

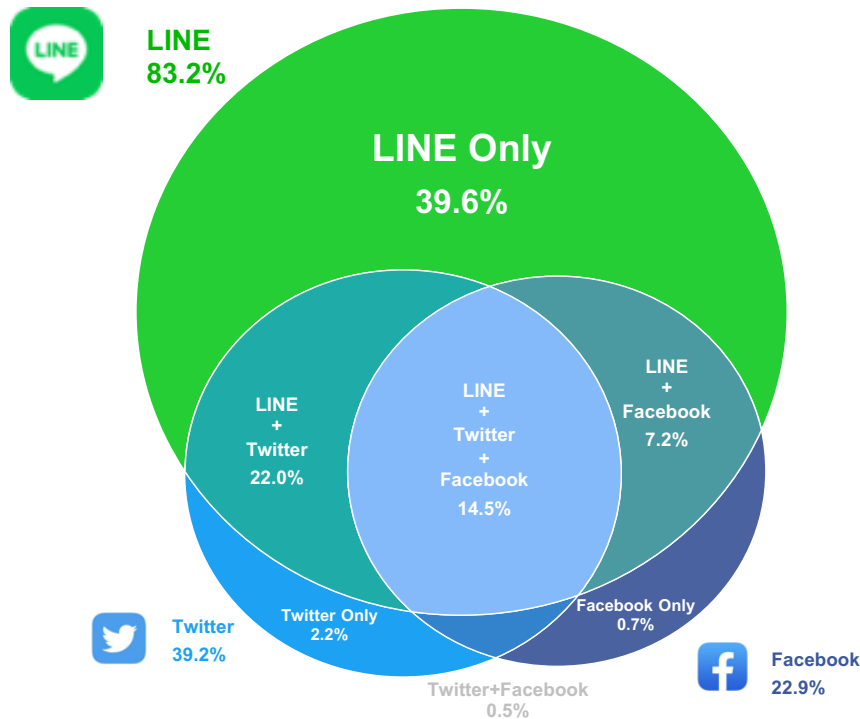
 LINE公式アカウント



# LINE公式アカウントの概要

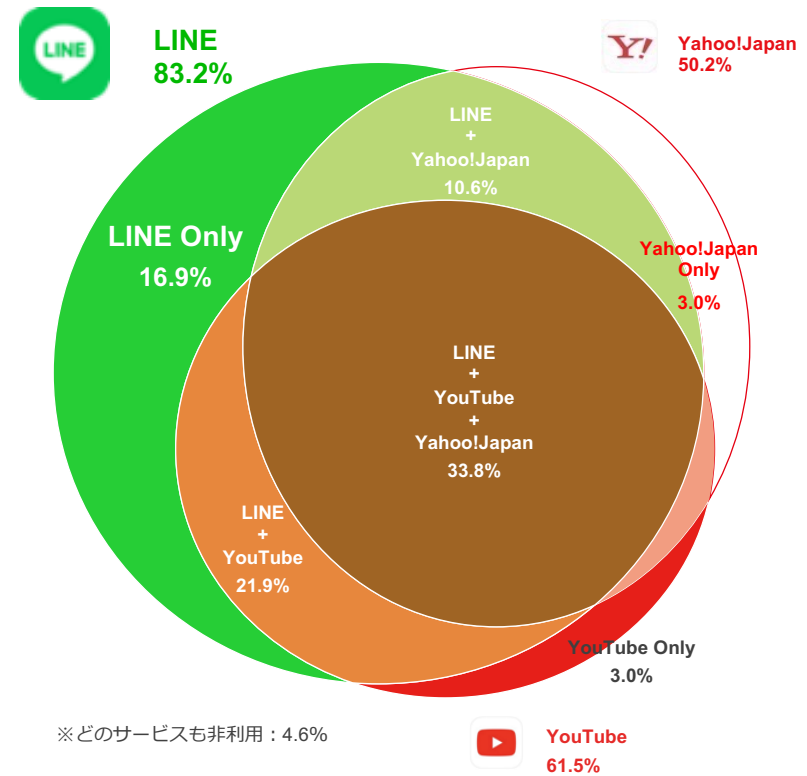
LINEアプリは日本国内の「生活インフラ」として定着しており  
国内のMAUは**8,900万人以上**で  
日本の人口の70%以上をカバーしています。

