

LINE CXパートナー パートナーガイド

LINEヤフー株式会社

マーケティングソリューションカンパニー

2023.10

LINEヤフー

Contents

01	LINE CXパートナーとは	…03
02	LINE CXパートナー ガイド	…08

LINE CXパートナーとは

LINEのマーケティング・データソリューションの変遷

LINEでは約10年のうちに時代の変化に合わせ様々なソリューション・協業体制を提供
今後のCX for DX実現に向け新たな制度を構築したいと考えております



CXパートナー制度で目指すこと

新たな企業価値を生み出すビジネスパートナーとして協業体制を構築します

LINEを活用した顧客体験

顧客体験づくりからマーケティング活動までLINEを利用した統合プランニング

LINEを基軸とした データ統合・分析

1st party dataが活用できるシステム基盤の整備
データソリューション（ビジネスマネージャー、データクリーンルームソリューション）を活用し
サービス横断でのデータ収集・統合・分析を支援

データを活用した マーケティング活用

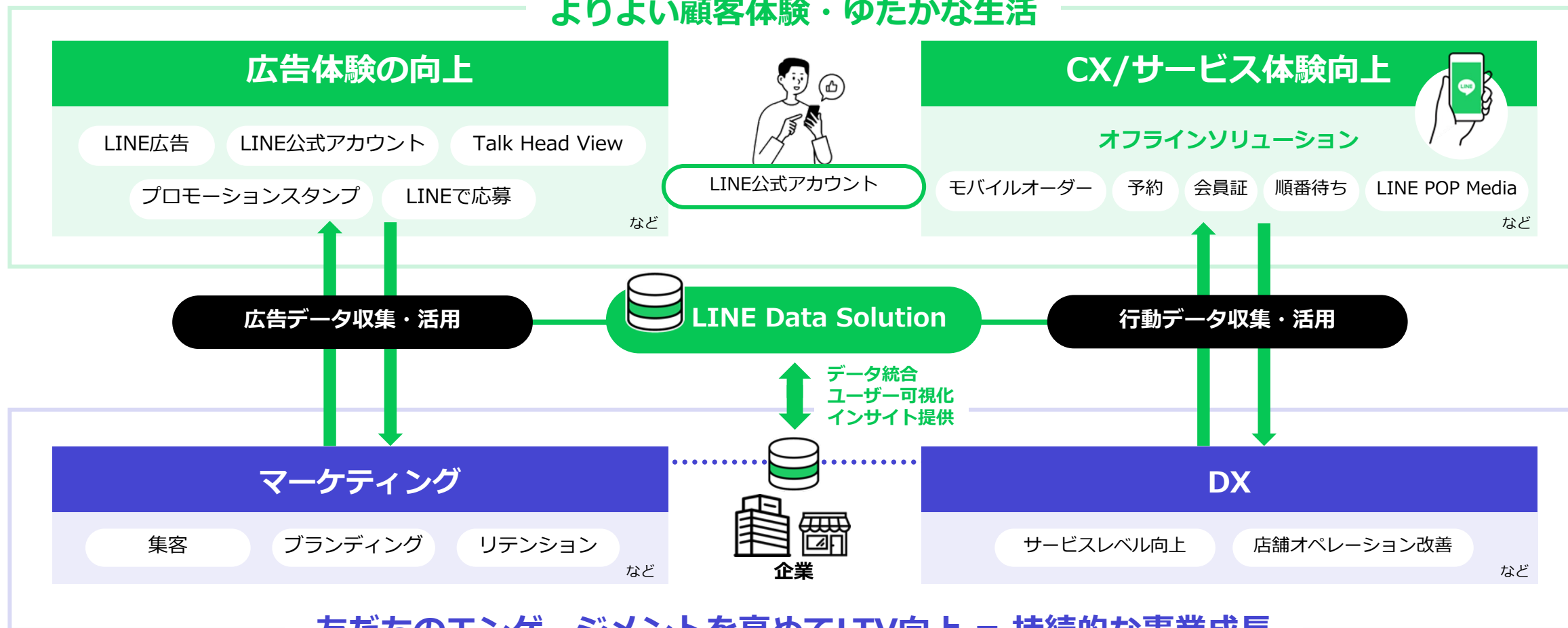
分析結果を元に、LINE広告の出稿・LINE公式アカウント配信を活性化

LINEのマーケティングソリューション・データソリューションをどこよりも理解し
クライアントに届けられるパートナーを、新たなパートナー制度「LINE CXパートナー」として認定

Better Experience, Better Life with LINE.

