

LINE公式アカウント 構築のご報告

本日のアジェンダ

- **アカウント構築について**
- **運用のポイントについて**
- **運用Tips**
- **ご確認事項**

本日のアジェンダ

- アカウ_ント構築について
- **運用のポイントについて**
- 運用Tips
- ご確認事項

運用のポイントについて | 友だち獲得が肝

友だち数1,000人までは、「友だち獲得」に注力し、規模拡大を図りたい。

	立ち上げ期	友だち獲得期	全体配信時期	個別配信時期
重点項目	初期設定	友だち獲得		
			配信時間・頻度	費用対効果
友だち数の目安	0人～	～100人	～1,000人	5,000人～
施策	<ul style="list-style-type: none">■登録率向上のための土台作り<ul style="list-style-type: none">・プロフィール設定・さいさつメッセージ・リッチメニュー設定・ステップ配信・ショップカード	<ul style="list-style-type: none">■友だち獲得の仕組み作り<ul style="list-style-type: none">・開設の告知・店内オペレーション・友だち追加広告・SNS発信・LINEミニアプリ等	<ul style="list-style-type: none">■継続運用の土台作り<ul style="list-style-type: none">・配信体制の構築・配信時間・頻度検証・勝ち訴求の見極め	<ul style="list-style-type: none">■配信対象の最適化<ul style="list-style-type: none">・セグメント配信・外部ツール導入による個別配信の実施

運用のポイントについて | 友だち獲得が肝

友だち数1,000人までは、「友だち獲得」に注力し、規模拡大を図りたい。

	立ち上げ期	友だち獲得期	全体配信時期	個別配信時期
重点項目	初期設定	友だち獲得		
友だち数の目安	0人～ 済	～100人	～1,000人	5,000人～
施策	<ul style="list-style-type: none">■登録率向上のための土台作り<ul style="list-style-type: none">・プロフィール設定・さいさつメッセージ・リッチメニュー設定・ステップ配信・ショップカード	<ul style="list-style-type: none">■友だち獲得の仕組み作り<ul style="list-style-type: none">・開設の告知・店内オペレーション・友だち追加広告・SNS発信・LINEミニアプリ等	<ul style="list-style-type: none">■継続運用の土台作り<ul style="list-style-type: none">・配信体制の構築・配信時間・頻度検証・勝ち訴求の見極め	<ul style="list-style-type: none">■配信対象の最適化<ul style="list-style-type: none">・セグメント配信・外部ツール導入による個別配信の実施

運用のポイントについて | 友だち獲得施策一覧

主要な友だち獲得施策は以下。
No.1.2.3を土台としつつ、リソースに余裕があればNo.4.5で加速させたい。

No.	施策名	実施ハードル	インパクト	優先度
1	友だち追加用POP・ノベルティ掲載	小	中	高
2	SNS・Webサイトでの告知	小	小	高
3	店内オペレーション（声がけ）	小～中	中	高
4	モバイルオーダー（ミニアプリ）	大	大	低～中
5	友だち追加広告	中～大	中～大	小～中
6	LINE VOOM	小～中	小	小

運用のポイントについて | 友だち獲得施策：ノベルティの活用

有料ノベルティは、アカウント認知度向上・友だち登録率向上に寄与。

■三角POP 500円（税別）/1枚



■三角POP（自由記入枠あり）500円（税別）/1枚



■ショップカード 3,000円（税別）/1セット（100枚）



■ラミネートパネル(A4サイズ) 800円（税別）/1枚



■ステッカー 200円（税別）/1枚



■ラミネートパネル(A5サイズ) 600円（税別）/1枚



■QRコードステッカー 1,000円（税別）/1セット（24枚）



運用のポイントについて | 友だち獲得施策：モバイルオーダーの活用

LINE公式アカウントとの連携のみで、導入可能。
予約、注文（店内・テイクアウト）受付、事前決済がLINEで完結。
友だち追加促進や、注文工数の低減への効果が期待。

