

じゃんじゃんリピーターを増やす！

LINE@ で売上を伸ばすための4つの方法

ver1.0

株式会社イン・ザ・コムの石橋です。

【LINE@ で売上を伸ばすための4つの法則】をダウンロードしていただき、ありがとうございます。

これからご紹介する方法は、弊社のお客様に対して実際に説明し実践したものと なっています。その実践した内容・結果・費用対効果まで全てご説明します。

もしあなたが私と同じ小さなホームページ制作会社・ウェブコンサルタントで、LINE@ を導入した経験がなくても、ここで覚えたことをそのままお客様に話すことで導入に結びつきやすくなります。

またあなたがお店のオーナーであれば、「なぜ LINE@ で売上を伸ばすことができるのか」を本質的に理解できるようになるので、集客効果が早期に感じやすくなります。

さあ、この LINE@ を使って売上をじゃんじゃん上げちゃいましょう！



株式会社イン・ザ・コム
代表 石橋 幸一郎

佐賀県で活動しているホームページ屋。低価格で売上に貢献するホームページ・集客方法のアドバイスをやっている。

目次

1. まずは LINE@ というサービスを理解しよう

- 1-1. LINE のユーザー層
- 1-2. LINE@ の強み
- 1-3. LINE@ でリストマーケティング **重要！**

2. 運用するための準備

- 2-1. LINE@ アカウントの開設方法
- 2-2. 最初に設定すること
 - 2-2-1. 基本設定
 - 2-2-2. アカウントページ基本設定
 - 2-2-3. ホーム設定
 - 2-2-4. スマホ投稿設定

3. 友だちを獲得する方法

- 3-1. Facebook で告知する
- 3-2. ホームページに登録バナーを置く
- 3-3. お店でお客様に案内する
 - 3-3-1. 実践例 1 美容室
 - 3-3-2. 実践例 2 居酒屋
- 3-4 加加速度的に友だちを獲得する

4. 来店を促すメッセージの考え方

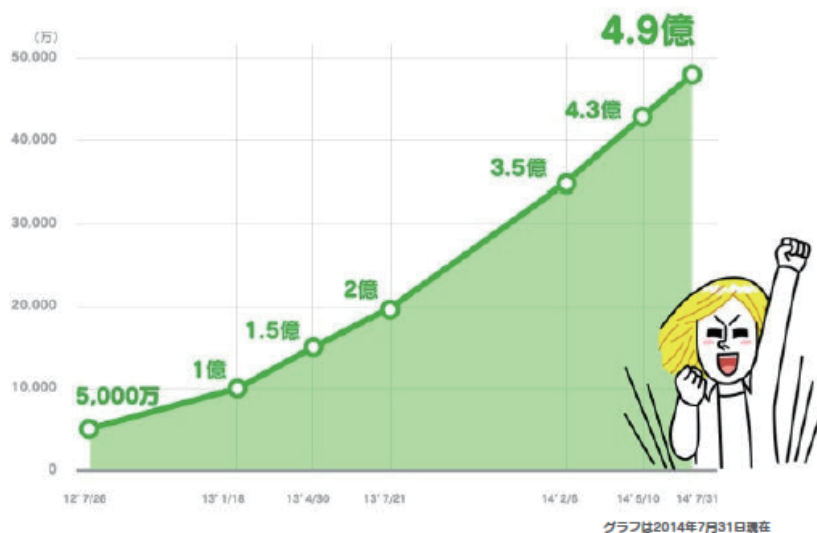
- 4-1. 配信頻度
- 4-2. 配信の時間帯
- 4-3. 客層に合わせた語り口で
- 4-4. お店を好きになってもらうための企画を考えよう

