

日本人の75%が普段使いする、圧倒的な普及率にもかかわらず
クローズドなメッセージで囲い込まれる、最新の成功事例をマスター



LINE マーケティング 基礎講座

【オンデマンド配信】
申込後7日間 終日視聴可能

月間利用者数は9,500万人
(2023年3月末時点)
日本人の約75%をカバー

LINE運用を新たに任された方、自己流でスタート
したものの、なかなか成果が上がらない方など、
企業のWeb・広報・宣伝・販促担当の皆様へ

圧倒的なユーザー数を基盤に、開封率の高さや拡張性の高さ、情報発信の
タイムリー性を活かし「他のSNSを上回る成果」を上げた運用法とは？

店舗やイベント会場で友だち追加を
案内するPOP等を設置してみたもの
の、一定数で頭打ちになった…

話題には上がるものの、
そもそもLINEで何ができるのか
をよく分かっていない…

友だち登録後、セールやイベント情
報を送っても、通知をうっとうしがられ
すぐブロックされてしまう

TwitterやFacebookなど、他の
SNSとは違うLINE特有の成功ノウ
ハウの傾向を知っておきたい

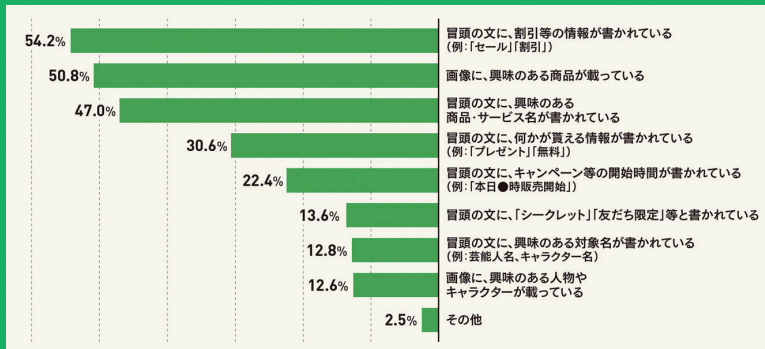
LINEを自社でどう活用するのか？その戦略を練るために必要な
友だち追加施策・機能設計・運用ノウハウまで体系的に網羅！

画像提供:123RF

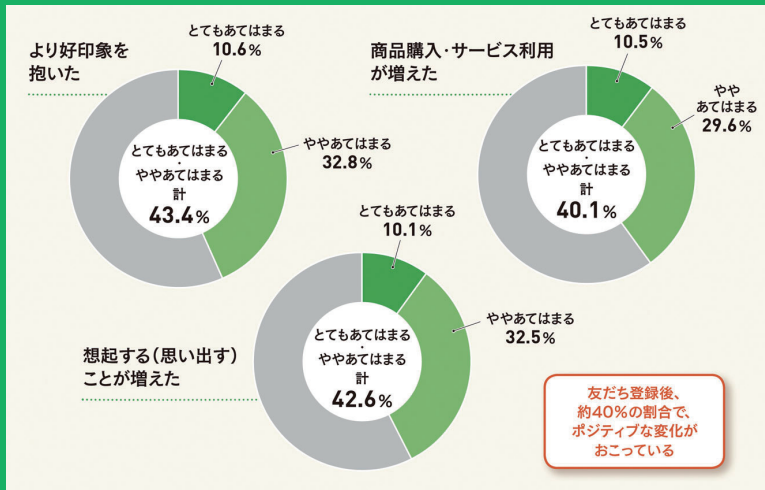
よりユーザーに近く、コンバージョンにつながりやすいLINE。便利な機能やスタンプの活用で、さらに送客率は高められる

若年層への認知拡大や、ユーザーフレンドリーな双方向コミュニケーション、またなにより実店舗への送客まで、様々な目的で活用されるLINE公式アカウント。本講座では、その最新動向をデータを基に紐解きつつ、取り組みを重ね成果を上げた企業事例をおさえ、明日の投稿の反応率が変わる具体ノウハウを体系的に身に付けます。