普段スマートフォンで利用しているSNS



※どのサービスも非利用：9.9%

普段スマートフォンで利用しているサービス



※どのサービスも非利用：4.6%

LINEでしかリーチできない顧客層が存在します

# 当社のLINE事業



当社はLINE社に認定をうけている  
LINE公式アカウント、及びLINE広告のセールspartner。  
**LINEのビジネス活用の専門家**です。

LINE公式アカウント

アカウント運用

LINEのAPI活用

ソリューション

LINEチラシ

LINEミニアプリ

LINE広告

来場・来店促進

友だち集め

販促・プロモーション

CPDスタンプ

LINE pointコード



LINEマーケティングの窓口を当社の専任スタッフに一本化することで…

**御社のLINE関連業務の負担が劇的に軽減されます**

# LINE公式アカウントを中心としたLINEのビジネス活用

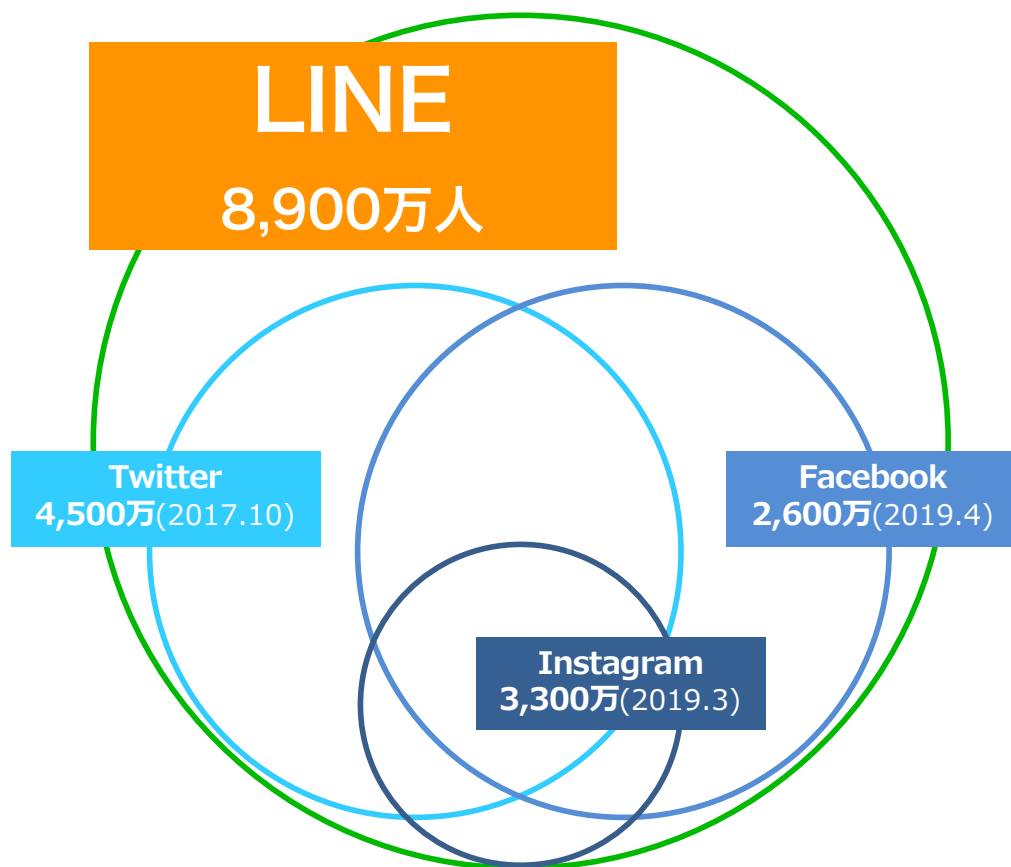
**Yahoo!との経営統合**により、LINE公式アカウントを中心としたビジネスソリューションがさらに充実しました！



