

TIKTOK



PLATFORM

INTRO

www.nativex.com

Nativex

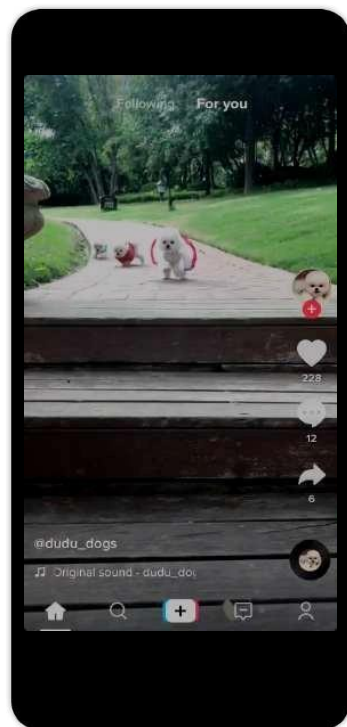
ABOUT

TikTok Adsは、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は、誰もがクリエイターになることを可能にし、ユーザーが自分の情熱と表現を動画を通じて共有することを奨励します。

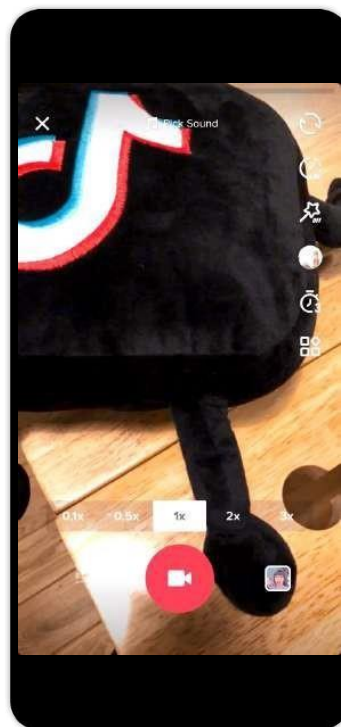
ユーザージャーニー



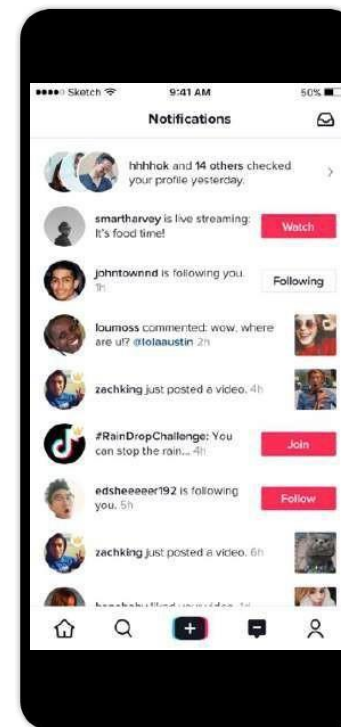
ホームページ



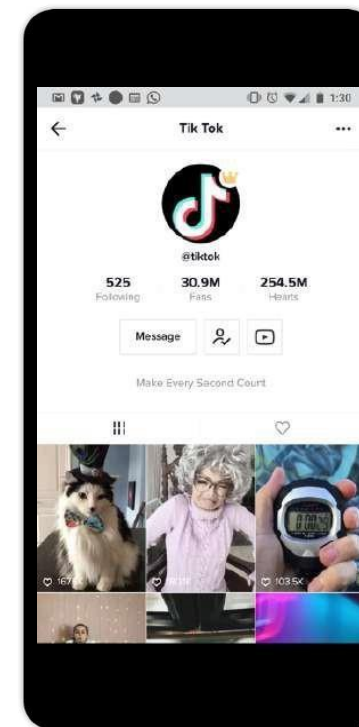
トレンド



ビデオ撮影



メッセージ



プロフィール

世界で最もダウンロードされているアプリ

Top Social Networking Apps Worldwide for Q1 2019 by Downloads  SensorTower

Overall Downloads	App Store Downloads	Google Play Downloads
1  TikTok	1  TikTok	1  TikTok
2  Facebook	2  Instagram	2  Facebook
3  Instagram	3  Facebook	3  Instagram
4  LIKE	4  Snapchat	4  LIKE
5  Snapchat	5  Twitter	5  Snapchat
6  Twitter	6  Pinterest	6  Helo
7  Helo	7  Little Red Book	7  Sharechat
8  Pinterest	8  WeChat	8  Twitter
9  Sharechat	9  QQ	9  HAGO
10  HAGO	10  Discord	10  Pinterest