1. まずは LINE@ というサービスを理解しよう

LINE のユーザー層

LINEとは？

2014年7月31日時点で世界でのユーザー数が、4.9億人を突破した、メール・電話アプリです。



LINEユーザーについて

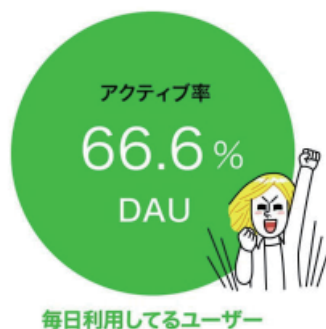
日本の生活インフラに

- ・日本の人口の40%以上をカバー
- ・毎日利用するユーザは約3,400万人※1



※1 国内利用台数×アクティブ率

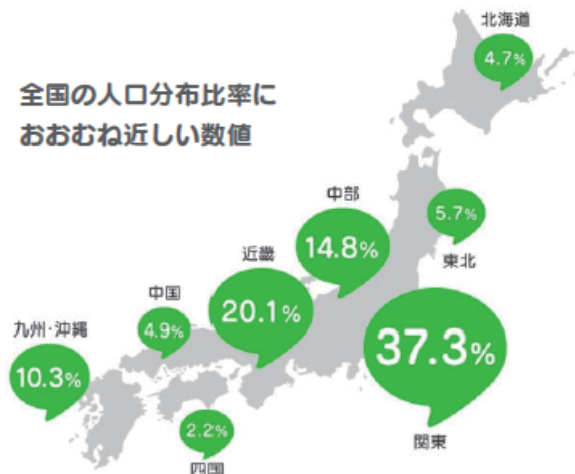
※2 DAU = Daily Active User (1日に1回以上利用したユーザー) の略。マクロミル社・インターネット調査(2014年7月実施)より



毎日利用してるユーザー

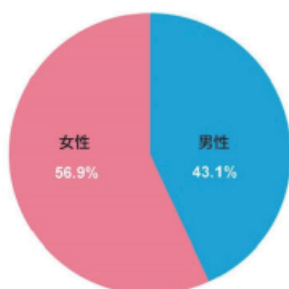
居住地

全国の人口分布比率に
おおむね近い数値



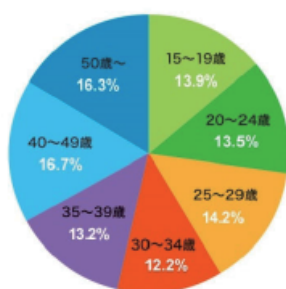
性別

男女比はやや女性が多い



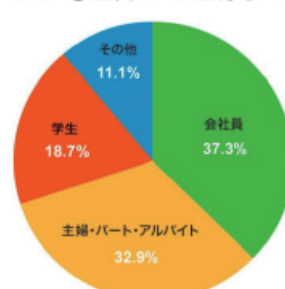
年齢

幅広い年齢層に
利用されています



職業

会社員がもっとも多く、
ついで主婦や学生が多い



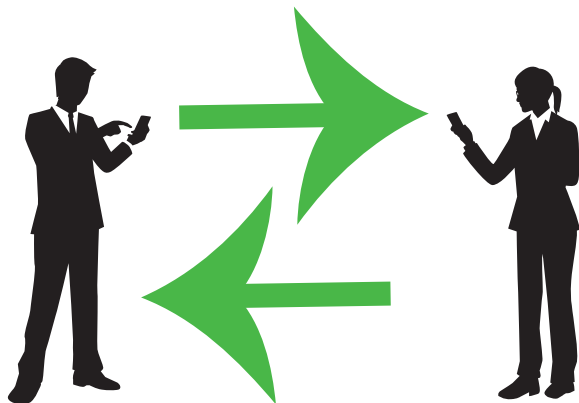
利用ユーザが若いイメージのLINEですが、実際は56.8%が30代以上のユーザー