LINEで顧客体験（広告・サービス体験）の向上をスローガンにパートナーとともに協業していきます

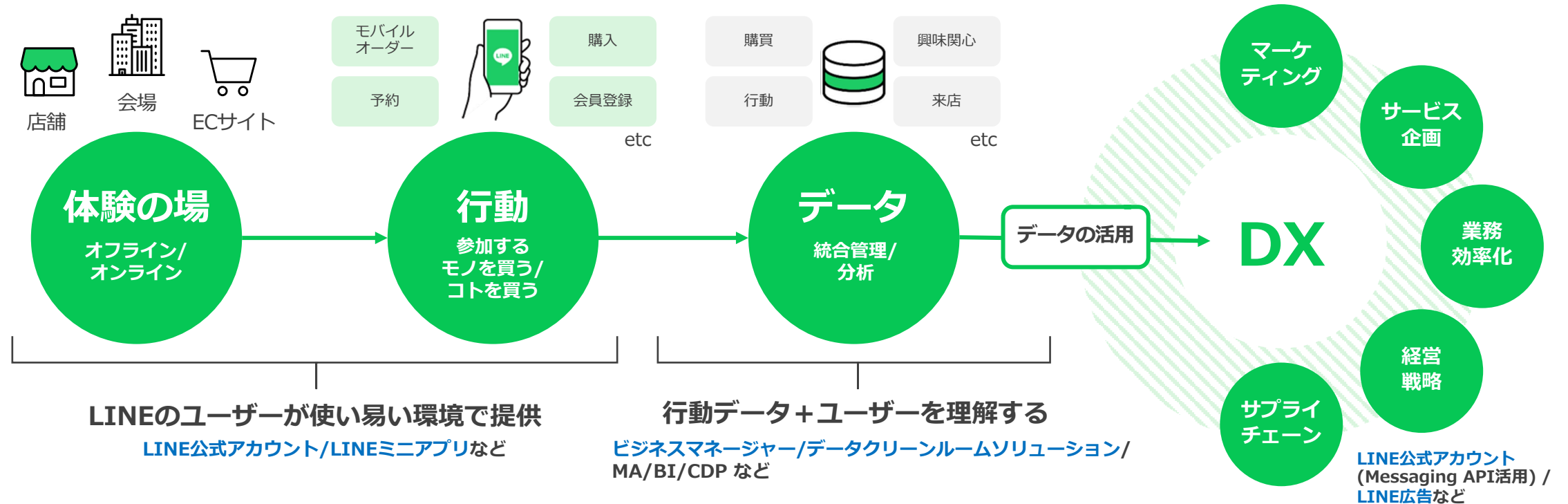
よりよい顧客体験・ゆたかな生活



友だちのエンゲージメントを高めてLTV向上 = 持続的な事業成長

CX for DX : オフライン体験～マーケティング案件の創出

LINE内外のデータを統合することにて、友だちとのコミュニケーションを高度化しマーケティング活用から企業の経営課題解決の一助となることをめざします



- LINEで顧客接点をデジタル化推進に貢献。取得したデータを活用したマーケティング活動を実施
- ネイティブアプリや紙で提供している店頭サービスにLINEを活用することで、より幅広い顧客にサービスの利用を促進

LINE CXパートナー ガイド

LINE CXパートナー

01 株式会社デジタルシフト

02 株式会社電通デジタル

03 株式会社サイバーエージェント

04 株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

デジタル・アドバタイズ・コンソーシアム株式会社（2社共同認定）

株式会社デジタルシフト

TSUNAGARU



誰もが、かんたんに、 効果的なLINE運用を実現

TSUNAGARUは、LINE公式アカウントの運用を効率化し、売上拡大とマーケティングDXを推進するSaaSツールです。

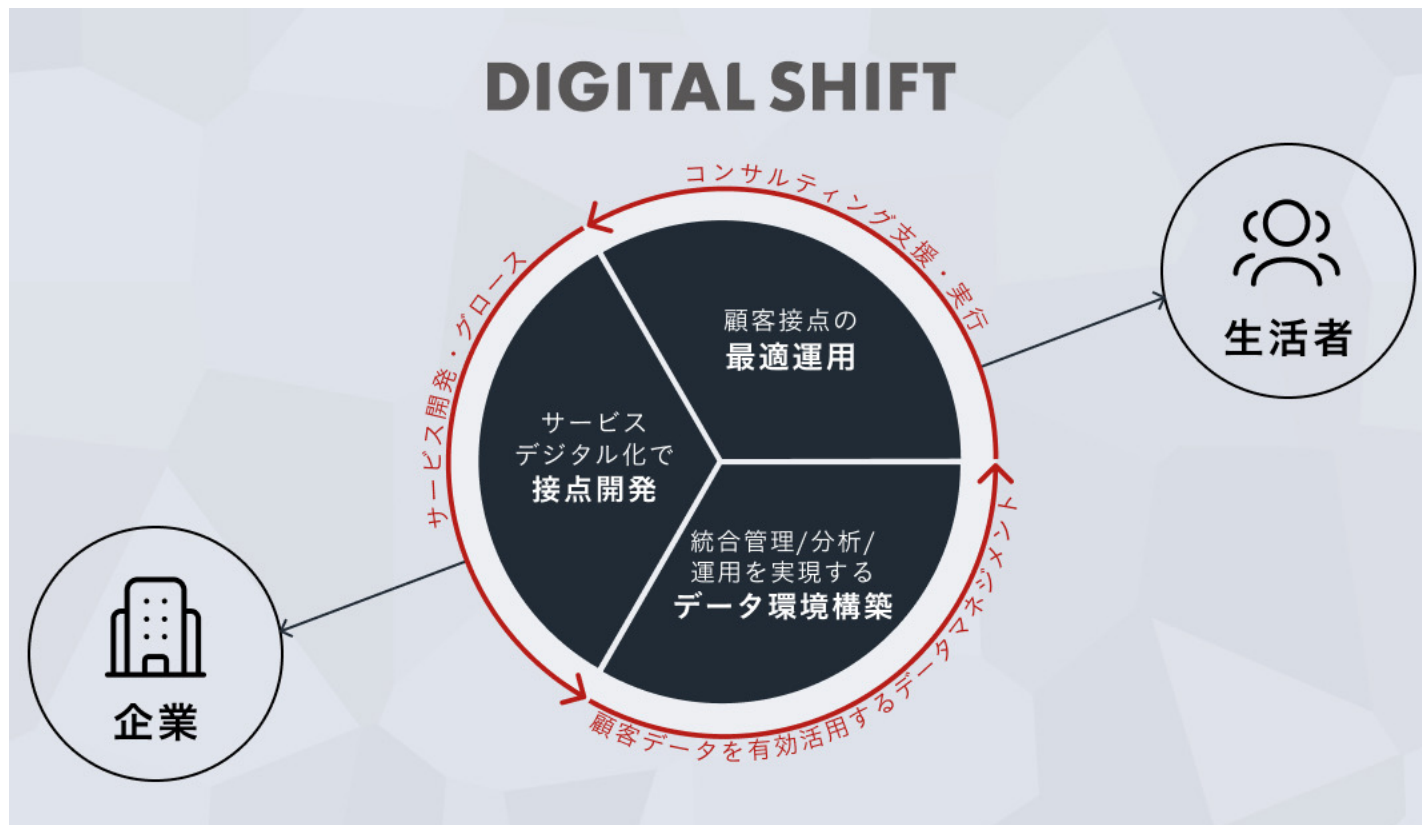
友だちのユーザーIDと行動・属性情報を紐づけセグメント配信を行うことで、不要な配信を減らし、配信コストを削減・施策効果を最大化します。

