

海老牡蠣酒場だるま様

**LINE公式アカウント
新規開設内容について**

本日の目次

- ①アカウントコンセプトについて
- ②ブランディングの考え方について
- ③運用ロードマップのご提案
- ④アカウント構築詳細について
- ⑤ご確認事項



アカウントコンセプトについて

アカウントコンセプトについて

ファン化重視の「はやたつ訴求」

LINE公式アカウントの役割は“再来店促進”“リピーター化”
サービスがコモディティ化する中でストーリーでの差別化求められると考える。
情報発信に積極的でコンテンツが豊富が林さんを生かしたアカウント設計。
生い立ちや店舗に込める想いを通じて、ファン化を目指し、リピーター獲得を狙う。

The collage illustrates the 'hayatatsu' brand's multi-platform marketing strategy:

- TikTok Profile:** Shows the official TikTok account (@hayatatsu_daruma) with 60 followers and 574 likes. It features a profile picture of a smiling man holding a Daruma doll and a bio about his overseas food exhibition experience.
- TikTok Post:** A post featuring a photo of the same man holding a Daruma doll, with a caption in Japanese encouraging users to follow him.
- Instagram Profile:** Shows the Instagram account (@hayatatsu_drm) with 1690 followers. It includes a bio about running a restaurant in Tokyo since 2021, a video thumbnail for a Daruma talk show, and a link to their YouTube channel.
- Instagram Post:** A post featuring a photo of the man holding a Daruma doll, with a caption in Japanese.
- YouTube Channel:** Shows the YouTube channel (@daruma7342) with 1238 subscribers. It includes a bio about running a restaurant in Tokyo since 2021, a video thumbnail for a Daruma talk show, and a link to their Instagram account.
- YouTube Post:** A post featuring a photo of the man holding a Daruma doll, with a caption in Japanese.
- Official Website:** Shows the website (darumasakaba.com) with a bio about the founder's background and a photo of him holding a Daruma doll.
- Twitter Profile:** Shows the Twitter account (@eibikaki_daruma) with 836 followers. It features a profile picture of the man holding a Daruma doll and a bio about his work as a food industry analyst.
- Twitter Post:** A post featuring a photo of the man holding a Daruma doll, with a caption in Japanese.

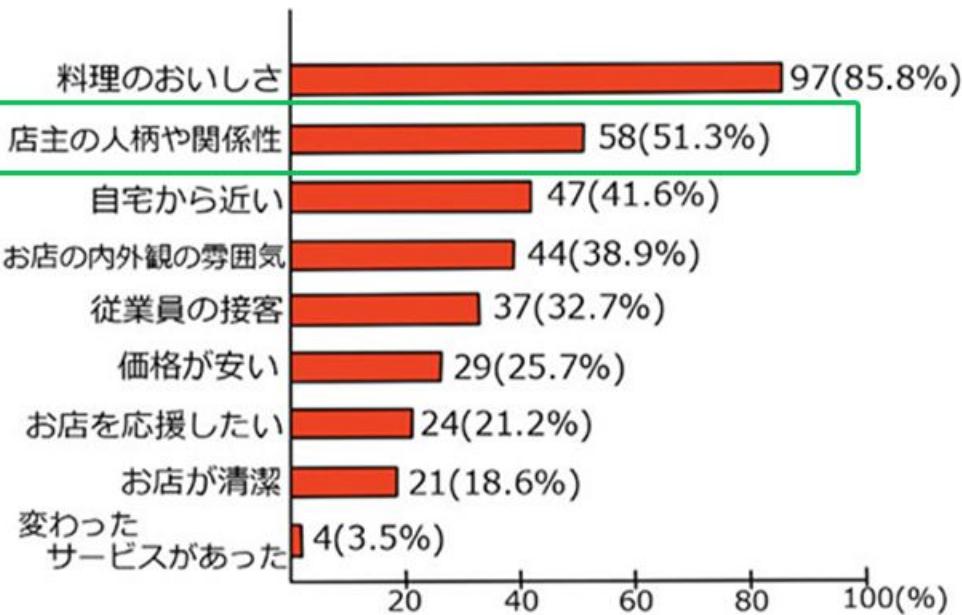
アカウントコンセプトについて

「人間味」がリピーター獲得の重要な要素

「店主の人柄や関係性」が行きつけになる理由の上位に。

実店舗のサービスに加えて、LINEを通じた「はやたつ訴求」がリピーター獲得に繋がる
と考える。

Q.行きつけになった理由は？(複数回答可)