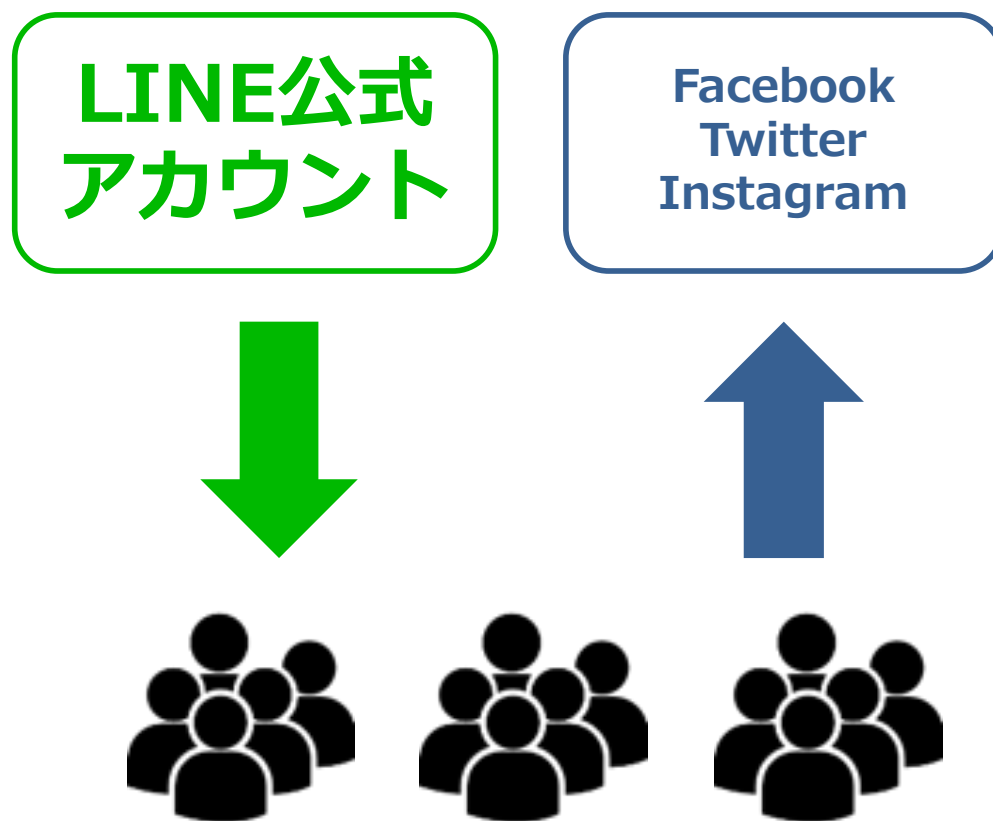
LINE公式アカウントをとりまくソリューション多数

# LINE公式アカウントと他SNSとの違い

利用者の母数が違う

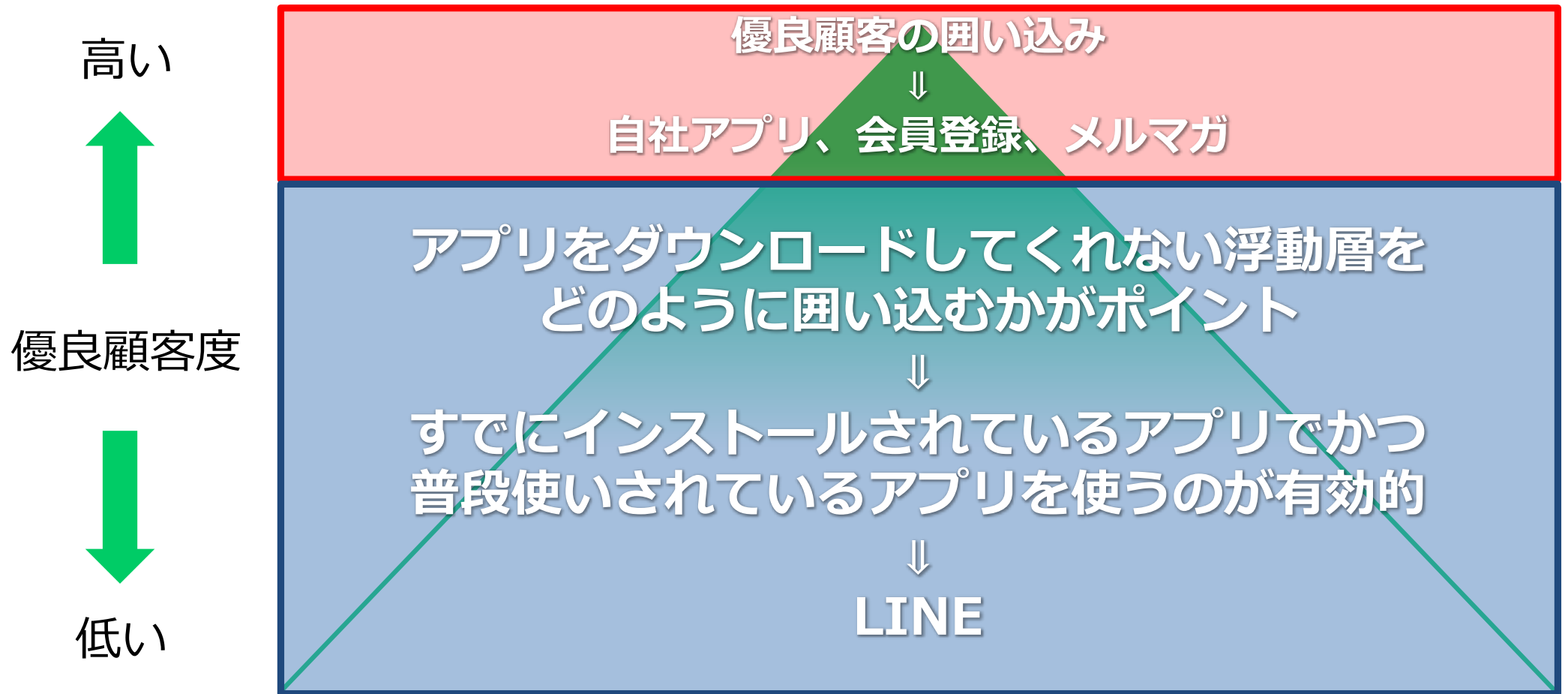


情報の届き方が違う



Pushで情報を届けられるのが最大の魅力

# 会員アプリとLINE公式アカウントの棲み分け



浮動層の囲い込みは、普段使いのLINE活用が◎

# LINE公式アカウントの活用イメージ

LINE公式アカウントとは、一度来店していただいた新規のお客様に  
