詳しくは、発注確認書ご提出の際にスケジュールをご連絡いたします。

掲載15営業日前まで 土日祝日での配信をご希望される場合、**実施予定のお申し出** (*1)

掲載12営業日前まで **「発注確認書・ヒアリングシート」**のご提出 **ツイート文案**のご提出
※予定広告原稿もお送りください。

掲載7営業日前ごろ 「配信キーワード・アカウント」お渡し 文案の校正

掲載3営業日前まで 「配信キーワード、アカウント」確定 ツイート文案校了

事前作業完了

掲載当日 朝9時半～10時頃 @yomiojoからツイート
その後、ホットリンク社よりプロモツイート(1～2時間後) (*2)

掲載翌々日 プロモツイート配信終了

掲載日の6営業日後 報告書納品 (*3)

(*1) 掲載3週間を切った「土日祝日」での実施は、別途実費がかかります。平日実施の場合は12営業日前までのお知らせにて問題ありません。

(*2) Twitter広告ポリシーにより、広告主様の業種や広告内容によって、プロモツイートの配信が保留される場合があります。

土日に配信保留となった場合、再配信設定は週明け月曜日の対応となります。

(*3) 配信のお申込み状況により、報告書納品がずれ込む場合があります。