 SensorTower Data That Drives App Growth sensortower.com



世界中で急成長中

150

国と地域

75

言語

8億

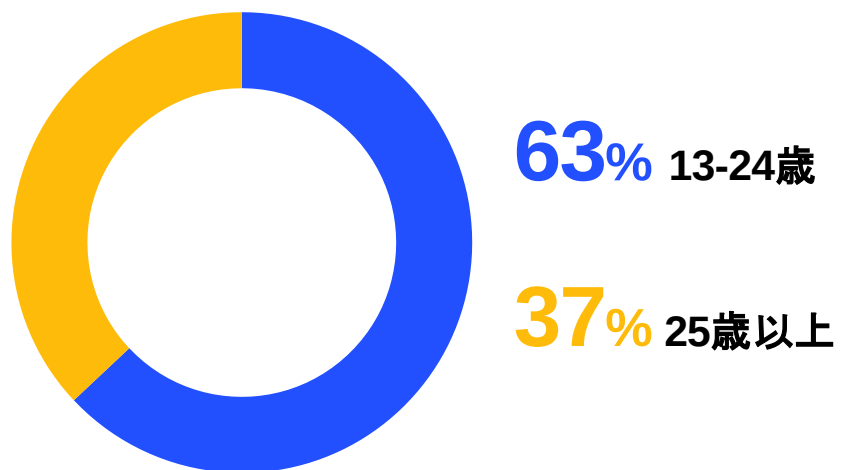
グローバルMAU



Internal data 2019.2

Naïvex

オーディエンスの特性（アメリカ）



月間アクティブユーザー数

3,100万



アプリのエンゲージメント状況（アメリカ）

12 回

1日のアプリの利用回数

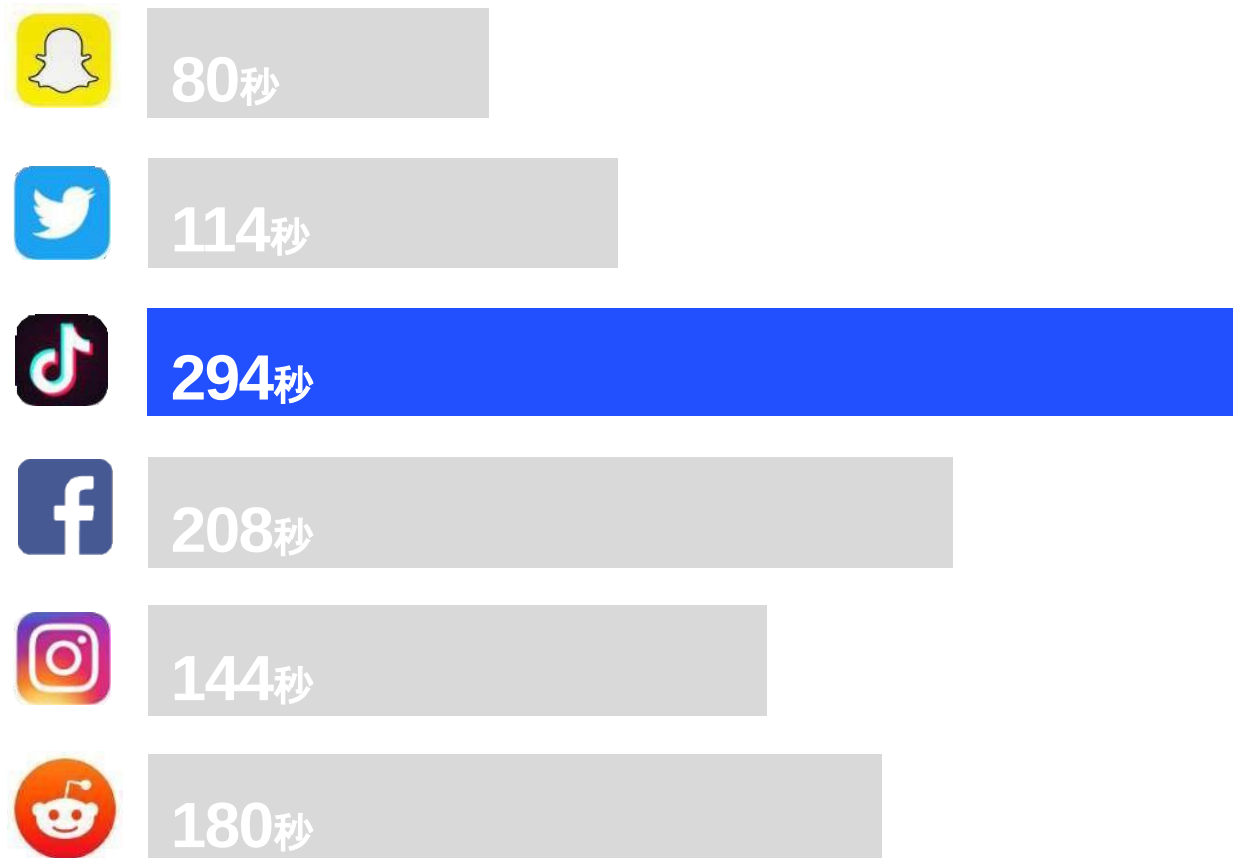
60 分

1日のアプリ利用時間

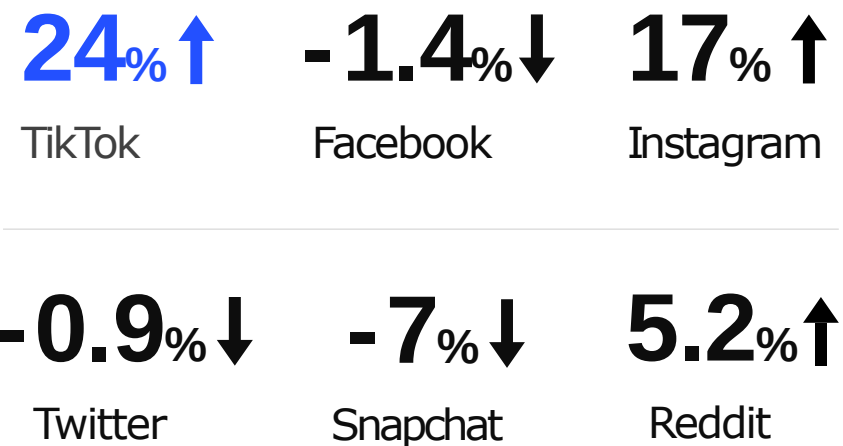
760億

月間動画視聴数

平均セッション時間の比較



昨年対比の変化

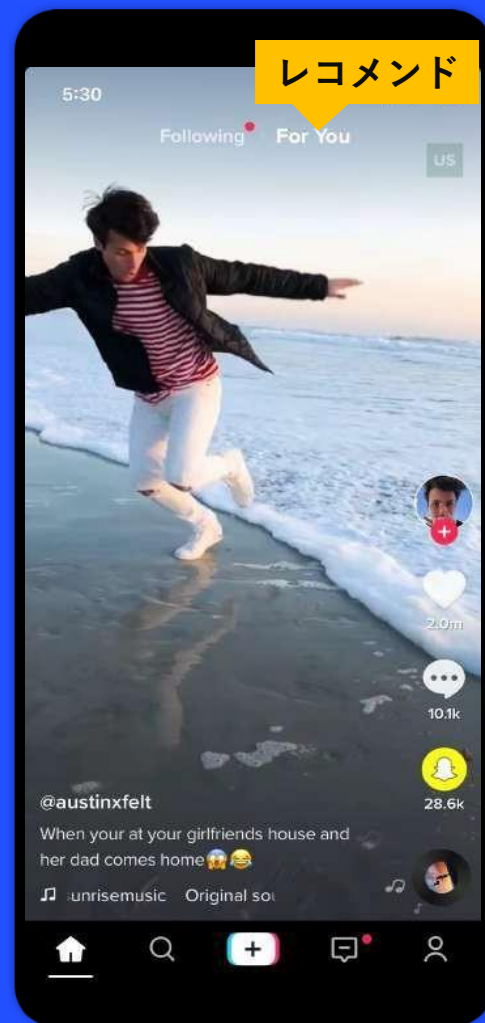


出典: Monthly Avg Session Duration, App Annie, Oct, 2018

TikTokの「レコメンド」が特別な理由

53.62%

の動画は、インフィードで
視聴されています。



パーソナライズ

独自のインテリジェントな機械学習テクノロジーに基づいて、パーソナライズされたコンテンツを表示します。

精確さ

動画の視聴状況やインタラクションを通じて、ユーザーの好みを学習します。TikTokを長時間利用するほど、TikTokはユーザーをより良く理解します。

多様性

多くのユーザー生成コンテンツが投稿され、多様なコンテンツを楽しむことができます。

広告プロダクトの紹介

TikTok

Naïvex

ブランドテイクオーバー

広告フォーマットの特徴

- ・ TikTokのアプリを起動した際に表示されるため、ユーザーにとって最初のインタラクションになります。
- ・ 特定の期間、すべてのユーザーの注意を引くことができます。