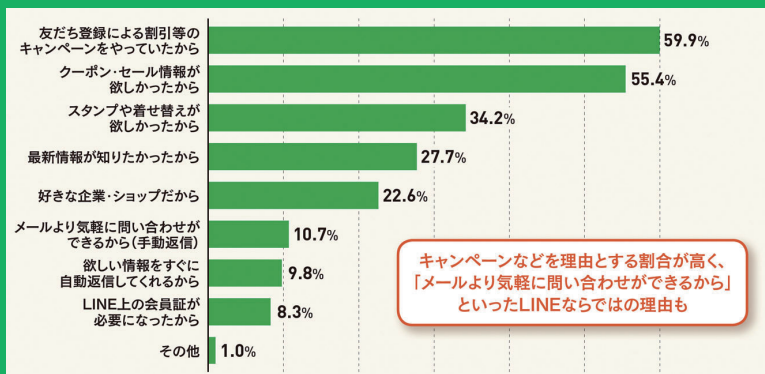
Q.公式LINEを友だち登録した理由



Q.公式LINEを登録しておきた変化



Q.内容を積極的に読むことの多い公式LINEのメッセージ



『販促会議』2022年3月号掲載 株式会社ネオマーケティング実施
「全国の20歳～79歳の男女で、企業の公式LINEを登録している人、かつ企業のメルマガを登録している人を対象にしたアンケート」

講座の特徴

公式LINEアカウントの知識ゼロでも、アカウント立ち上げ、運用、分析まで、幅広く学べるカリキュラム

本講座は LINE 公式アカウントを効果的に始めたい方へ向けた内容となっています。これから LINE 公式アカウントの導入を検討している企業・団体の方へおすすめの内容です。また、実際に LINE 公式アカウントを導入し、HP やオンラインショップへの流入元として、メルマガや他の SNS を上回る数値を記録したり、LINE 広告やスタンプキャンペーンの実施で友だち数が急増するなど、成功企業の生きた知見を学べるため「現在 LINE 公式アカウントを運用しているが、成果に繋がっていない」方の受講もおすすめです。

明日から実践できる目標の明確化、目的を意識した投稿、効果測定までの流れを網羅的にカバー

本講座では、ただ最新の知識を入れただけでは終わりません。実際に投稿の担当者として LINE公式アカウントの設計から運用を行うにあたって必要な、あらゆる工程をカバーします。例えば、業種ごとに適したKPIの設定やターゲットの策定といったから、具体的な投稿のノウハウまで落とし込みます。さらに、配信した結果の集計、と分析、グラフの読み取り方といった振り返りのステップを学ぶことで、明日の投稿に活かしていけるスキルを習得します。

LINE 公式アカウントをマーケティングに活用し、試行錯誤のうえ成果を上げた最新の企業事例を紹介

講義では、担当者の悩みである「友だち登録はしてもらったものの、通知をうっとうしく感じられてしまい、すぐにブロックされてしまう」「どんな内容を配信したらよいかかわからず、似たようなセール情報やイベント情報ばかり送ってしまう」などの課題を解決するポイントを、講師陣の経験から学びます。配信頻度や、時間帯、ユーザーごとのコンテンツの使い分けといった細かい点はもちろん、具体的な投稿例や炎上しないためのガイドライン、担当者の心構えまで、実際に運用を担当し成功に導いた担当者だからこそわかる運用のキモを、具体例と体験談をもとにお伝えします。

ユーザーに喜ばれるポイントを押さえ、自社に適した運用をつかむ

基礎知識

- LINEを使っているユーザーの属性を知る
- 他のSNSと異なる機能や特性を知る
- 公式LINEと相性のよい業態や投稿の傾向を知る

目標設定

- 「新規のお客様向け」「既存顧客向け」などターゲットを設定
- 「既存顧客と繋がりがリピート率が向上する」「予約の効率化を促進する」など目標を設定

施策決定

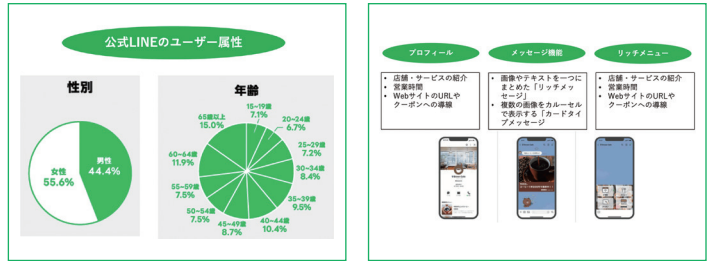
- ターゲットに刺さる投稿コンテンツの傾向を押さえる
- メッセージ内容やスタンプキャンペーン、クーポンなど、自社に適した施策を定める