飲食店向け情報発信サイト「おなじみ」調べ。

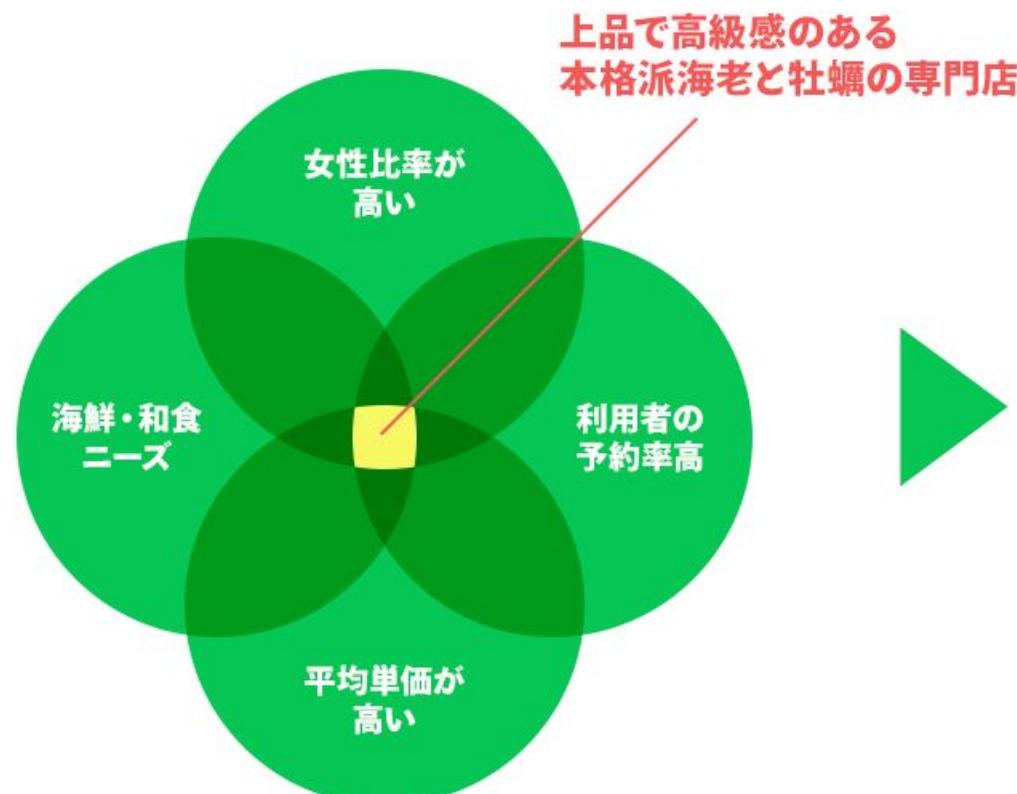
”「おいしい」だけだとNG？アンケートで判明！常連になりたいお店の条件”より引用。

ブランディングについて

ブランディングについて

店舗コンセプトを踏襲

店舗のコンセプトを踏襲し、公式サイト・ポスター・デザインとのトーンマナ（フォントや配色）を合わせることで世界観を統一。



赤坂における飲食店利用者の傾向

#a60108



#000000



#1f5609



#9b6a09～#7a4e01



和紙のテクスチャ



ブランディングについて

クリエイティブ例

あいさつメッセージ

友だち登録ありがとうございます！

「海老牡蠣酒場だるま」公式アカウントです。
イチオシメニューのご紹介やキャンペーンのご案内、
お得なクーポン情報を中心にお届けします！
当店自慢の「海老＆牡蠣」を心行くまでご堪能ください。