**リピート**してもらい、**お店のファン化**するためのツールです。

集客



接客



追客

「来店させる事」  
*PROMOTION*

新規集客広告へ投資

「体験させる事」  
*EXPERIENCE*

接客/おもてなし

「再訪させる事」  
*REPEAT*

再来店してもらうためには？

- CM/ラジオ
- 折込広告
- 食べログ
- SEO対策
- リスティング広告
- 地元情報誌

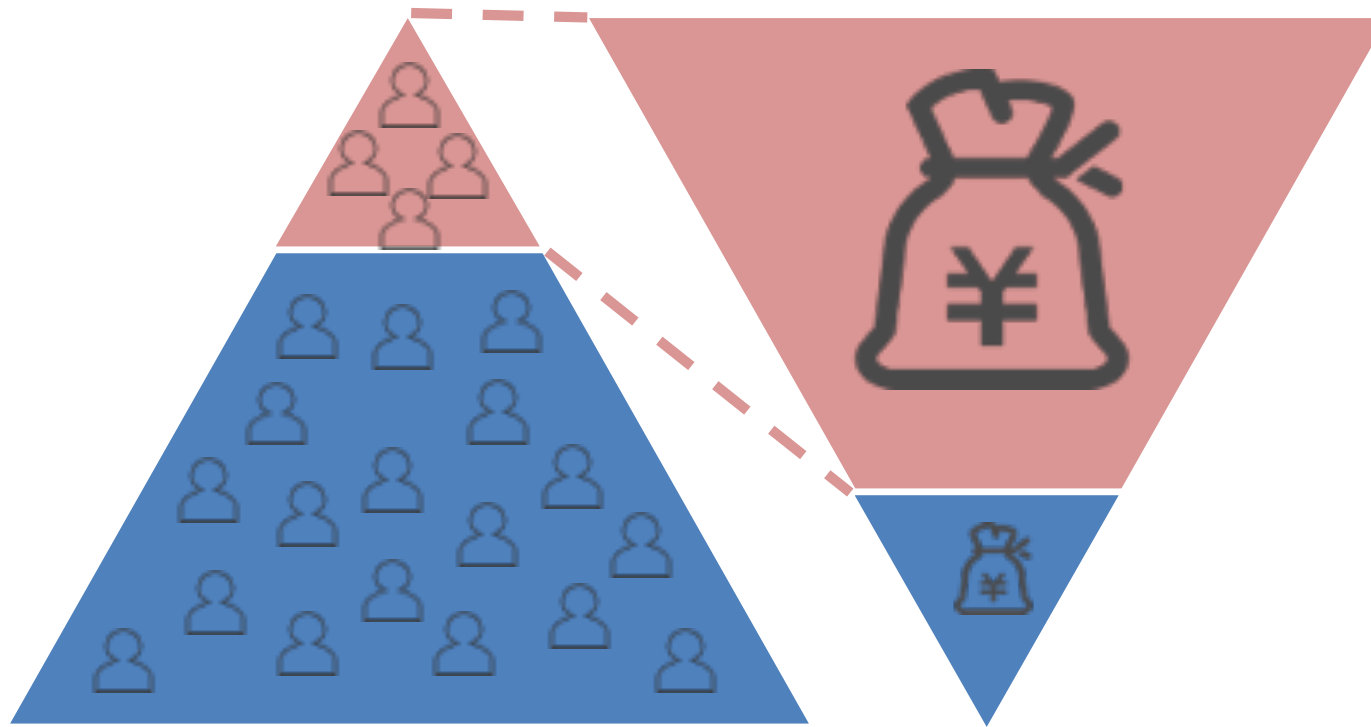


LINE公式アカウント

# なぜ追客が重要なのか

## パレートの法則

”全体の数値の大部分はその**構成要素の一部**が生み出している”