LINE@ の強み

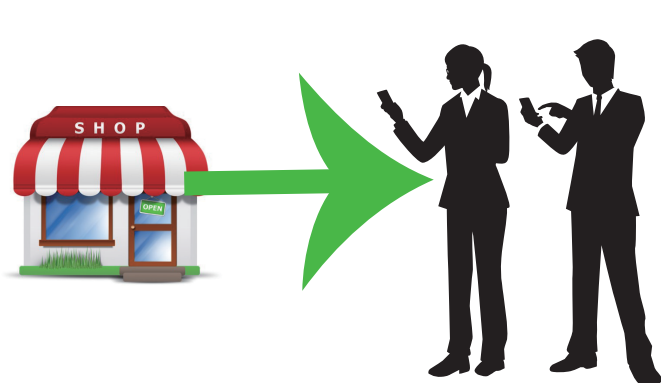
LINE はお友達同士のメッセージアプリです。

それに対し、LINE@ はアカウントを店舗名で取得することができ、友だち登録をしている方たちへ一斉にメッセージを送ることができるサービスです。

LINE の場合



LINE@ の場合



料金は以下になっています。

これまでの経験上、スタンダードの無料プランよりプロモーションプランのほうが効果が出やすいです。無料だとオーナー自身が本気にならないのが一番の理由ですね。

また月に3～4回の配信がベストですので、本気でやるなら最初からプロモーションプランにしてください。

サービスメニュー・価格

無料版のスタンダードプランから、有料版であるプロモーションプランに変更することで、LINE内での検索上位表示に加え、メッセージ配信数が無制限となり、定期的な情報配信やクーポンの配信が行えます。

	スタンダード	プロモーション	上位プラン
初期費用	0円	0円	0円
月額料金	0円	5,000円(税抜)	50,000円(税抜)～ ※有効友だち数に応じて課金
メッセージ配信	月1回まで	無制限	月1回～月10回 ※配信数に応じて課金
タイムライン投稿	無制限	無制限	無制限
LINE内の検索結果	通常表示	上位表示	上位表示
お店トーク	○	○	○
お店ページ	○	○	○
オリジナルID	×	○	○
友だち数	1万人まで	1万人まで	1万人以上

※スタンダードプラン・プロモーションプラン共に、有効友だち数が1万人を超えた際、上位プランへの変更をお願いする場合がございます。

※3ヵ月無料キャンペーン対象期間中の場合は、期間終了後、自動的にプロモーションプランの適用となります。

※地方自治体様などの公共機関に関しては、プロモーションプランでも無料でお使いいただけます。

※スタンダードプランには将来的に広告が掲載される可能性があります。

LINE@の強みとして、開封率の高さがあります。

これはアメリカの MailerMailer 社が発表したデータなんですが、
メールマガジンの場合、**開封率は 11.2%**。

店舗側としてはせっかく登録して頂いたのに、10 人に 1 人しか開かれないって悲しすぎます。

他方、LINE のプッシュ配信の場合、**開封率は 63%** です。その差、50% 以上。

※プッシュ通知というのはスマートフォンのロック画面に出てくる通知です。

LINE@ 3つのポイント

LINE@は、みんなが利用しているLINEから、到達率・開封率・即時性が高いメッセージを配信することで、お店の集客を強力にサポートします。

1

**みんなが
使っている！**



国内5,000万人のスマートフォンユーザーが利用しており、年代を問わず人々の生活に密着したサービスです。

2

**すぐに送れる
すぐに読まれる！**



PUSH通知でメッセージが届くので、配信と同時にたくさん人にメッセージが読めます。

3

**見失わない
飛ばされない！**



配信したメッセージは友だちとのやりとりに混じり、高確率で読まれます。

【LINE@ で売上を伸ばすための4つの方法】で最重要のポイントです。

ビジネスオーナーに質問です。

新規顧客への営業活動をやっていますか？

もちろんやってるよ！との声が聞こえてきそうです。

私もホームページ制作側として毎日新規顧客への営業活動を WEB 上でやっています。

では、次の質問をします。

既存顧客への営業活動をやっていますか？

・・・あれ？

● Facebook で告知している

Facebook 投稿のリーチ数（何人に見られているか）は年々減っています。「いいね」が 1000 あってもリーチが 100 とかザラです。Facebook はリーチを増やすために有料広告を推奨する方針をとっていますので、既存顧客への営業活動として Facebook 告知をするならば広告をかけないと「いいね」しているお客さんには届きません。