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

詳しくはこちら
<https://www.tsunagaru.app/>

CX戦略



生活者と企業、 双方のWINを叶えるCXを実現

DXの進展でデジタルを活用したマーケティング活動も変化。顧客接点毎の運用最適化はもちろんのこと、時流に合わせた接点の見直しや開発といった提供サービス自体のエンジニアリングとグロースハックも必要に。複雑化する顧客体験と生まれるデータをマネジメントし、顧客との継続的な関係構築が今後の企業のCX戦略の重要な論点と考えています。

中でもLINEを活用したDX時代にふさわしいCX開発に注力し、LINEヤフー社と共に両社でLINEを活用したCXの探求を行ってきました。

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

クライアントへの提供体制



プロジェクトに応じた 最適なチーム体制をご提供

100名以上の人員で事業本部を形成。
250件以上のプロジェクトに伴走してきた各領域のプロフェッショナル人材を個社のプロジェクトフェーズに合わせてアサイン可能。

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

強み

1 独自開発のTSUNAGARUでLINE公式アカウント運用を進化



LINE社認定のTechnology Partner

- LINE Technology Partner Premier
- Performance
- Measurement

2 LINEミニアプリを中心としたサービスのデジタル化



デザイン 開発 運用グロース

3 最高のCXに繋がるデータマネジメント



データ整備 データ可視化 データ分析

※画像はイメージです

国内最重要の顧客接点である LINEによる**最高のCXを実現**

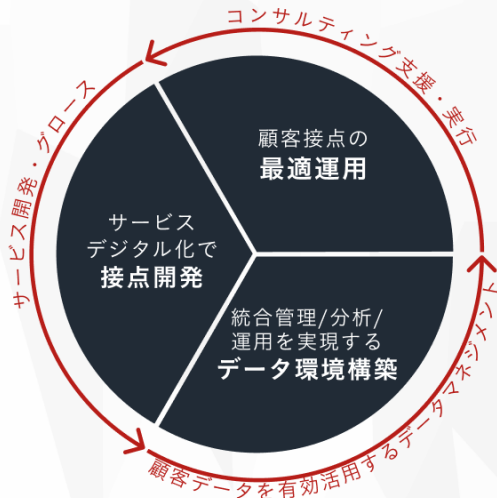
- ①Technology Partner最上位（Premier）、国内唯一のPerformance+ Measurementの2バッジ保有の当社が提供する独自ソリューション「TSUNAGARU」で企業のLINE公式アカウント運用を進化
- ②LINEミニアプリを中心としたサービスのデジタル化で新たな顧客接点を開発するエンジニア組織を保有。顧客体験の改善とビジネスインパクトの創出に寄与
- ③LINE外の顧客接点も含め、多様化する顧客データを一元管理/分析/活用しCX改善に繋がるデータマネジメントを提供