皆さんのビジネスも常連さんが大部分の売上を運んでいませんか？

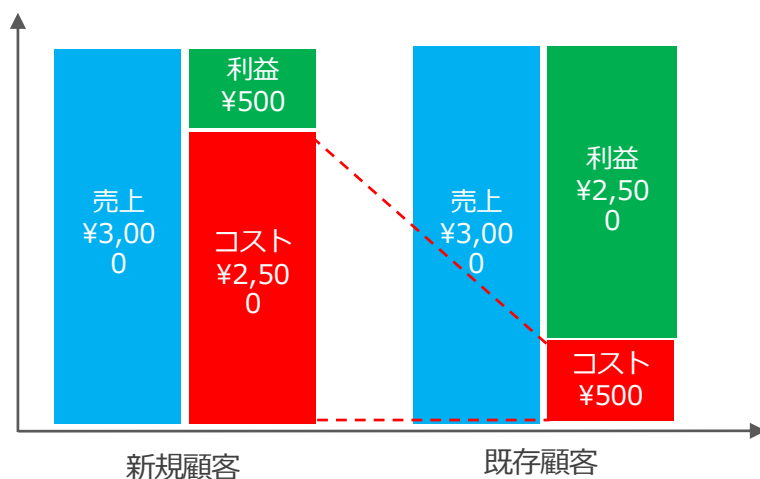


# なぜ追客が重要なのか

## 1:5の法則

新規顧客獲得は  
既存顧客維持の  
**5倍のコスト**がかかる

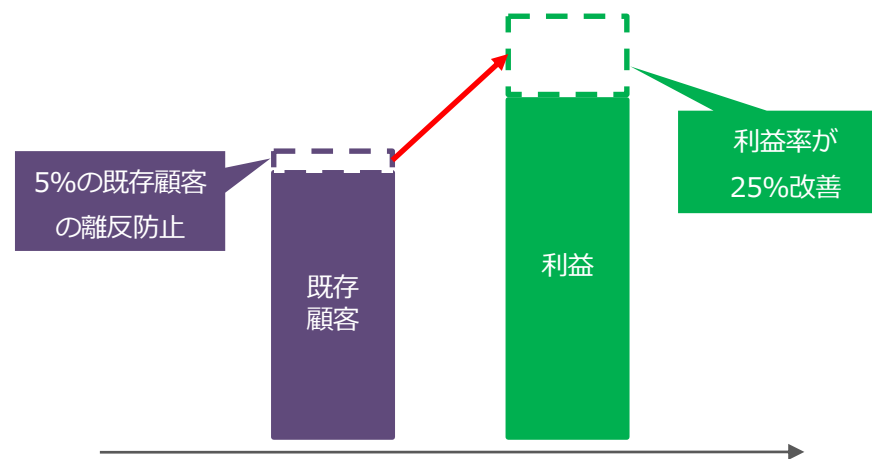
すでにお店のことを知っている既存顧客に比べ、新規顧客は「知ってもらうこと」から始め、来店障壁を下げるための様々な工夫・シカケ作りを行ったり広告宣伝費等を投下する必要があります。そのため、単純に新規・既存の客単価が同じだった場合、獲得コストの差がダイレクトに利益に反映されます。



## 5:25の法則

顧客離れを5%改善すれば  
利益率は最低でも  
**25%向上**する

既存顧客は、すでにあなたのお店での体験を経験しています。適切な関係性を維持していくことで、再来店はもちろん、客単価の向上や新しいお客様を連れてきてくれる可能性もあります。これらは新規顧客ではなく既存顧客だからこそ起きる現象です。