広告フォーマットの利点

- ・ ユーザーをアプリ内またはランディングページに誘導できます。
- ・ 1日に1広告主しか利用できません。



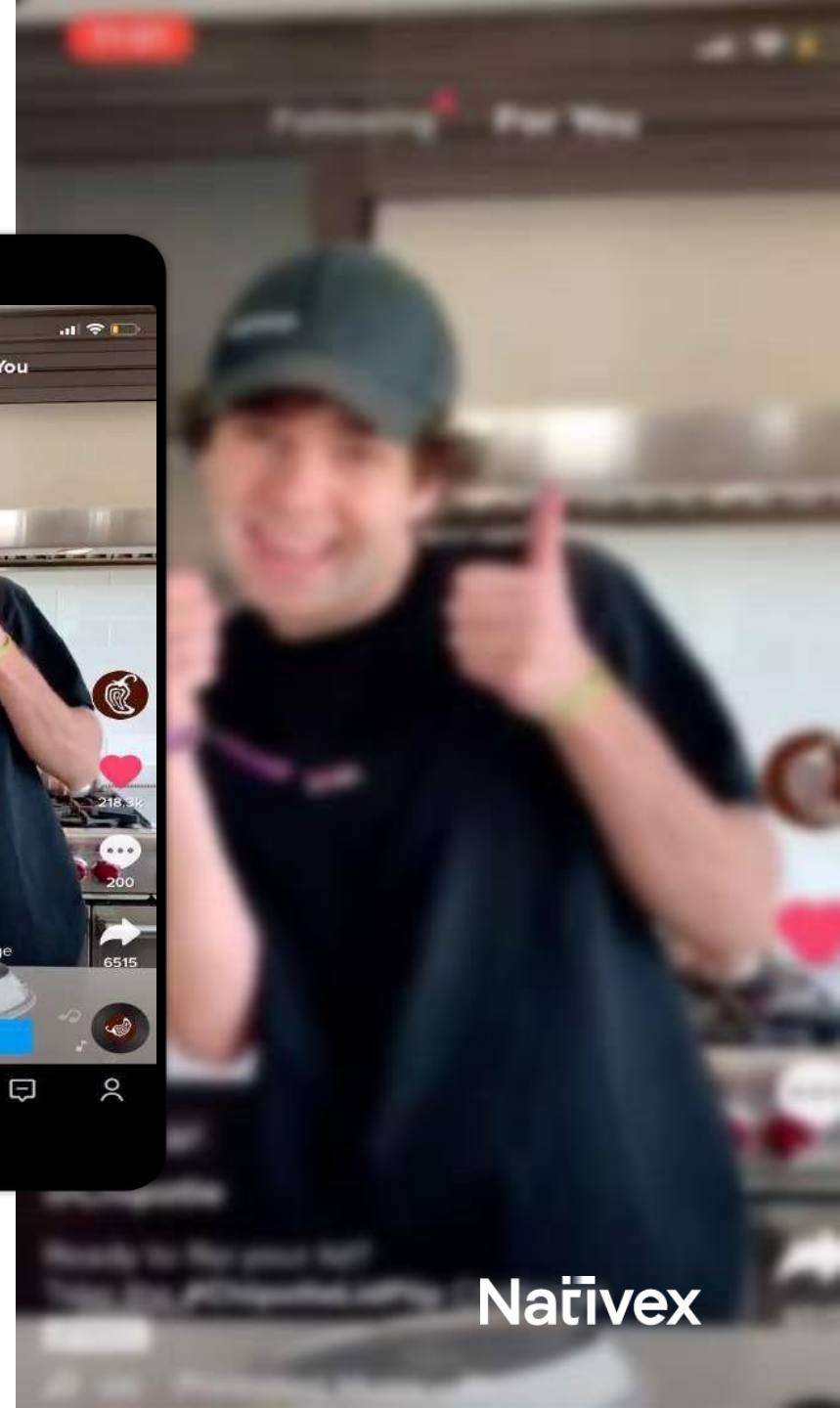
トップビュー

広告フォーマットの特徴

- ・ブランドテイクオーバーのプレミアムバージョンです。
- ・インフィード動画広告にフェードインします。
- ・動画の尺は15秒以内です。

広告フォーマットの利点

- ・インパクトのある動画広告ユニットです。
- ・音声付きの自動再生。
- ・ユーザーをアプリ内またはランディングページに誘導できます。
- ・1日に1広告主しか利用できません。



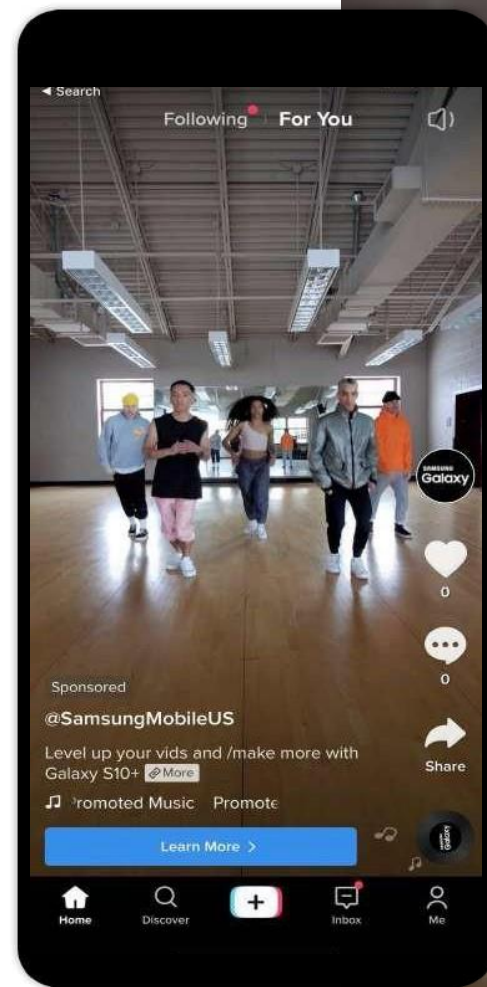
インフィード動画

広告フォーマットの特徴

- ・ 5～15秒の尺、フルスクリーン、自動再生、没入型ビデオ体験。
- ・ ネイティブに表示します。

広告フォーマットの利点

- ・ ユーザーをアプリ内またはランディングページに誘導できます。
- ・ 複数の入札タイプを利用可能です（CPM、CPV、CPC、oCPC）。



ワンデymax (プレミアムインフィード枠)