友だち限定特典のお受取りはこちら ▶▶▶

ステップ配信_1通目

先日ご来店頂いたあなたへ特別なご案内！

あなたはどっち派？ /
当店の2大看板メニューの
特別クーポンが抽選で当たる！

「海老派」はこちら ➡
「牡蠣派」はこちら ➡

※上記クーポンは使用不可となりますのでご了承ください。

ステップ配信_2通目

一切妥協のない至高の一品

当店の海老・牡蠣メニューの
誕生秘話をご紹介！

ついに完成！

海老・牡蠣メニュー
試作品の実食会



リッチメニュー



運用ロードマップについて

運用ロードマップについて

友だち数に応じて運用方針を決定

運用の成否を左右する友だち数を基準にした運用方針をご提案。アカウント開設直後は友だち獲得に注力し、その後（1000人以上）は各ユーザーに合わせた配信に移行。



集客施策について

友だち数が運用成果を分ける

LINEはアカウントをフォローしているユーザーに情報発信する媒体であり、
友だち数=売上規模となる。
そのためLINE運用では、メッセージ配信と集客施策はセット。

LINE運用の方程式

集客

友だち数

メッセージ配信

メッセージ
開封率

クリック率

売上

×

×

=

集客施策のご提案

モバイルオーダーを軸に、各種媒体で幅広い集客施策を展開

集客施策には、無料と有料があるが、飲食店では無料施策が効果的。

強制力のあるモバイルオーダーを軸に、様々なSNS・情報発信媒体をフル活用。
コストかけず、オンライン×オフラインで幅広い集客を実施したい。

オフライン

- ・モバイルオーダー
- ・ポスター
- ・ノベルティ
- ・接客時の声掛け

オンライン

- ・公式サイト / グルメサイト
- ・Youtube
- ・Twitter
- ・Instagram
- ・TikTok



アカウント構築の詳細について

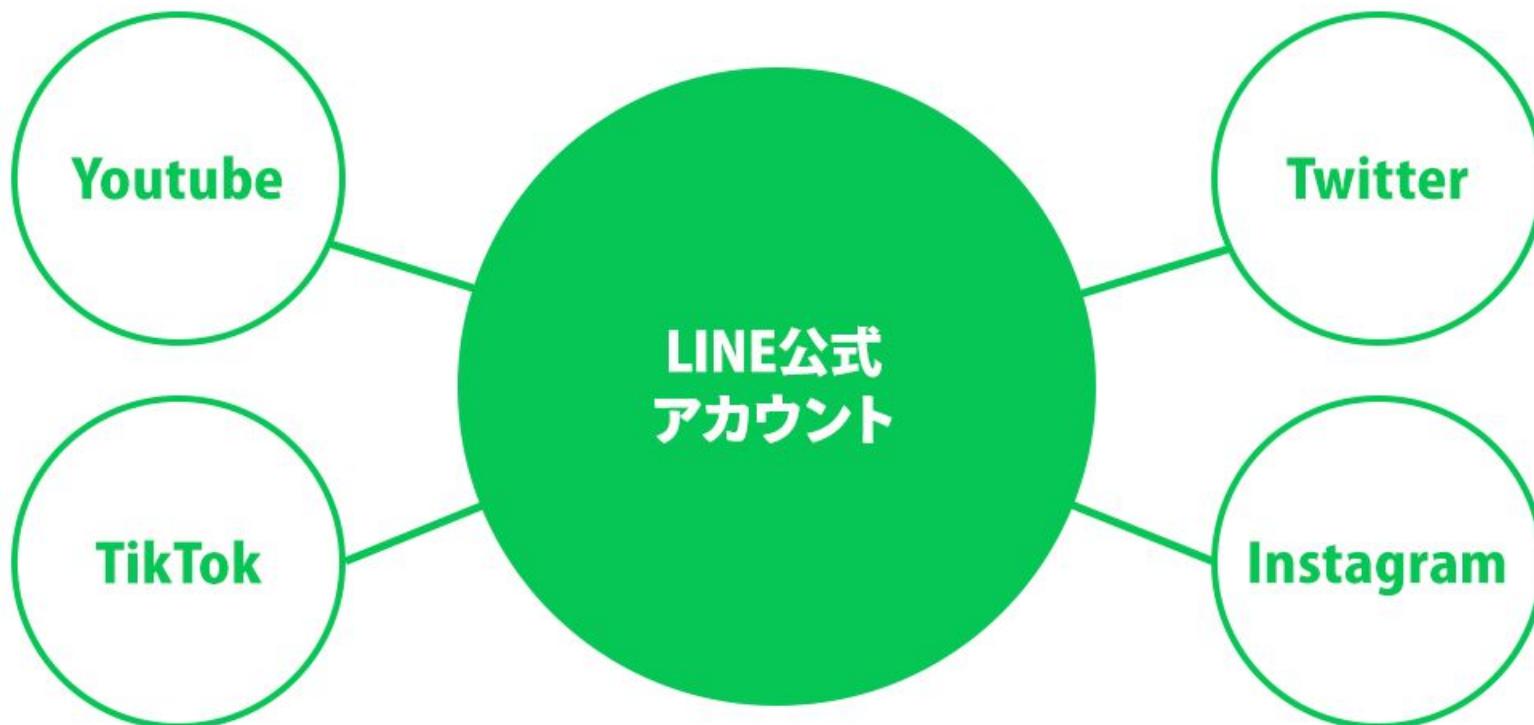
アカウント構築の詳細について

プロフィール設計について

基本情報の掲載に加え、ファン化を意識したコンテンツを掲載。