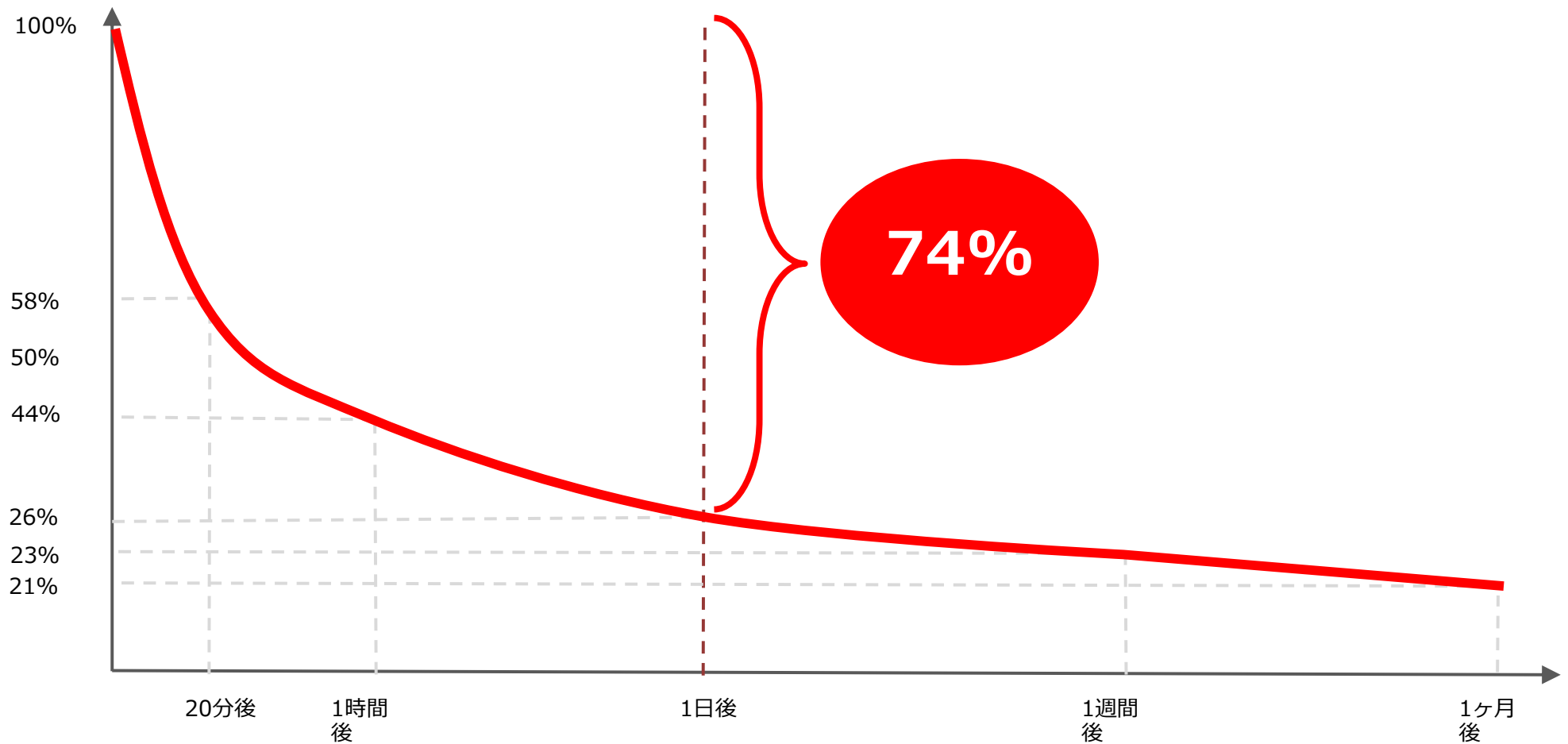


お店のファンを増やしていくためにPRを続ける事が大切

# なぜ追客が重要なのか

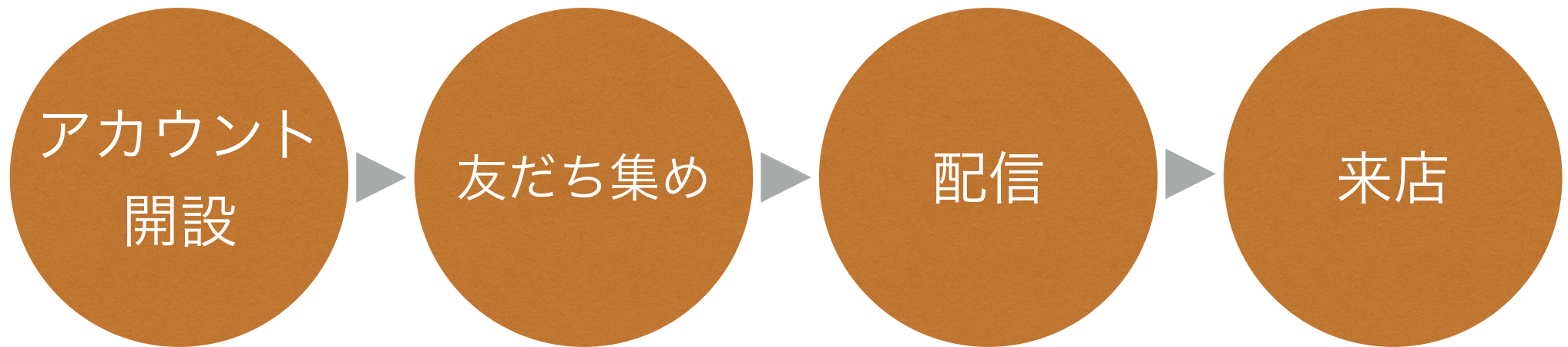
## エビングハウスの忘却曲線

”人間は、ある情報に触れても**1日経過すると74%**がその情報を忘れてしまう”