効果測定・改善

- 投稿後の開封率、ブロック率などのデータを確認
- 良いリアクション、悪いリアクションの違いを把握
- 投稿の改善ノウハウを把握

まずはユーザー属性や主な機能・特徴をマスター

講義前段では、まず運用を始める前に知っておくべきLINE公式アカウントのルールや「プロフィール」「メッセージ配信」「リッチメニュー」などの機能をマスターします。



着実に効果を上げ続けるための投稿ノウハウを掴む

「何を発信すれば目標が達成できるのか」を明確にしたうえで、そのターゲットに対して一番効果の出る投稿コンテンツ事例を紹介します。初心者でもすぐ取り組める、メッセージやメニュー、クーポンやスタンプ等の導入方法を学びます。



ユーザーに合わせた最適化やスタンプ活用まで事例研究

本講座では、単にセオリーを学ぶだけではなく、先行企業がどのように投稿を最適化し、効果測定を重ね、どんなオファーで友だち数を維持拡大してきたか、その事例研究を重ね応用法を学びます。



※上記内容は作成時のアジェンダです。最新動向に応じて、講義内容は適宜アップデートしてまいります。あらかじめご了承ください。

講座のポイント

POINT 1

LINE の特性とユーザーの属性を知る

やみくもな運用で友だち数が増えなかったり、ブロックされたりしないために、ユーザーの属性を把握し、ターゲットごとの適切なコミュニケーションの取り方を学びます。

POINT 2

LINE 公式アカウントの活用ステップを網羅

むやみにクーポンやイベント情報などを配信しても、一時的な話題作りに終わってしまい、思った成果は望めません。効率的かつ効果がある運用ノウハウを学びます。

POINT 3

施策を成功に導く企業事例

成功企業事例の基礎から運用まで細かいノウハウを追体験することで、KPI設定や社内の調整、膨大なデータの収集、効果測定などのポイントについて学びます。

カリキュラム

時間	テーマ	講義内容	講師
第1部 約120分	導入から効果測定までのポイント ～LINE公式アカウントを活用するメリットを知り、設定・運用・分析までができるようになる～	LINEの基礎知識:ユーザー属性や主な機能・特徴/活用のステップ:目的別活用方法や事例/投稿の考え方:目的に沿ったコンテンツ/集客のポイント:広告やキャンペーン/振返りの方法:分析のステップ	本門 功一郎氏
第2部 約60分	企業事例① 「成功企業での取り組み」 ～タカラトミーから、LTV(ライフ・タイム・バリュー)向上を狙うためのLINE公式アカウント活用法を学ぶ～	玩具の製造・販売を手掛けるタカラトミーがLINE公式アカウントを開設した目的・KPI/打ち出した施策(アンケート取得とリッチメニュー「着替替え」機能、『トミカ』『プラレール』『リカちゃん』など複数ブランドのコミュニケーションを一つのプラットフォームで など)/それぞれの施策の効果や分析方法/運営する上で意識していること(ワクワクを提供する/炎上対策)/今後のLINE公式アカウント戦略	(株)タカラトミー 木村 貴幸氏 神脇 奈々氏
第3部 約60分	企業事例②	調整中	調整中

※講師・カリキュラムは都合により変更・追加となる可能性がございます。最新のカリキュラムはwebサイトからご確認ください。

講師プロフィール



本門 功一郎氏

株式会社ジソウ 代表取締役/
一般社団法人SNSエキスパート協会理事

大手外資系メーカーのマーケティング担当などを経て、2010年にコムニコに入社。コンサルタントとして様々なクライアントのSNSマーケティング支援を担当。16年11月、一般社団法人SNSエキスパート協会を立ち上げ、理事に就任。代表的な著書に「デジタル時代の基礎知識『SNSマーケティング』第2版」がある。現在は株式会社ジソウの代表取締役と、一般社団法人SNSエキスパート協会理事を兼務。