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

CX領域におけるクライアント課題

事例一覧



01 LINE公式アカウントの 配信パフォーマンスの低下

- ・ 費用対効果の伴う最適な配信設計
- ・ LINE独自のユーザーデータと掛け合わせた分析
- ・ ビジネスマネージャーを活用した拡張施策

02 デジタル上での接点が少なく 施策の実行や改善ができていない

- ・ トーク画面を活用したオフライン行動の取得
- ・ LINEミニアプリを活用したオン-オフ連携のCRM基盤

03 顧客データのサイロ化により 分析・運用にかかる工数が肥大化

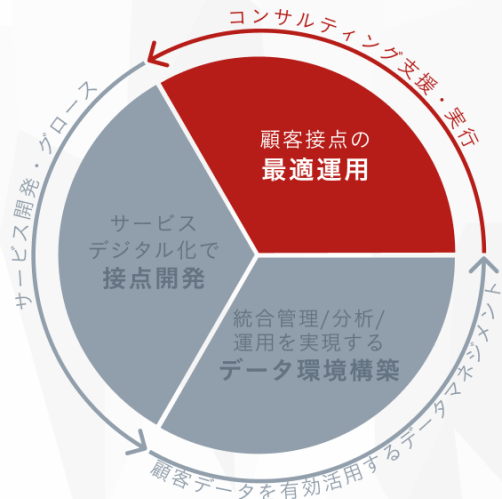
- ・ CDP~BI環境構築で一気通貫の
データマネジメント環境の構築サポート

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

CX領域におけるクライアント課題

01



01 LINE公式アカウントの
配信パフォーマンスの低下

- ・ 費用対効果の伴う最適な配信設計
- ・ LINE独自のユーザーデータと掛け合わせた分析
- ・ ビジネスマネージャーを活用した拡張施策

02 デジタル上での接点が少なく
施策の実行や改善ができていない

- ・ トーク画面を活用したオフライン行動の取得
- ・ LINEミニアプリを活用したオン-オフ連携のCRM基盤

03 顧客データのサイロ化により
分析・運用にかかる工数が肥大化

- ・ CDP~BI環境構築で一気通貫の
データマネジメント環境の構築サポート

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

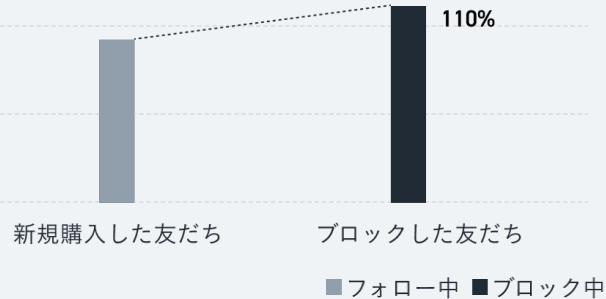
LINE公式アカウント運用の効果最大化

株式会社ベルーナ

売上に伸び悩んでいた要因を分析し

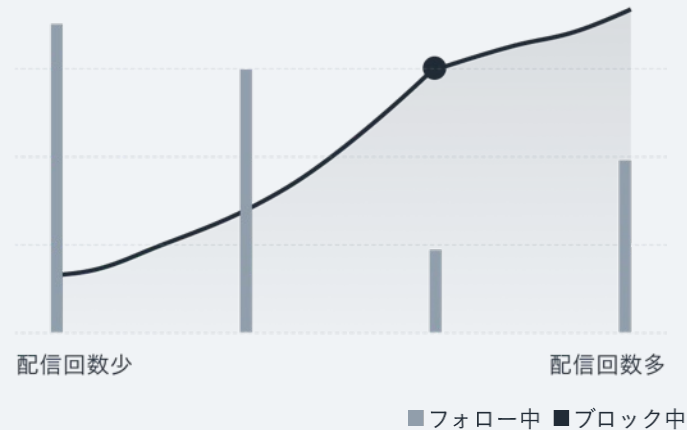
一人当たりの上限配信数を定めることでブロック率抑制に成功

1. 購入人数と購入回数を分析



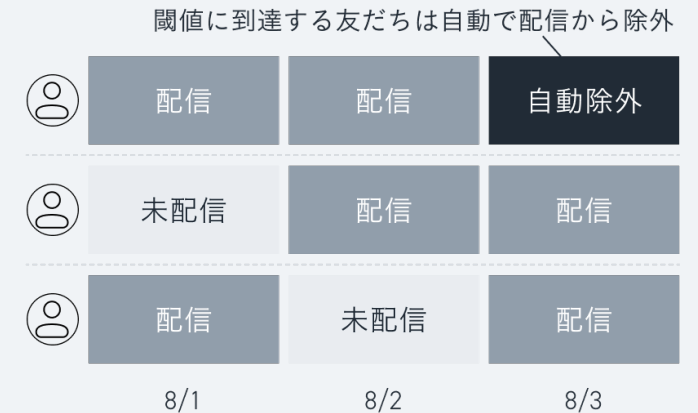
購入回数が多い友だちの
ブロックが売上に影響

2. 配信頻度に応じたブロックを分析



ブロックが増加する
配信回数の閾値を発見

3. 一人当たりの上限配信数を定め運用



購入回数の多い友だちの
ブロック率抑制に成功

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

※デジタルシフト運用実績より

詳しくはこちら

<https://ferret-plus.com/77637>

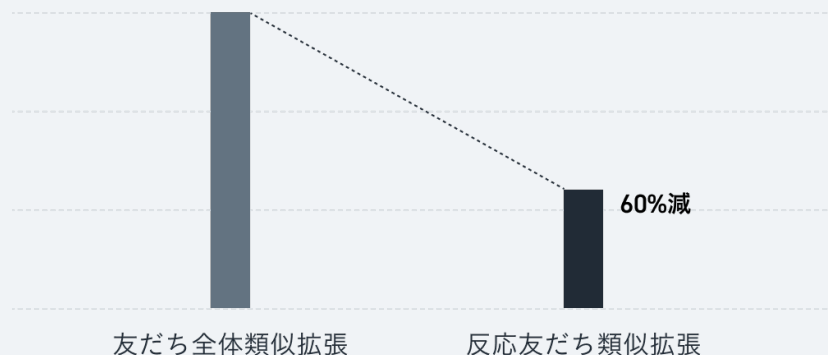
LINE公式アカウント運用の効果最大化

アパレル

さまざまなデータを統合して利用可能なビジネスマネージャーを活用
LINE広告CPF単価6割抑制・LINE公式アカウント配信ROAS1,900%を実現

LINE広告での活用

LINE公式アカウントの配信で反応があった友だちを抽出
 ビジネスマネージャーにアップロードしてLINE広告（友だち追加）に活用



友だち全体類似拡張と比べ
CPF単価を6割抑制で友だちを獲得

LINE公式アカウントでの活用

自社の基幹データを用いて配信対象者を抽出
 ビジネスマネージャーにアップロードしクーポンを配信



LINEのID連携に頼らず配信することで
一定母数を確保しながらROAS 約1,900%を達成

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

※デジタルシフト運用実績より
 ※LINEヤフー株式会社及び、グループ企業間で今後共有を予定している
 オーディエンス等のデータは、ユーザー同意の範囲内のみが対象となります。
 ※ビジネスマネージャーで利用できるデータはユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。
 ※構想中のため、実装有無や時期は予告なく変更される場合があります。

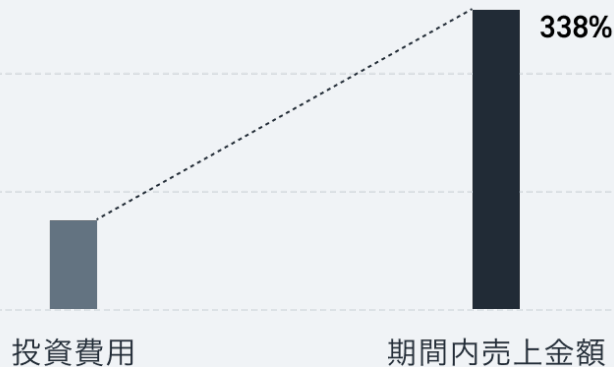
LINE公式アカウント運用の効果最大化

株式会社ベルーナ

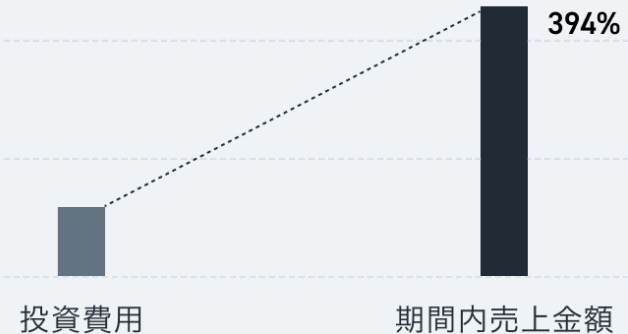
次回以降への友だち追加施策の投資判断材料に
 様々な友だち追加施策に対して費用対効果を分析

スポンサードスタンプと友だち追加広告を比較分析

1. 各友だち追加施策経由の流入ユーザーを特定し、3ヶ月間の「クリック」と「購買金額」の合計を算出。
2. その後、自然流入者や他の友だち追加施策実施時の行動データを比較することで費用対効果の善し悪しを分析。