素晴らしい接客をしてもヒトは忘れる生き物です

# 絶対に守りたい運用開始のステップ



あたりまえだと思いませんか？

ただこの**当たり前を見失う**会社が非常に多いです！

この順番通りに行わなければ失敗します

LINEの友だち数 =

気付く率 x なりたいと思う率

圧倒的に「気付く率」の方があげやすい！

# LINE友だちの集め方 リアル編

## ▼優先度順▼

- ① スタッフさんによる **お声かけ**
- ② 店内に友だち追加促進 **ツールの設置**
- ③ 店内放送などの **音声**

### インターネットカフェ **ワイフ**

パソコン前にポスターを置いて告知



### ファッションビル **町田ジョルナ**



### 立ち食い寿司屋 **魚がし日本一**

店内メニュー黒板にLINE@の宣伝



### 洋菓子店 **アリエールグー**



### ネイル **LIBERTY**



# LINE友だちの集め方 オンライン編

## LINEの友だち追加広告

LINE広告を通じて認証済のLINE公式アカウントの友だちを獲得する広告。  
自然な流入により**関心度の高い友だち獲得**が見込めます。

## 広告配信面



成果報酬型のLINE友だち集めに特化した広告

# LINEPointプレゼントで「なりたいたいと思う率」アップ

LINEの各種サービスやお店などで**貯まる・使える**LINEのポイント  
貯まったポイントは、スタンプやお買い物など様々なシーンで利用可能

貯める

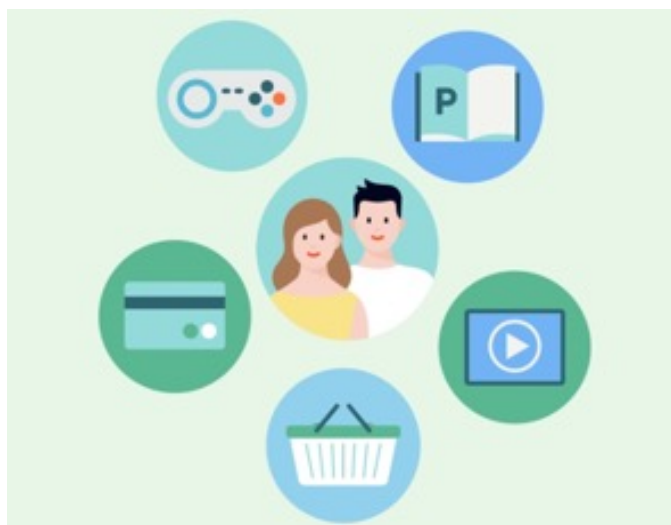
LINEの各サービスで  
LINEポイントが貯まる

友だち追加

動画視聴

ミッション

LINEの各サービスに応じてLINEポイントが貯まる



使う

スタンプや着せかえに交換



コード決済で利用

**LINE Pay**

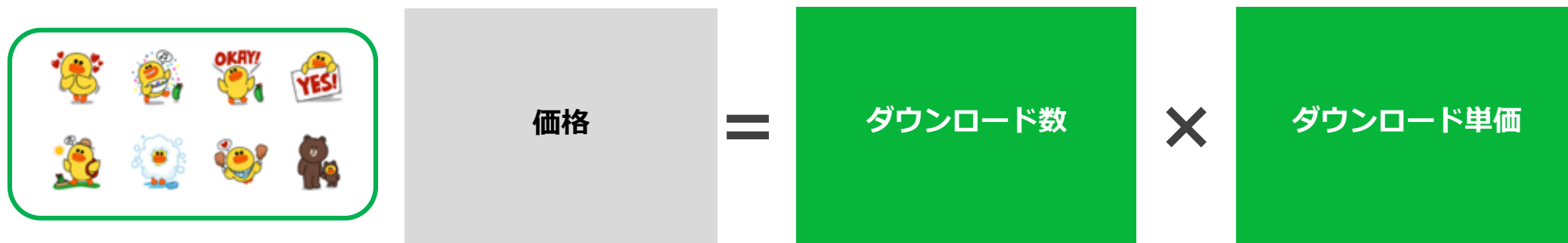


# 無料スタンプ配布で「なりたいと思う率」アップ

## 従量課金型の無料LINEスタンプ配布が

LINE公式アカウント開設時の友だち集めなどに活用可能

ダウンロード数×単価の従量課金型



LINEプロモーションスタンプ  
クリエイター リパッケージプラン

もし御社にキャラクターがいなくても  
人気のクリエイターが作成したスタンプを配布可能







第1位：

**お得なクーポン**が流れてくるから



第2位：

**役に立つ情報**がながれてくるから

それ以外の配信は望まれない = 「スパム」

# LINE公式アカウント運用 成功の定義

運用開始して数ヶ月後には

**配信すれば売上が上がる**状態に = ここまできたら成功

1店舗あたりの  
来店数

$$\begin{array}{c} \text{友だち登録数} \\ 300\text{人} \end{array} \times \begin{array}{c} \text{来店率} \\ 6.5\% \end{array} = \begin{array}{c} \text{来店数} \\ 18.9\text{人} \end{array}$$