木村 貴幸氏

株式会社タカラトミー
メディア戦略室室長 兼 D2C部部长 兼
WEBデジタルコミュニケーション課課長 兼
DX推進プロジェクトリーダー

1997年株式会社タカラトミー(当時タカラトミー)入社。営業部配属大阪エリア担当、その後大手法人の営業担当。2003年に当時のボーイズ事業部マーケティング課に異動しアニメ(ソイド)やエアロアールシー(ラジオコントロールカー)などを担当、その後開発部門も担当。08年にトミカなどのブランド管轄する部署でブランドマネージャーをを担当し11年に経営企画室に異動し中期計画策定、グループ会社再編などに携わり13年に新規事業部発足と共に異動し、玩具会社の考えるロボット企画やアニア(動物フィギュア)などの新規事業を10年経験し22年からメディア戦略室室長となり、現在は、TVCMなどのマスメディア、自社SNSの運用管理、自社HP管理運営、自社EC部門、全社DX推進を統括している。



神脇 奈々氏

株式会社タカラトミー
メディア戦略室 D2C・CX戦略部
デジタルコミュニケーション課

2018年タカラトミーに中途入社。メディア戦略室に配属後、TVや雑誌媒体・業界誌へのCM・広告出稿の担当を経て、LINE・Instagramの立ち上げや運用に携わる。LINEの業務では、DXプロジェクトメンバーとして社内で保持している顧客データとLINEで取得できたデータの連携や自社ECサイト「タカラトミーモール」への送客や収益化できるSNSを目指し、戦略立案や実務を行っている。ターゲット年齢や嗜好が異なる多様なブランドを保有しているため、YouTubeやTwitterなど様々なソーシャルメディアを使い分け、顧客コミュニケーション及びLTV向上の戦略を立案/分析を行っている。

講座概要

- 視聴期間：申込後7日間 終日視聴可能
- 視聴方法：宣伝会議オンライン内でオンデマンド配信
- 受講料金：54,000円(税込 59,400円) ※申込金5,000円(税込 5,500円)含む
- 受講対象：LINE公式アカウントを新規開設検討中/運用に課題があると感じているマーケティング担当者、広報担当者、宣伝担当者の方。
効果的な集客施策・販促キャンペーン・顧客とブランドのつながりの強化を打ち出したい担当者の方など。

お申込みはWebから またはこちらまで
FAXにてお送りください

03-3475-3033



WEB申込 → すぐ受講いただけます

FAX申込 → 受講環境の設定に関する手続きのため 1週間ほどお時間がかかります

LINEマーケティング基礎講座 お申込者情報記載欄	会社情報	会社名	TEL		
		住所 〒			
	申込者様	氏名	所属部署	役職	生年月日
		Eメール			
	派遣責任者様	氏名	所属部署	役職	生年月日
		Eメール			
申込形態		①企業申込(請求書を発行します) ②個人申込		宣伝会議からの情報 ①いる ②いない ③すでに届いている	

お振込み先 三菱 UFJ 銀行 青山支店 普通 1145602 口座名義:株式会社宣伝会議

※受講は受講者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。尚、同一の講座を別の方を受講いただくことは禁止としております。※お申込み後のキャンセルは原則承っておりません。※万一、受講前に受講予定の方の参加ができなくなった場合は、事務局までお問合せください。同一講座の受講中において、参加者の途中変更はできません。※一旦納入された申込金・受講料は、受講前・受講途中にかかわらず、いかなる理由であっても払い戻しや次期への振り替えはできません。※天候不順によるアクシデントや講師の都合、受講者数が一定数を下回った場合等、諸事情により直前に開講日程が変更・中止となる場合がございます。その際、交通・宿泊費等の保証はできませんのでご了承ください。※弊社と発注者は互いに暴力団、及びその他の反社会的勢力に該当しないことを表明・確約します。万が一、上記に反していることが判明した場合には、直ちに無条件で本契約を解除します。※弊社と同様の教育講座を開催している企業、人材紹介業、受講生への営業・勧誘等を目的とする受講等に関しましては、審査の上、お申し込みをお断りする場合がございます。また、お申し込みから審査までの間に、ご請求書類の発送など、決済処理の進行が行われる場合がございます。あらかじめご了承ください。※本申込書により宣伝会議が取得した個人情報を受講手続きや各種連絡、講座運営、ダイレクトメールなどの方法で出版物や講座、イベントのご案内等をお送りするために利用します。プライバシーポリシー(https://www.sendenkaigi.com/privacy/)をお読みいただき、同意の上、お申し込みください。

■お問合せ

株式会社宣伝会議 〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号
TEL: 03-3475-3030 E-mail: info-educ@sendenkaigi.com www.sendenkaigi.com/class/