広告フォーマットの特徴

- ・ブランドテイクオーバーをインプレッション上限なしに1日中配信します。
- ・ユーザーがその日に閲覧する最初のインフィード動画になります。

広告フォーマットの利点

- ・レコメンドフィード内にネイティブに表示します（5～15秒）。
- ・高い視認性、インプレッション、リーチを保証します。
- ・レコメンドフィードを丸一日保有することができます。



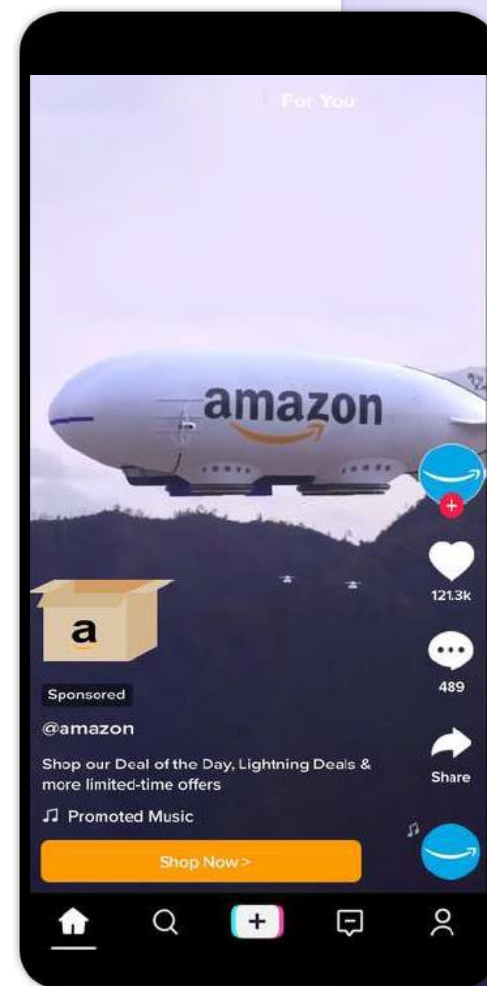
ビッグデイ (ブランドバッジ)

広告フォーマットの特徴

- ・カスタマイズされたバッジをブランドのフィード動画に表示します。
- ・クリック可能なアイコンであり、ECサイトへのトラフィックを促進します。
- ・ユーザーをランディングページに誘導することができます。

広告フォーマットの利点

- ・すぐに人々の注目を集める強力な広告ユニットです。



投票カード付インフィード

広告フォーマットの特徴

- ・ 広告主は1つの質問をして、ユーザーに2つの回答を提供できます。
- ・ 投票メッセージは、インフィード上に数秒ポップアップします。
- ・ 動画の尺は15秒以内です。

広告フォーマットの利点

- ・ 標準のインフィード動画よりもクリエイティブな方法で人々と交流できます。
- ・ TikTokユーザーを調査するのに最適なフォーマットです。



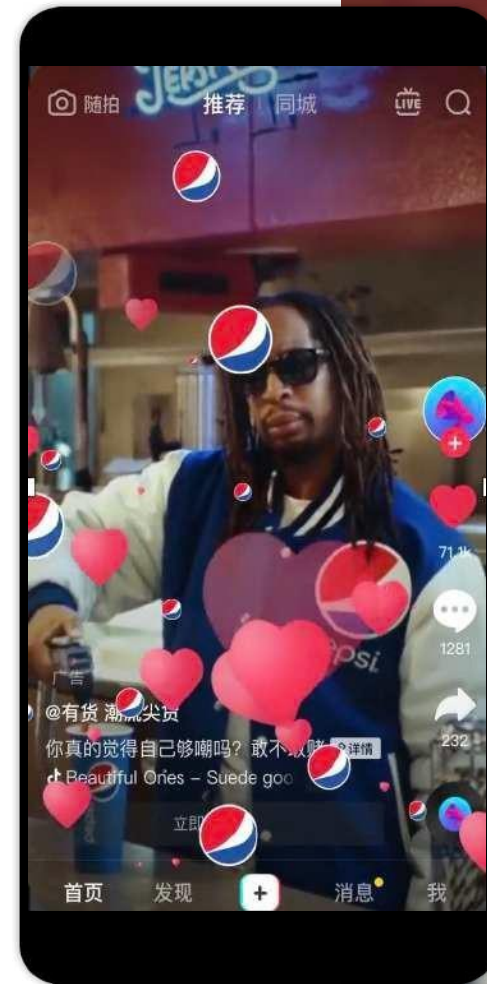
スーパーライク

広告フォーマットの特徴

- ・いいねボタンをクリックするか、画面をダブルクリックすると、ビデオに特殊効果が表示されます。
- ・ブランドメッセージを強化するためのタッチポイントになります。