■Lモバイルオーダー 注文画面



■詳細

月額：6,000円

トライアル導入：有

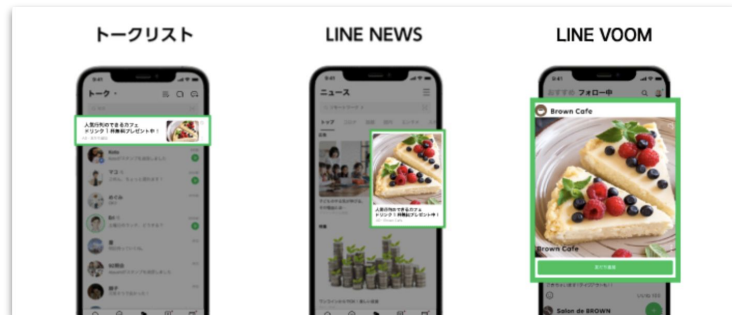
■備考

導入の際は、アプリ提供会社との連携が必要となります。
導入ご検討の際は、一度ご連絡ください。提供会社との折衝及び導入サポートをさせていただきます。

運用のポイントについて | 友だち獲得施策：友だち追加広告の活用

デモグラ（年齢・性別等）やエリアでの広告配信が可能。
ターゲットや商圈に絞った配信により、来店確度の高いユーザーへのアプローチが可能。

■ 配信面



■ 他社事例（熊本ラーメン 黒亭） | ECサイト友だち数が7倍に増加



■ 詳細内容

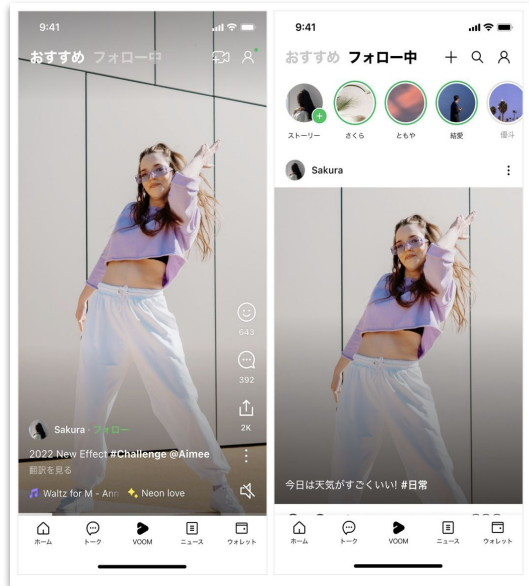
広告アカウント	LINE公式アカウント
デモグラフィックデータ配信	可
エリアターゲティング	市区町村レベル
オーディエンス配信	不可
出稿上限額	取引状況に応じて変動