店舗のストーリーを伝えると共に、動画コンテンツを活かして林さんの人柄も訴求。

プロフィールを一つのコンテンツプラットフォームと捉え、全ての情報発信媒体への動線を確保し、友だち獲得・リピーター獲得効率を最大化。



アカウント構築の詳細について

主要な掲載コンテンツ



店舗のこだわり



林さんプロフィール
主要SNSへのリンク



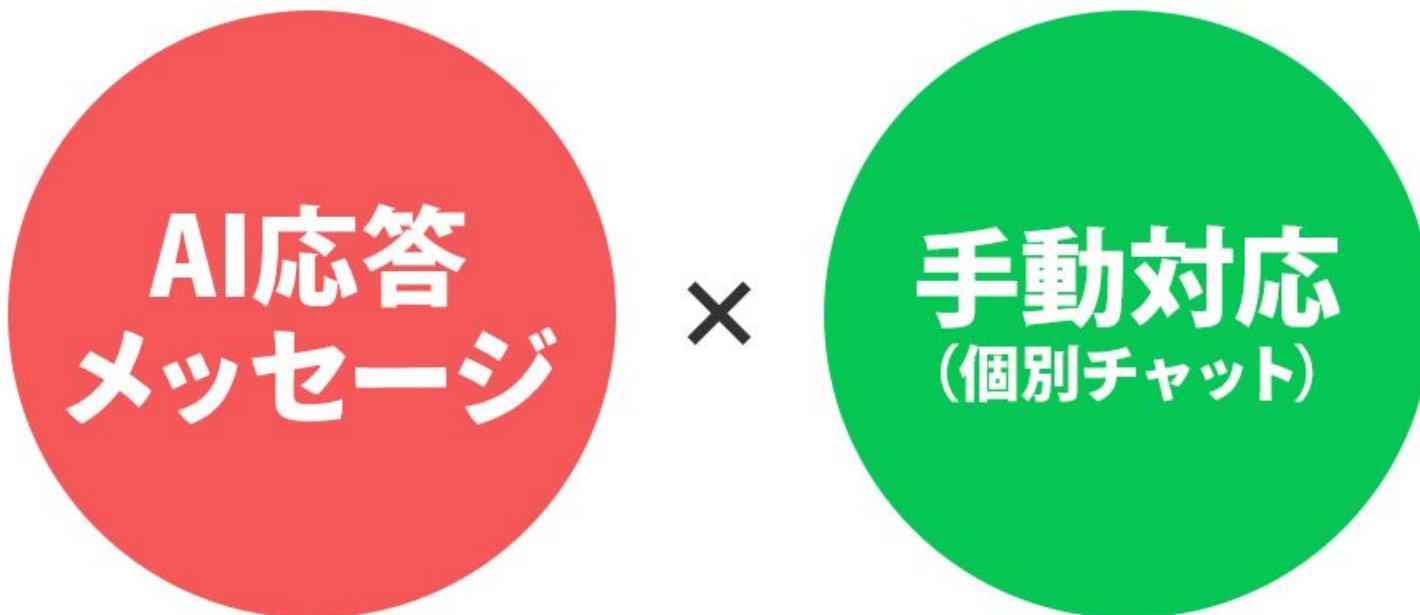
店舗ストーリー

アカウント構築の詳細について

自動応答設定

お問い合わせ工数削減のため、「AI応答メッセージ×手動対応」を採用。

一般的な質問、基本情報などはAIによる自動応答、お問い合わせの依頼については個別チャットで対応。



アカウント構築の詳細について

AI応答メッセージについて

アカウントの業種に合わせて、ユーザーのチャット内容をAIが判別し、事前に設定した返信内容を送信する機能。

一般的な質問、基本情報、業種カテゴリー別、予約情報について各項目で返信内容を設定可能。該当しない質問については手動対応可能。

タイプ	タイプ	メッセージ	タイプ	メッセージ ①	タイプ	メッセージ
予約	あいさつ		営業時間		クーポン	
	使い方		支払い		おすすめ	 友だちの表示名さんが現在ご利用頂けるクーポンについてはこちらのページでご確認ください。
キャンセル	お礼		予算		コース	 迷ったらコレ！当店イチオシメニューをご紹介♪
	応答不可		住所		リンク	 当店はお客様のご要望に幅広くお応えするため、合計8つのコースをご用意しております。
変更	クレーム		最寄り駅		誕生日	
	お問い合わせ		Webサイト		子ども	
遅れ	英文誤認エラー		電話番号		求人	
			Wi-Fi		当店にはいます。	

アカウント構築の詳細について

あいさつメッセージについて

友だち登録特典を「**生牡蠣1個無料**」に設定。

看板メニューで**満足度を高める**と共に、当日利用可能とすることで即ブロックを防ぐ。
クリエイティブデザインは、ブランディングを意識し、世界観を演出。

友だち登録ありがとうございます！

「海老牡蠣酒場だるま」公式アカウントです。