スポンサードスタンプ ROAS 338%



友だち追加広告 ROAS 394%

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

※デジタルシフト運用実績より

詳しくはこちら

<https://ferret-plus.com/77636>

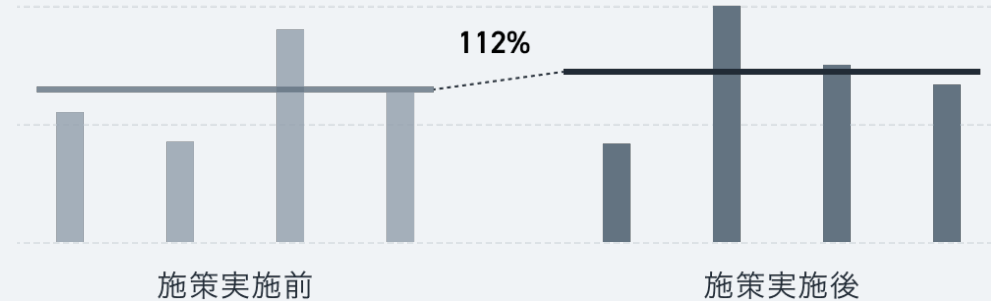
LINE公式アカウント運用の効果最大化

株式会社ベルーナ

LINEのID連携のメリットを整理し連携動線を強化
顧客の行動に合わせた訴求で**デイリーの平均ID連携者数112%に増加**

LINEのID連携訴求シナリオの一例

商品閲覧やカゴ落ちなどの顧客の行動に合わせたシナリオ配信にて、2吹き出し目にID連携訴求メッセージを追加。
施策実施前後の同一期間内のLINEのID連携者数を算出し比較検証を行った。



顧客の行動に合わせたシナリオにLINEのID連携訴求を追加

デイリー平均 **LINEのID連携者数 112%に増加**

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

※デジタルシフト運用実績より

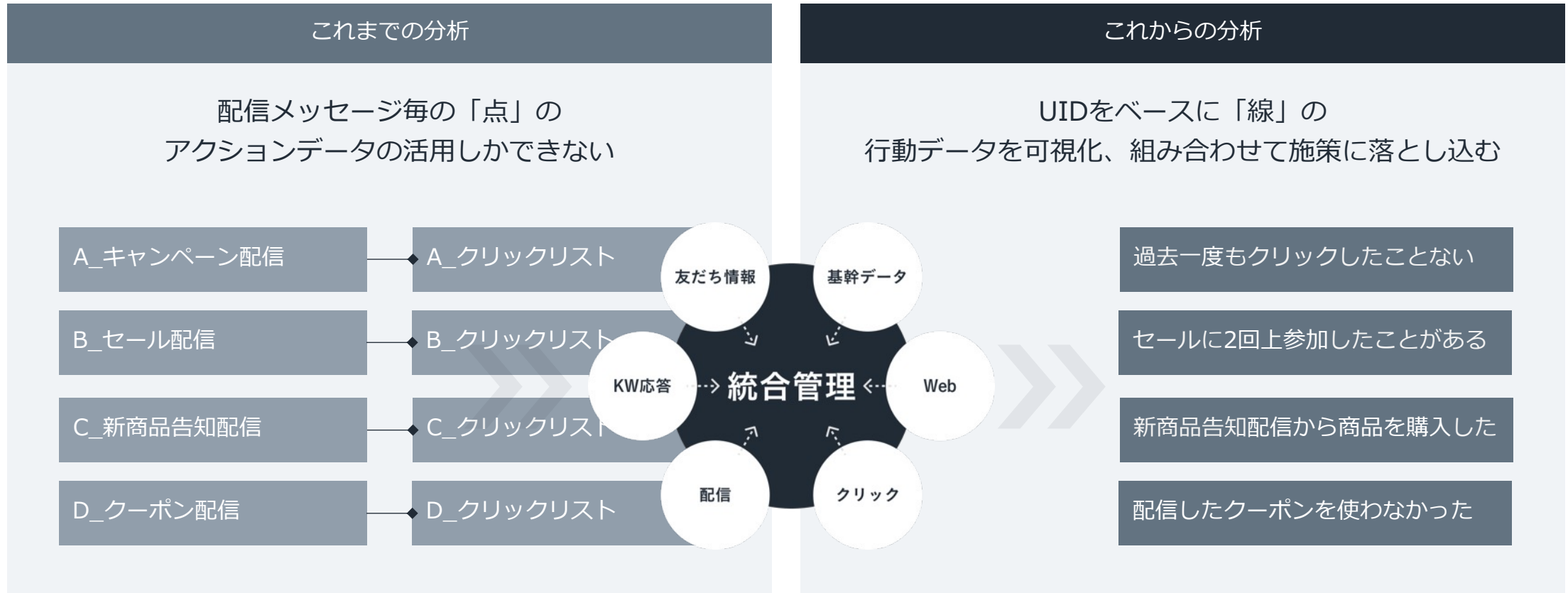
詳しくはこちら

<https://ferret-plus.com/53370>

LINE公式アカウント運用の効果最大化

アパレル

LINEのユーザーID軸で取得した行動データを統合管理
行動データを基にした**データドリブン**な運用により**効率改善**や**CRM運用**を実現



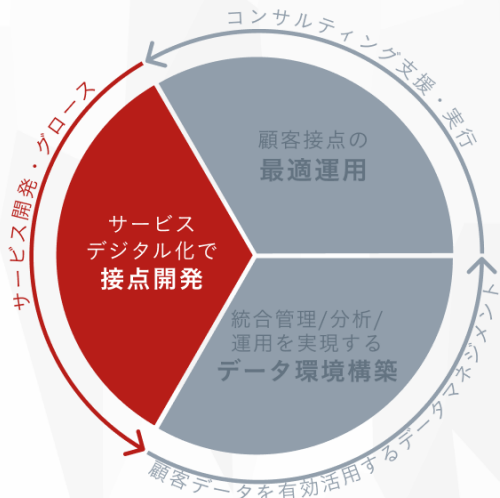
※全てユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