広告フォーマットの利点

- ・ユーザーを喜ばせ、驚かせることができます。
- ・ユーザーがいいね関連のエンゲージメントを行うよう促します。



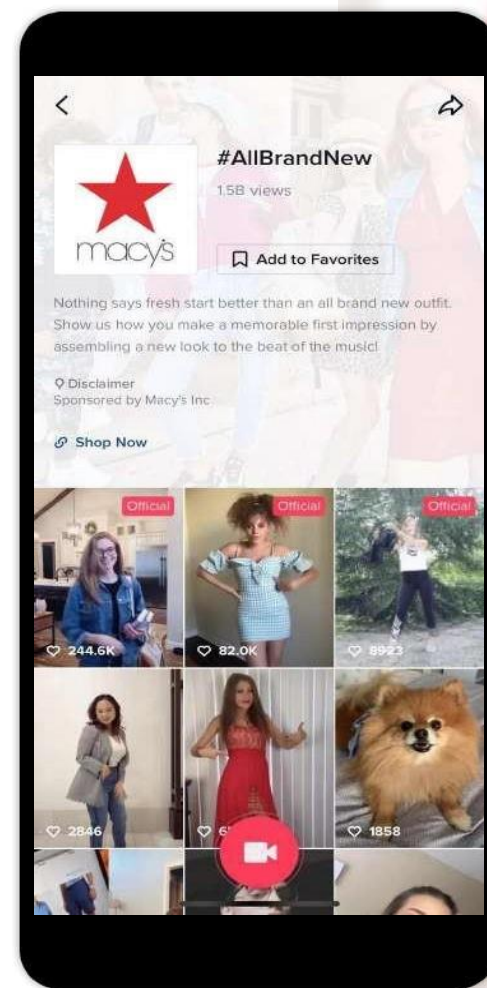
ハッシュタグチャレンジ

広告フォーマットの特徴

- ・ TikTokの目玉となる広告フォーマット
- ・ #ハッシュタグを活用して、ユーザーが動画を撮影をしてチャレンジに参加するよう促します。

広告フォーマットの利点

- ・ ユーザーの35%が、ハッシュタグチャレンジに参加しています。
- ・ Z世代のの創造性と表現を活用することができます。
- ・ 全ての動画の16%が、ハッシュタグチャレンジに関連するものです。