・2019年11月からLINE広告を出稿。月2~3万円程の予算で運用を続け、約500名だった友だちは3,700名（2020年8月時点）と7倍以上に増加

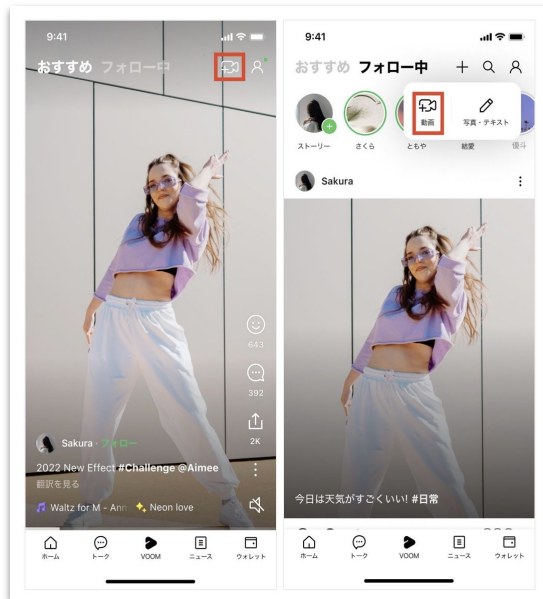
運用のポイントについて | 友だち獲得施策：LINE VOOMの活用

リール・TiktokのLINE版。
投稿費用無料で、投稿上限無。LINE全ユーザーにリーチ可能でバズれば認知度向上に繋がる。

■投稿クリエイティブイメージ



■投稿方法（スマホ）



■投稿方法（PC）



PCでの投稿時は、VOOM StudioというLINE公式アカウントとは別の管理画面にて実施します。

本日のアジェンダ

- アカウ^ント構築について
- 運用のポイントについて
- **運用Tips**
- ご確認事項

運用Tipsのご紹介

運用Tips | リッチメニュークリックオーディエンスの活用

リッチメニューの特定のリンクをクリックしたユーザーのみへの配信が可能。
興味関心に応じたメッセージ配信が可能で、配信効果向上が見込める。

■オーディエンス一覧

1. メッセージクリック
2. メッセージインプレッション
3. リッチメニュークリック
4. リッチメニューインプレッション
5. チャットタグオーディエンス
6. 友だち追加経路オーディエンス
7. ウェブトラフィックオーディエンス
8. ユーザーIDアップロード
9. 予約オーディエンス

■活用イメージ

ショッピングカードの利用促進によるリピーターへの引き上げ

- ① ショッピングカードをクリックしたユーザーでオーディエンスを作成
- ② 「次回ポイント2倍！」などショッピングカードの活用定着、来店促進を狙う。



運用Tips | リサーチ機能を活用したニーズ調査

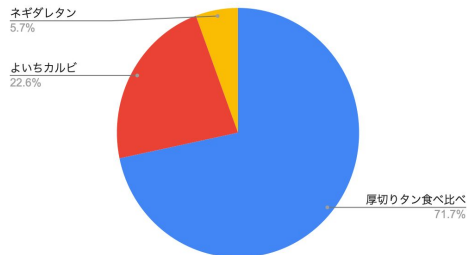
無料で既存の友だちに対して、アンケートが実施可能。
配信内容や、新メニューアイデアなどのヒヤリングに有効。