CX領域におけるクライアント課題

02



01 LINE公式アカウントの
配信パフォーマンスの低下

- ・ 費用対効果の伴う最適な配信設計
- ・ LINE独自のユーザーデータと掛け合わせた分析
- ・ ビジネスマネージャーを活用した拡張施策

02 デジタル上での接点が少なく
施策の実行や改善ができていない

- ・ トーク画面を活用したオフライン行動の取得
- ・ LINEミニアプリを活用したオン-オフ連携のCRM基盤

03 顧客データのサイロ化により
分析・運用にかかる工数が肥大化

- ・ CDP~BI環境構築で一気通貫の
データマネジメント環境の構築サポート

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

LINE公式アカウントでオフライン接点拡充

三井不動産株式会社

注文した商品を施設で受取できる「&mallデスク」にて
LINE上でキャンペーンを実施し**ECロイヤルユーザーの獲得に寄与**

本施策の概要と成果

「&mallデスク」は&mallで注文した商品をららぽーとなどの施設で受取・試着・返金・交換可能なサービス。

受取時にLINE上でスタンプカード施策を絡めることで、サービス利用ユーザーとLINE上で接点を構築する。



新規友だち流入区分	ブロック率	CTR
その他経由の友だち	36.79%	19.03%
スタンプカード経由の友だち	21.94%	30.14%

ブロック計測期間：2020/8/1~2021/5/31、クリック・CV計測期：2020/12/1~2021/5/31

施設受け取りやLINEのID連携などの
ミッションクリアでスタンプゲット

良質な友だち
約**1,500**人獲得

「&mallデスク」
約**4,000**回利用

LINEのID連携
約**2,500**回読み取り

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

※デジタルシフト運用実績より
詳しくはこちら
<https://webtan.impress.co.jp/e/2021/06/30/40649>

DIGITAL SHIFT

LINE公式アカウントでオフライン接点拡充

サントリー株式会社

LINE上で実施した2つのマストバイキャンペーンの応募動向を分析 ロイヤルユーザーの可視化とキャンペーン設計の示唆出しに貢献

Aキャンペーン

抽選形式



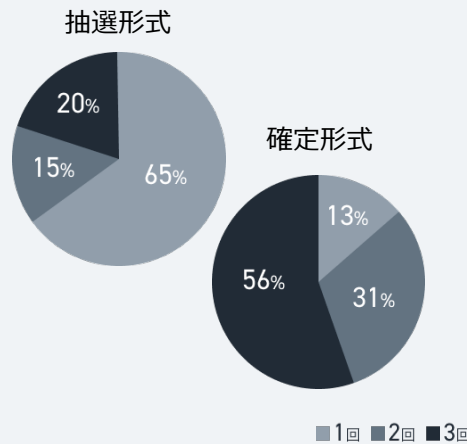
Bキャンペーン

確定形式



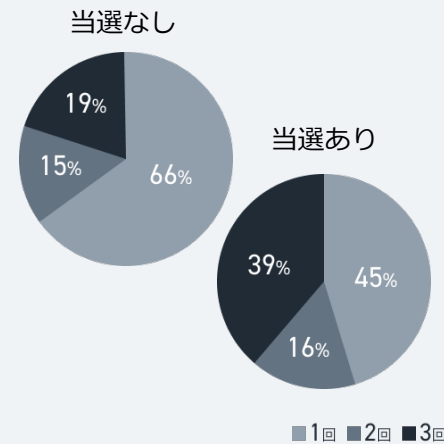
当選形式の違いによる分析結果

1人当たりの応募回数比率



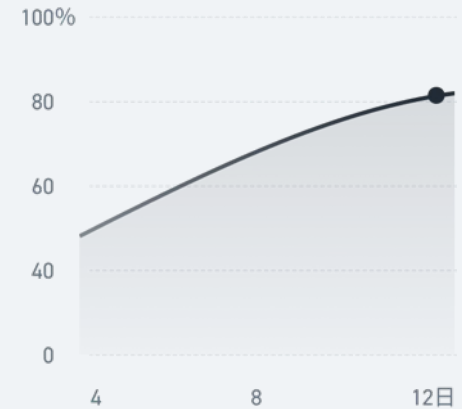
確定形式の方が
1人あたりの応募数が多い

当選可否による応募継続比率



過去当選経験があると
次回以降も参加傾向にある

2回目以降の応募経過日数



再応募の促進は
12日目以降が効率が良い

※デジタルシフト運用実績より

詳しくはこちら

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

<https://engage-mate.jp/article/know-how/line-engagement/>

DIGITAL SHIFT LINE公式アカウントでオフライン接点拡充

飲料メーカー

客との関わりを店頭からデジタルへ
メンバープログラムを開発し**データ獲得領域を拡大**



※画像はイメージです

課題

- 接点が店頭に偏る消費材の顧客体験の再構築をしたい
- 事業戦略に合わせた販促キャンペーンを実施したい

施策

- LINEミニアプリでメンバープログラムを開発
- 取得したデータに基づいたLINE上でのコミュニケーション

成果

- リテールを通さない**顧客との直接的な接点/データの獲得**
- 取得したデータを用いてキャンペーン設計が可能になり、**販促に寄与**

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

DIGITAL SHIFT LINE公式アカウントでオフライン接点拡充

飲料メーカー

継続利用を誘発するメディアサービスを実験
不透明だった必要集客数、費用対効果の試算に貢献



※画像はイメージです

課題

- 顧客との継続的な接点を持ちたい
- 製品と親和性の高いコンテンツでブランドファンを増やしたい

施策

- LINEミニアプリでレシピコンテンツメディア/キャンペーンプラットフォームを展開
- 取得したデータに基づいたLINE上でのコミュニケーション

成果

- ブランド好意度の向上(アンケートを実施)
- PoCを通じて必要集客数・費用対効果の試算に貢献

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

DIGITAL SHIFT

LINE公式アカウントでオフライン接点拡充

アパレル

面倒で登録されなかったを解消
デジタル仮会員証でシームレスに顧客との接点を構築



※画像はイメージです

課題

- 店頭でのユーザー登録が最小限のデジタル仮会員証を実装したい
- 店舗での購買情報を取得し、Push通知やお知らせを最適化したい

施策

- 会員登録不要でポイントを貯められる仮会員証を展開
- 既存の会員管理システムとAPI連携し、LINEミニアプリ上に表示
- CRMツールと連携し、行動データに基づく配信可能な基盤を提供