ハッシュタグチャレンジプラス

ブランド認知度・UGC・販売を促進するアップグレードされたエンゲージメントソリューション

1. 発見バナー

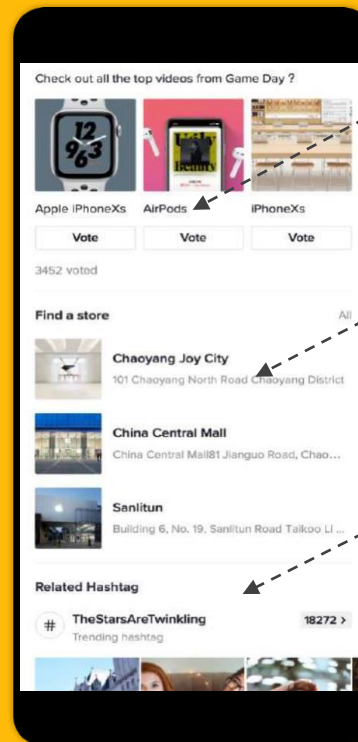
2. カルーセル



3. インスタント調査

4. オフラインストア

5. 関連するハッシュタグ



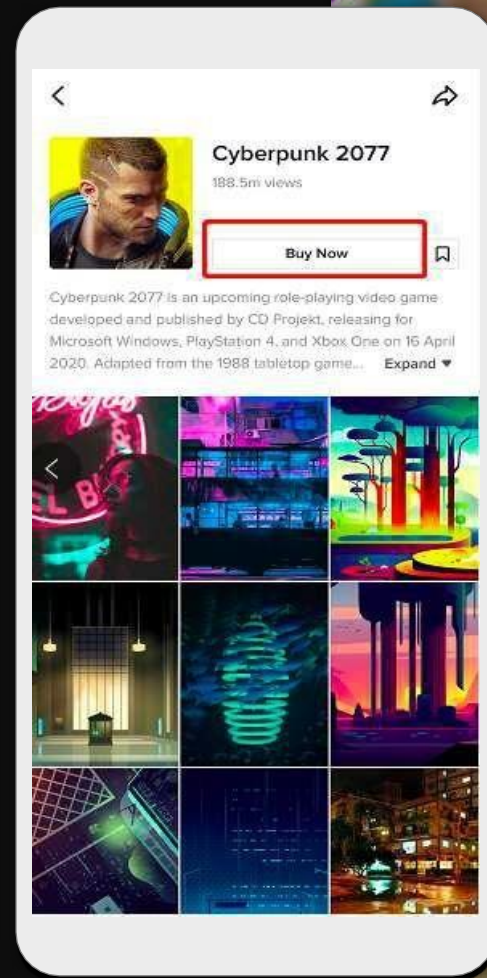
Nativex

ハッシュタグチャレンジ+ ショッパブルCTAボタン

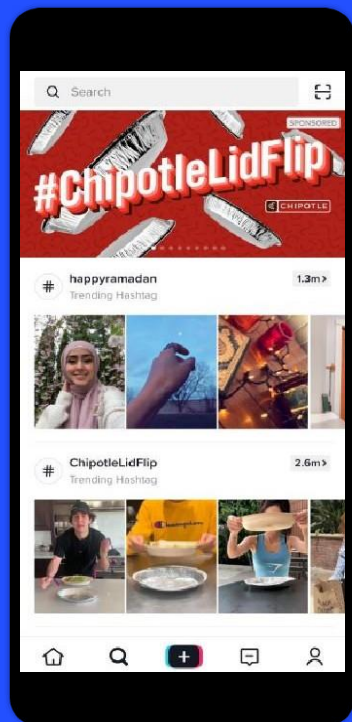
ハッシュタグチャレンジページに配置する新しいCTAボタンのオプション。

CTAボタンは、多言語設定をサポートしています。

CTAテキストは16文字以内でカスタマイズできます。



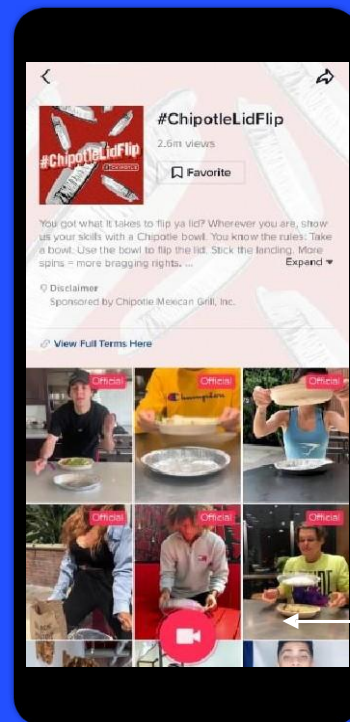
ハッシュタグチャレンジのエコシステム



トレンドページ

チャレンジ（パートA）：ブランドバナーは、6日間のチャレンジパッケージの最初の3日間で2番目のバナーとして紹介されます。バナーはチャレンジページに誘導します。

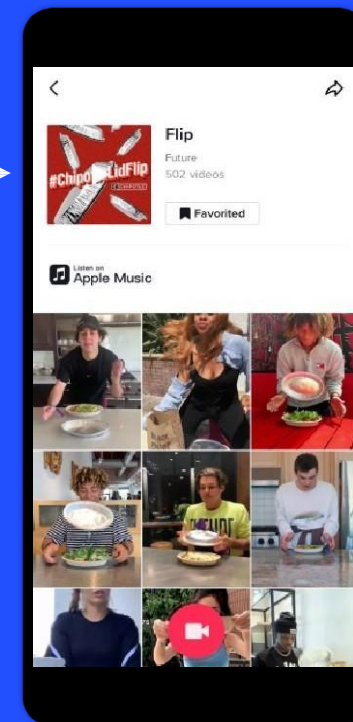
チャレンジ（パートB）：スポンサー付きハッシュタグは、6日間のチャレンジパッケージの最初の3日間は2番目のハッシュタグとして表示されます。ユーザーをチャレンジページに誘導します。