1配信あたりの  
売り上げ

$$\begin{array}{c} \text{来店数} \\ 18.9\text{人} \end{array} \times \begin{array}{c} \text{平均単価} \\ 2,500\text{円} \end{array} \times \begin{array}{c} \text{平均来店} \\ \text{組人数} \\ 2\text{人} \end{array} = \begin{array}{c} \text{想定売上} \\ 94,500\text{円} \end{array}$$

月間の  
売り上げ

$$\begin{array}{c} \text{想定売上} \\ 94,500\text{円} \end{array} \times \begin{array}{c} \text{月間} \\ \text{メッセージ配信数} \\ 4\text{通} \end{array} = \begin{array}{c} \text{想定売上} \\ 378,000\text{円} \end{array}$$

出典元：来店率はマクロミル社・インターネット調査による(2015年1月実施/全国15~69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

それまでのオンボードスピードが超重要

# 当社クライアントの3大よくある悩み

## 導入前

1. 何を配信して良いかわからない
2. 社内に適任者がいない
3. 費用対効果に確信が持てない

## 導入後

1. 友だちが集まらない
2. 開封率が悪い
3. ブロック率が高い

安心してください。解決しますよ。

# LINE運用がうまくいく、いかないの分かれ道

## うまくいく会社のパターン

1. 友だち集めを**日常の業務設計**に入れ込んでいる
2. 運用の**ゴール**と**マイルストーン**を設定している
3. 年間の販促スケジュールに沿って**配信予定を仮置き**している
4. **LINE友だちに好かれるクリエイティブ**で配信をしている

この成功パターンに基づき運用することが重要



# LINE公式アカウントのはじめ方

## 開設

- アカウント開設
- 初期デザイン
- オペレーション設計
- 社内向け研修

## 友だち集め

- お店での集客設計
- ウェブから集客
- 決済で集客
- 友だち追加特典立案

## 配信

- 配信計画の管理
- リッチメッセージ作成
- 配信代行
- 配信効果レポート

LINEの正規パートナーの当社が併走させていただきます

# 当社とLINEを運用する利点

これまで500社を超えるLINE公式アカウントを運営し  
考えられる失敗は御社に先回りして全てしてきました

- LINE社に認定された**正規のセールspartner**
- LINEの**最新機能**や**最新活用事例**をいち早くキャッチ
- 正規代理店の商流になっても**プラン利用料は変わらない**
- 当社を通して**LINE社からのサポート**を受けられる
- クレジットカード払いが**請求書払い**に。管理が楽々。

正規代理店の商流に入ることのデメリットは1つもない

# サービス体系・料金プラン

**初期費用なし!!**

**月契約でいつでも解約可!!**

**オススメ!**

		月額 <b>11,000</b> 円プラン (税抜10,000円)	月額 <b>55,000</b> 円プラン (税抜50,000円)
初期サポート	オペレーション設計	○	○
	社内向け研修	×	○
	アカウント開設	○	○
	アカウントの初期デザイン	○	○
運用サポート	配信コンテンツ企画・立案	×	○
	リッチメッセージ用バナー制作	○(月2回まで)	○(月4回まで)
	カスタマーサポート	○	○
	メッセージ配信代行	○(月2回まで)	○(月4回まで)
	月次レポートニング	×	○
	月次コンサルティング会議	×	○

月額5万円プランなら御社に代わって当社がPDCAを実施します



# 会社概要

商号	株式会社ベース BASE Co.,Ltd. 
所在地	三重本社 〒510-0061 三重県四日市市朝日町3-2プラザ1986 3F
最寄駅	JR四日市駅より徒歩1分 近鉄四日市駅より徒歩15分
設立年月日	1980/08/01
資本金	1,000万円
代表取締役社長	澤田 将司
従業員数	28名 (2021年4月現在)
事業内容	ウェブサイト・グラフィック制作を行う、コミュニケーションデザイン事業 ウェブマーケティングの支援コンサルティングを行うソリューション事業 ウェブ広告からTVCMまでを取り扱う、総合広告代理業 LINE店舗向け認定パートナー マーケティングオートメーションツールの開発・販売
グループ会社	株式会社ポス (広告代理店) 100%子会社

本社の入っているビル