■実施事例（肉のよいち 春日井店様）

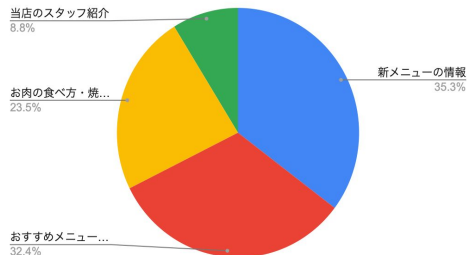


■回答結果（肉のよいち 春日井店様）

Q1.どのクーポンが欲しいですか？



Q2.どんな情報がほしいですか？



Q3.こんなメニューがあれば教えてください！

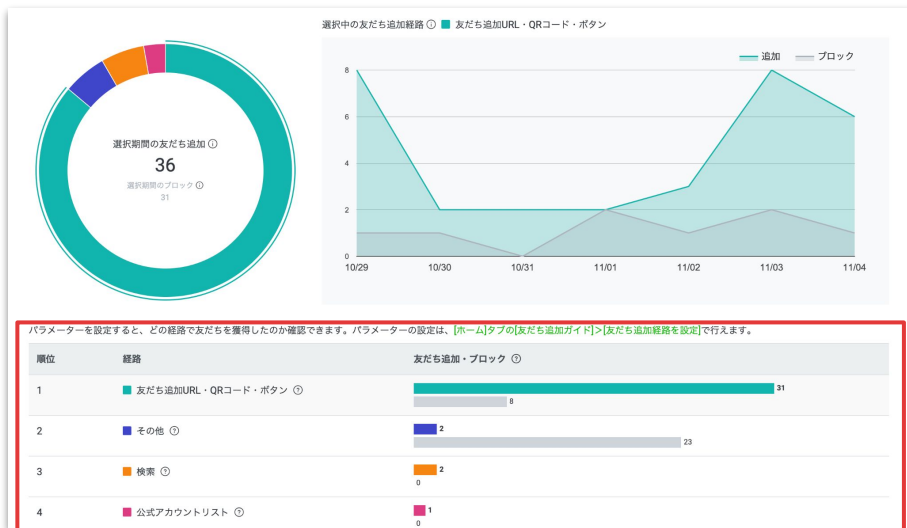
※以下コメント一部抜粋

- ・カルビの握り寿司
- ・ビールに合うやつ
- ・ネギが巻いてある塩タン
- ・ランチメニューを増やして欲しいです。
- ・普通のロースやカルビ
- ・ホルモン祭り（ホルモンだけ食べ放題）
- ・カクテキ、チャンジャ
- ・鶏肉のメニュー
- ・ホルモンの盛り合わせ、ハツ・ミノ・コブクロなどのホルモン盛り合わせがあるといい
- ・ご飯物が食べたいです。カルビたっぷりで焼き肉屋さんの本気のチャーハンとか
- ・牛ハラミの進化系

運用Tips | 友だち流入経路分析

友だち追加URLを掲載媒体ごとに設定することで、流入経路の分析が可能。
獲得経路の効果比較や、経路別のメッセージ配信などが可能。

■友だち流入に関する分析画面



追加経路別に、追加数・ブロック数が計測可能
※20件以上の獲得数が無いと表示されません。

■個別経路設定項目

友だち追加経路を設定

パラメーターを設定すると、友だち追加された経路の詳細を[分析]>[友だち]>[追加経路]で確認できます。

経路	友だち追加・ブロック
ホームページ	86
流入元	メインバナー (36) ストーリー投稿 (29) その他 (21)
キャンペーン	サマーセール (51) その他 (35)
ブロック	28

経路 (必須) ホームページ 6/50
例: ホームページ、2号店など

流入元 メインバナー 6/50
例: メインバナー、レジ横など

キャンペーン 0/50
例: サマーセール、7月_キャンペーンなど

設定

運用Tips | メンバーシップ機能によるロイヤルユーザーへの引き上げ

LINEでサブスクサービスが提供できる機能。
メンバーへのメッセージが無制限で無料で送信可能。
継続的な収益源の確保と、限定特典によるリピーター獲得が狙える機能。



■詳細

- ①手数料：Web決済の場合は売上金の10%
- ②LINEアプリ内での課金の場合は売上金35%が差し引かれます。
- ③オフラインサービスの場合：Web決済が基本

■活用イメージ

メインの商材以外で特典を設ける

- ・通常200円するトッピングを「半額100円×5回分」の500円で提供
- ・400円する餃子を「半額200円×5回分」の1,000円で提供

運用Tips | 飲食業界アカウント TOP10

飲食アカウントの友だち数TOP10は以下。（2023年11月時点）
業態は異なりますが、配信メッセージ等の参考になれば幸いです。

順位	アカウント名	総友だち数
1	ケンタッキーフライドチキン	24,519,077
2	ミスタードーナツ	13,769,996
3	すき家	11,605,947
4	サーティーワン	11,276,472
5	スターバックス	9,473,592
6	銀だこ	8,870,255
7	しゃぶしゃぶ温野菜	7,147,526
8	銀のさら	6,435,821
9	吉野家	4,441,520
10	モスバーガー	4,148,204

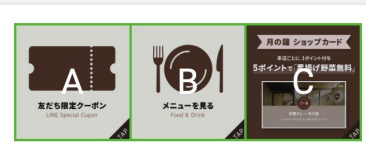
運用Tips | 口コミ収集について

現状ユーザーの来店状況・ショップカード利用状況に応じたメッセージの出しわけ不可。
リッチメニュークリックを活用し、一定の興味関心をもとに口コミ投稿を訴求するのはどうか。

ステップ1

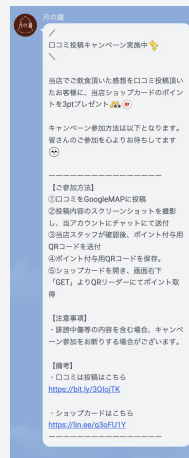
リッチメニュークリック
オーディエンス作成

オーディエンスタイプを選択



ステップ2

口コミ訴求を対象ユーザー
にセグメント配信



ステップ3

投稿内容をチャットにて
確認

※期間中、応答メッセージは停止



ステップ4

付与用QRコードを送付

※チャットで個別に送付、もしくは
チャットオーディエンスで配信