成果

- 紙の会員カード発行時と比較して**運用コスト減**
- LINEの友だち数、LINEのID連携数、会員数**増加**
- ECサイトへの送客により**EC売り上げ大幅増加**

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

DIGITAL SHIFT LINE公式アカウントでオフライン接点拡充

損害保険ジャパン株式会社

LINEを使った顧客接点の抜本的改革を実施

1-2週間の手続きを30分に、顧客対応の時間を約50%に削減



LINEによる
事故対応チャット

AIによる
修理見積もり額査定

LINEで
給付金申請受付

※画像はイメージです

課題

- コールセンター業務の生産性向上したい
- 見積もりや現場訪問サービスの効率化したい

施策

- ユーザー利便性を考慮のうえ、LINE上で完結する初の試みを実現
- チャットによる事故対応レスポンス速度向上
- 写真機能を活用した現場訪問コストの削減

成果

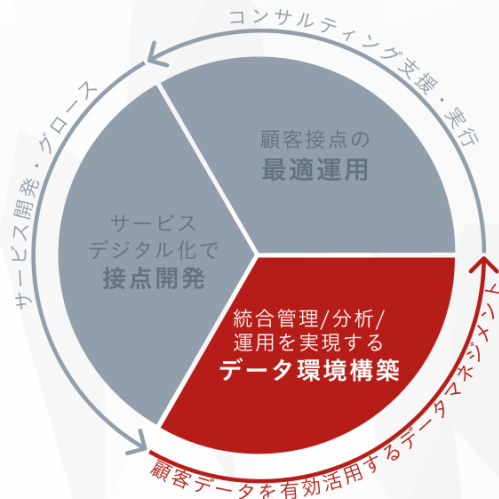
- コールセンターの生産性を大きく改善
- 修理見積もり査定時間を1週間から30秒に大幅削減
- LINEで受付による業界初のUI/UXを実現

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

CX領域におけるクライアント課題

03



01 LINE公式アカウントの
配信パフォーマンスの低下

- ・ 費用対効果の伴う最適な配信設計
- ・ LINE独自のユーザーデータと掛け合わせた分析
- ・ ビジネスマネージャーを活用した拡張施策

02 デジタル上での接点が少なく
施策の実行や改善ができていない

- ・ トーク画面を活用したオフライン行動の取得
- ・ LINEミニアプリを活用したオン-オフ連携のCRM基盤

03 顧客データのサイロ化により
分析・運用にかかる工数が肥大化

- ・ CDP~BI環境構築で一気通貫の
データマネジメント環境の構築サポート

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

顧客データ統合/可視化/分析

株式会社JINS

顧客データのサイロ化により分析工数の肥大化を受け
データ設計・CDP/ダッシュボード構築を一気通貫でご支援

1. データ設計・CDP構築



顧客行動・属性情報を
会員IDに紐付け一元管理

2. ダッシュボード構築



顧客理解や施策の意思決定、
実行を早めPDCAの高速化を実現

※画像はイメージです

本施策による成果

店舗売上 **160%増加**

分析工数 **40%削減**

MA
設定工数 **40%削減**

お問合せ先

株式会社デジタルシフト <https://www.digitalshift.co.jp/contact>

詳しくはこちら
<https://digital-holdings.co.jp/news/20200129/445>

株式会社電通デジタル

<TONARIWA>

『TONARIWA（トナリワ）』は、年間100を超える豊富なプロモーションの実施と、これまでの数多くの運用コンサルティングの実績から得たノウハウを活かし、キャンペーン活用からCRM活用まで、LINE公式アカウントの効果を最大化するための多様なニーズに応えることができるメッセージングプラットフォームとコミュニケーションサービスの総称です。

使いやすい管理画面や、Web側の情報を取得するLINEログインリダイレクターなどの基本機能が充実しているとともに、第三者による脆弱性診断で高評価をいただくなど、セキュリティリスクの軽減にも努めています。

CRMやEC連携に欠かせない他社MAツールとの連携実績も多数あり、広告主様の事業課題に沿った最適なLINEを用いたコミュニケーションを実現できます。



お問合せ先

株式会社電通デジタル https://pages2.dentsudigital.co.jp/contact/form/inquiry?page_id=/contact/

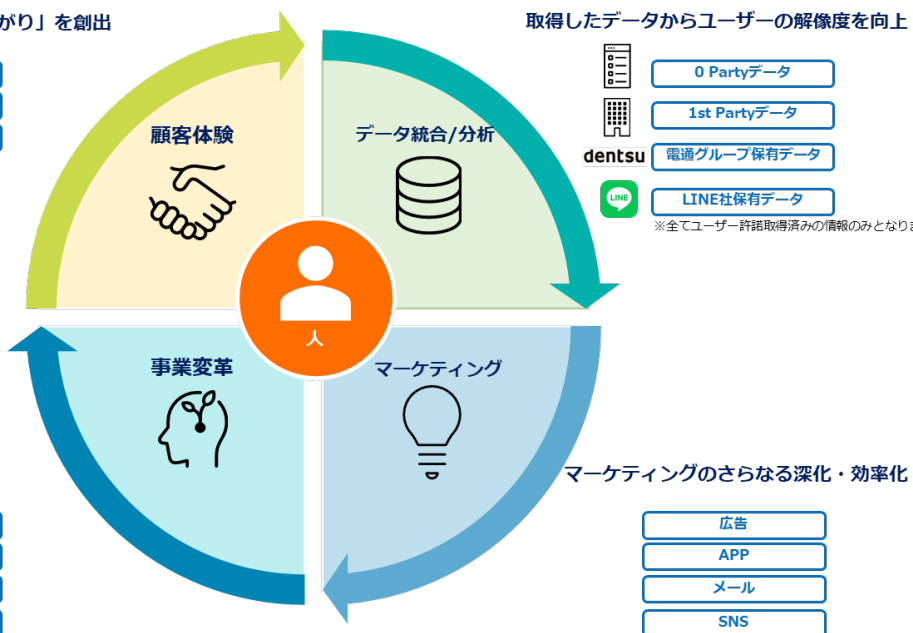
企業・ブランドと顧客の関係強化を重視したCX設計

LINEを起点とした様々な顧客体験の中で、データを取得しながら顧客との中長期的なつながりを構築します。新規顧客・既存顧客共通の「企業・ブランドとの強固なつながり」をつくることを重視し、すべての接点を企業・ブランドとの絆強化と捉えて顧客体験を設計します。さらに、データクリーンルームを活用し、1st PartyデータやLINE社保有のデータを統合し、効果的な体験設計をご提案します。