イチオシメニューのご紹介や**キャンペーン**のご案内、
お得なクーポン情報を中心にお届けします！
当店自慢の「**海老 & 牡蠣**」を心行くまでご堪能ください。



友だち限定特典のお受取りはこちら ▶▶▶



LINE公式アカウントクーポン

【初回来店限定】生牡蠣1個無料
2023/03/31 23:59まで

海老牡蠣酒場だるま
@518uulfk

✓ このクーポンを保存する



■ クーポンを提示する

あいさつメッセージの特徴

ユーザーの開封率(反応率)が高く、行動喚起させやすい

最大の特徴は「開封率(反応率)が高く、行動喚起させやすい」という点です。

友だち追加直後のユーザーは、サービスに対する興味・関心が最も高く、メッセージを見てもらいやすいです。

そして「興味・関心が高い=行動喚起させやすい」状態であり、予約・購入といったアクションに繋がりやすいです。

つまり、あいさつメッセージを攻略することは、売上UPに直結するといえます。



アカウント構築の詳細について

リッチメニューについて

ユーザービリティ（利便性）を重視した設計。

来店検討時のユーザー行動を意識し、メニュー・クーポン、予約への動線を設置。
右上に行くほど、クリック率が高くなる傾向を活かし、予約・Youtubeリンクを配置。
LINEで最もクリックが集中する掲載面であるため、キャンペーン訴求も効果的。



アカウント構築の詳細について

ステップ配信について

集客効率最大化を目指し、**新規集客コスト削減**するための施策として実施。
来店後2日間に配信を集中させ、**次回来店促進**と**ロイヤリティ向上**を両立。

※詳細は以前送付の資料参照ください。

来店翌日

来店促進



来店翌々日

ファン化(ロイヤリティ向上)



ご依頼事項

ご依頼事項について

以下の点、ご確認およびご検討のほどお願ひ致します。

- ①アカウント構築内容のご確認
- ②「LINE で予約」の実装可否のご検討
- ③ロゴデータのご提供
- ④納品書の受理

ご清聴ありがとうございました！
今後ともよろしくお願ひ致します！