チャレンジページ

楽曲ページでブランドの曲がレコメンドされる可能性があります。

録音ボタンをクリックすると、チャレンジに参加して曲を選ぶことができます。



曲の選択ページ

ブランドエフェクト

広告フォーマットの特徴

クリエイティブな顔フィルターから完全にアニメーション化された3D / ARオブジェクトまで、ユーザーは現在の環境を根本的に変えることができます。

広告フォーマットの利点

- ・ より深いエンゲージメントを可能にします。
- ・ ユーザーの64%がフェイスフィルターまたはレンズを使用しています。

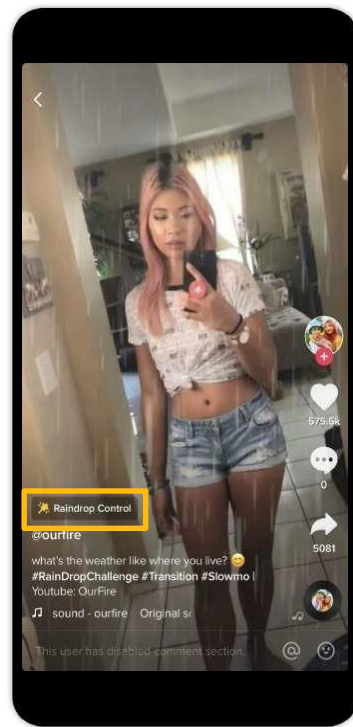


Nativex

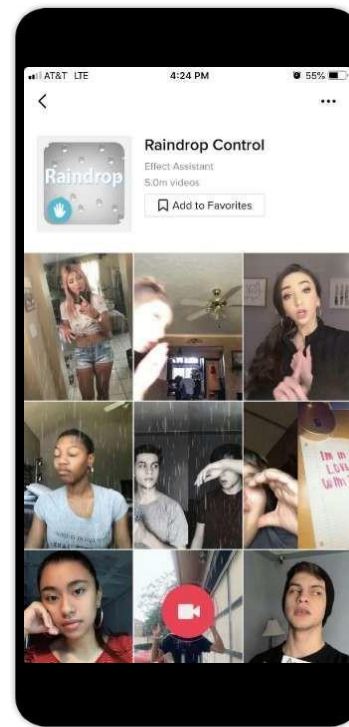
エフェクトの利用方法



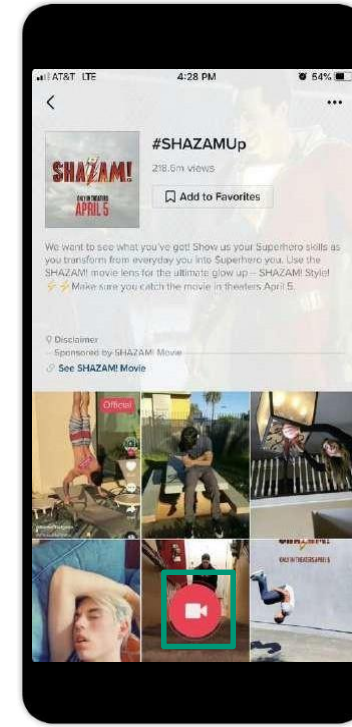
カメラのエフェクト



動画内のレンズアイコン



レンズページ



各種広告

ハッシュタグチャレンジの費用（アメリカ）

広告メニュー	配信	費用
ベーシック・ハッシュタグチャレンジ	3日間のアプリ内プレースメント + ブランドテイクオーバー	\$180,000
スタンダード・ハッシュタグチャレンジ	6日間のアプリ内プレースメント + ブランドテイクオーバー	\$230,000
ハッシュタグチャレンジ・プラス	6日間のアプリ内プレースメント + ショッパブルCTA + ブランドテイクオーバー	\$280,000

ブランドエフェクトの費用（アメリカ）

ハッシュタグチャレンジ	配信	費用
標準 フィルター、2Dハンド、2Dフォアグラウンド、2Dフェイシャル	6日間のアプリ内プレースメント + エフェクト/レンズ制作	\$90,000
プレミアム フェイシャルディストーション、コスメティックス、 ヘアダイ、レインドロップコントロール	6日間のアプリ内プレースメント + エフェクト/レンズ制作	\$105,000
デラックス 3Dヘッド、AR	6日間のアプリ内プレースメント + エフェクト/レンズ制作	\$125,000
エクスプレス 2Dフォアグラウンド	3日間のアプリ内プレースメント + エフェクト/レンズ制作	\$45,000

ベンチマーク (2019年Q2アメリカ)

ブランドテイクオーバー

平均CTR : 9-14%

トップビュー

平均CTR : 13.42%-20.12%

エンゲージメント率 : 15.74%-23.62%

インフィード動画

TikTokアカウントなしの場合

CTR : 1.42%-2.12%

エンゲージメント率 : 4.50%-6.74%

TikTokアカウントありの場合

CTR : 1.13%-1.69%

エンゲージメント率 : 4.29%-6.43%

3秒動画視聴率 : 31.14%-46.72%

完全動画視聴率 : 10.37%-15.55%

ベンチマーク (2019年Q2アメリカ)

ハッシュタグチャレンジ-3日間

動画投稿：15-20万

動画視聴数：2.5-3億

エンゲージメント率：14-15%

ハッシュタグチャレンジ-6日間

動画投稿：30-40万

動画視聴数：5-6億

エンゲージメント率：14-15%



Nativex

計測パートナー

ブランドリフト調査

nielsen
.....


Millward
Brown

インプレッション計測

 DoubleClick
Campaign Manager

Sizmek®

flashtalking“”

アプリダウンロード

 AppsFlyer

 adjust

KOCHAVA★

TUNE

THANK YOU

A decorative graphic consisting of several horizontal stripes in blue and yellow, extending from the right side of the word 'YOU' across the width of the slide.

*© 2020 Nativex. All rights reserved.
Contains Nativex's Confidential and Proprietary information and
shall not be disclosed or reproduced without the prior written
consent of Nativex.*

Nativex