● ブログを毎日更新している

ブログを更新して、検索に引っかかるようにしていく手法は新規顧客の獲得のためです。既存のお客さんはおそらくホームページ・ブログを見ていないでしょう。

● DM を毎月送っている

これは素晴らしい対策です。あなたのお店は繁盛しているはずです。

手間も費用もかかりますが、住所をゲットしているあなたはやろうと思えばいつでもお客さんにアクセスできますね。ただこの手間・費用がなかなか厄介なもので、辛く感じてしまい続けることができないオーナーさんが多数ではないでしょうか？

ところで新規顧客に販売するコストは

既存顧客に販売するコストの **5 倍**

かかるという法則があることを知っていますか？

もしあなたのお店が、新規顧客への営業活動しかやっていないのであれば、**費用対効果が高い既存顧客への営業活動をやってみませんか？**

その助けになるのが、LINE@ なのです。

さきほど DM を毎月送っているということに対して、素晴らしいとお伝えしましたね。

それは住所という【リスト】をゲットしてっていて、いつでもこちらが好きなときに DM でアプローチできるから素晴らしいんです。

これをリストマーケティングといいます。

いつでもこちらがアクセスできるリスト（住所・メールアドレス・LINE アカウント）をできるだけ集めて、いつでもキャンペーン告知を出せる仕組みづくりを作り上げることこそ、**経営の安定化**につながるということです。

LINE@ でリストマーケティングのまとめ

- メリット 1 費用対効果が高く無駄な経費が掛からない。
- メリット 2 定期接触を増やすことで、リピート率を上げる。
- メリット 3 24時間365日働く営業マンを手に入れられる。
- メリット 4 売上が計算できるようになる。
- メリット 5 事業の安定化が図れる。

2. 運用するための準備

LINE@ アカウントの開設方法

LINE@ 公式ホームページの「お申込」ボタンから登録してください。 <http://at.line.me/jp/>

最初に設定すること

LINE@ 公式ホームページのトップページの一番下のメニューに「管理画面」というリンクがあります。それをクリックすると管理画面にログインできます。

ここから管理画面にログインする



●基本設定

「アカウント設定」→「基本設定」

1. プロフィール写真を登録
2. ひとことを編集
3. 公開設定を「許可する」に変更



●アカウントページ基本設定

「アカウントページ」→「基本設定」

あとは必要に応じて

●ホーム設定

「ホーム」→「ホーム設定」

あとは必要に応じて

●スマホ投稿設定

「アカウント設定」→「スマートフォン投稿設定」
ページの QR コードを読み込むことで、スマホ投稿できるようになります。



3. 友だちを獲得する方法

まず 100 人を目指しましょう。少ないと効果を実感できにくいのでスタートダッシュは肝心です。

Facebook で告知する

QR コードを Facebook に掲載しても登録しにくいので、ホームページにバナーを設けたりして登録しやすいように工夫しましょう。

簡単な方法としては、LINE@ 管理画面に

「アカウント設定」→「基本設定」といくと一番下に友だち追加ボタンというところがありますので、コピペして使うと早いです。



QRコード		<pre></pre> (ブログなどに貼り付ける際は、こちらをご利用ください)
友だち追加ボタン		<pre><img height="36" border="0" alt="友だち追加数" src="http:</pre> (ブログなどに貼り付ける際は、こちらをご利用ください)

ホームページに登録バナーを置く

上で紹介していますので、URL の取得方法だけ紹介します。

友だち追加の右欄にコピー用のコードがありますね。

その中に「」というところがあります。

これを自作した登録バナーのリンクに設定すると、スマホでクリックした場合に友だち登録できます。

お店でお客様に案内する

LINE@ 友だちを増やすことで一番重要なのが、店舗でお客様に LINE@ に登録していただくということです。

ポップやチラシを作成して、お客様へご紹介しましょう。

緑のポスターは LINE@ が用意しているチラシです。

「アカウント設定」→「基本設定」からダウンロードできます。

黒のポスターはオリジナルです。できるだけ分かりやすい

デザインのほうが登録されやすいです。



●実践例 1 美容室

1 年前にホームページを制作させていただき、打ち合わせを重ねている美容室のオーナー G (仮) さんがいらっしゃいます。

「G さん、ヘアスタイルの写真撮ってください！ じゃんじゃん更新しましょ！」

とっているうちに 1 つ年をとってしまいました。

1 年前からほぼ更新していません。

ホームページの運用というのは、記事を作ってくれるオーナーや店長の協力があってこそです。ホームページ屋はそんなオーナーや店長が記事を作ってくれるようにお願いすることが大事な仕事の一部です。

ただ、記事を更新することが苦手な方が全体のお客さんのうち 20% ほどいらっしゃいます。

更新するのが苦手だと集客できないのか、というとそんなことはありません。

苦手だったら他の方法がまだまだあります。あっている方法で売上を伸ばせばいいんです。

幸い G さんはコミュニケーション能力がものすごく高い方でした。

そこで当時走りだった LINE@ で顧客リストを構築していただく作戦をとりました。

一番良いのはサービス中・会計のときに「LINE@ に登録するとキャンペーン情報がゲットできますよ～」で登録してくれるパターン。

美容室は顧客と距離がものすごく近い業界なのでこの無料で登録を募る作戦で良いと思います。

価格帯によりますが 500 ～ 1000 円ほどの直接的メリットがあれば登録してくれます。

ここで意識していただきたいのは、お客様に登録していただくコストパフォーマンスです。

色んな業界・計算方法がありますが、1 登録 1000 円で激安だということを意識すると良いでしょう。

私が実店舗の経営者なら 1 登録に 2000 円かけても全然 OK です。

あくまで佐賀という地方の話ですが、この美容室は告知を打つと**来店率が 10% 近く**あります。

●実践例 2 居酒屋

美容室に比べてレストラン・居酒屋・バーなどでは、この無料お願い作戦が効きにくい傾向がありました。

そういう場合には、会計時に登録してくれたらキャッシュバックして登録をかき集めましょう。

価格帯によりますが 500 ～ 1000 円ほどの直接的メリットがあれば登録してくれます。

居酒屋は大勢で来るので、一気にリストを集めるチャンスでもあります。

「お客様全員が LINE@ に登録してくれたら日本酒とワインと焼酎 1 本ずつプレゼント！」でも十分元は撮れると思いますし、お客様も喜ばれると思います。

大事なのは、どうやって登録に気持よく結びつけるかです。ここは業種によって、店舗のコンセプトによって違います。

考え抜いてくださいね！

●加速度的に友だちを獲得する

この項目は私自身まだ実践していませんが、導入するとすごいことになります。

一店舗で集められるリストは既存の常連さんが多いでしょう。

それでも十二分に価値がありますが、もっと活用していきましょう。

次の作戦は、**仲が良い経営者仲間とコラボする**ということです。

例えば「飲食店」と「美容室」。両方登録すると、両方のお店でキャッシュバック！とか色々考えられます。

とにかく QR コードを読み取りたくなる作戦をいくつも考えていきましょう。

4. 来店を促すメッセージの考え方

●配信頻度

今までの経験上、週1回ほどが良いですね。

ただ業種によって、コンセプトによって様々です。

●配信の時間

これもお店によって違います。

同業種の有名な店舗のLINE@に登録して時間帯を真似するといいかもしれません。

●客層に合わせた語り口で

変に手紙のように固くなる方がいらっしゃいますが、力を抜いていきましょう。

LINE サービスは本来友達とのメッセージやりとりに使われますので、ある程度くだけた親近感をいただけるような語り口にしてください。

●お店を好きになってもらうための企画を考えよう

毎週キャンペーンが同じ内容だと見てるほうも楽しくないですし、「ブロック率」が高まりますので注意してください。

LINE@ にわざわざ登録してくれたお客様はおそらくあなたのお店のことが嫌いではないと思います。どうせなら好き・ファンになってもらえるような企画やキャンペーンを考えましょう。