※全てユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。

様々な顧客接点から「深いつながり」を創出

- LINEミニアプリ
- LINE公式アカウント
- キャンペーン



<体験設計の5つのステップ>

①データ起点の顧客理解

行動・意識データから友だちの候補となるユーザーを探る。

②友だち獲得

多様な手段の中から最適な友だち獲得手法を選定。

③体験設計

ブランドとの絆を育むデュアルファネルの体験を設計。

④量的拡大

体験設計から得られたデータや外部データを合わせて友だちを再拡大。

⑤データ連携でさらなる改善

1st Partyデータと連携することでリテンション施策そのものを改善。

お問合せ先

株式会社電通デジタル https://pages2.dentsudigital.co.jp/contact/form/inquiry?page_id=/contact/

CX戦略

戦略立案から運用まで、 一気通貫でCX領域をサポートできる体制

電通デジタルには、戦略立案から運用まで、それぞれの領域に特化したプロフェッショナルなメンバーが数多く在籍しております。

<プランニング領域>

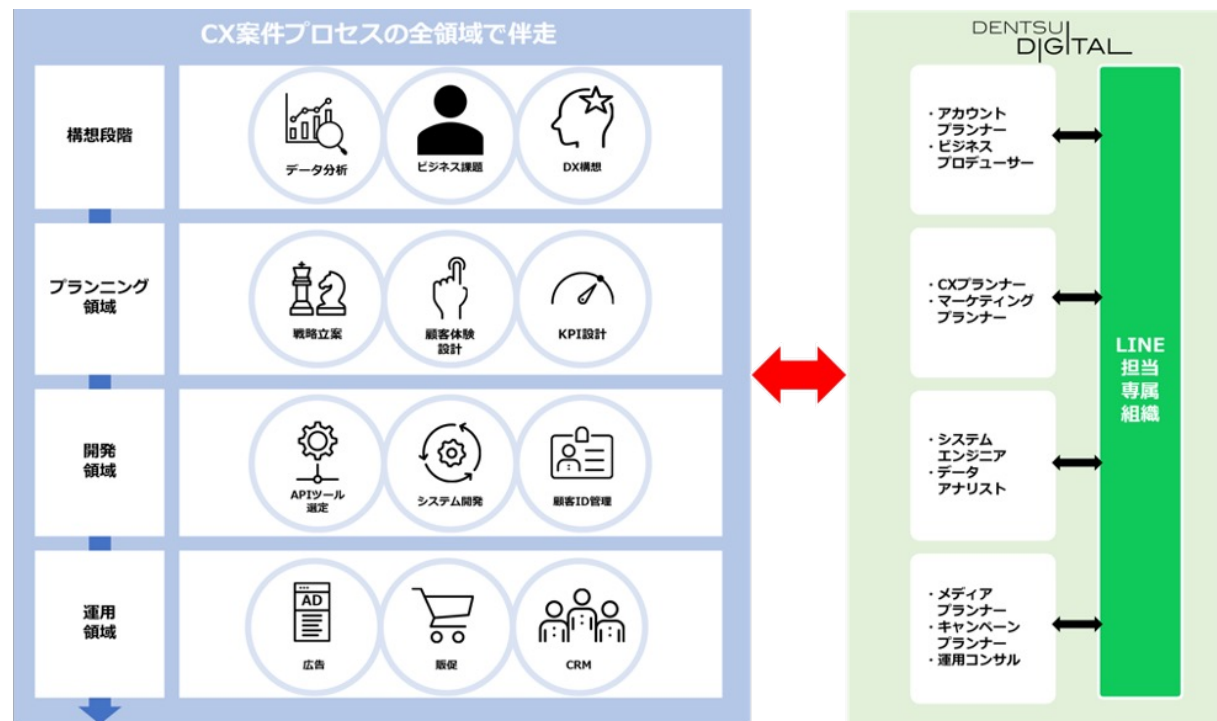
LINEやクライアントデータなどのアセットを活用した分析から、CX領域における全体構想、戦略立案から運用設計、施策実施までを幅広くリード。

<開発領域>

クライアントデータの基盤構築、およびLINEのソリューションとの連携などを設計。

<運用領域>

メッセージ配信などの実運用を行い、クライアントの事業に貢献。



この各領域のプロフェッショナルのハブとなるLINE担当専任組織が支援することで、戦略から運用まで断絶することなく、一気通貫したご提案ができる体制を構築しております。さらに、電通グループとの連携により、データ利活用やデジタル販促など、あらゆるマーケティング課題に対してもソリューションの提供が可能です。

お問合せ先

株式会社電通デジタル https://pages2.dentsudigital.co.jp/contact/form/inquiry?page_id=/contact/

<独自のAPIツール>

独自のAPI連携ツールを保有し、 データ活用領域で実績多数

多様な顧客体験を創出するためツールやデータを活用したソリューションを提供。

<独自のAPIツール「TONARIWA」>

「TONARIWA」は認知～来店施策～売上促進～CRM全てのファネルに対応し、外部ツールとの連携も可能。良質な顧客体験設計のために最適なコミュニケーションプランを提供します。

<豊富なデータ活用実績>

LINEを活用したデータクリーンルーム実績 業界トップ！1st Partyデータ×電通グループ保有データ×LINE社保有データを統合・分析し、マーケティングに活用することでユーザー体験の最大化が図れます。

※全てユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。



<LINEにおけるデータクリーンルーム活用の概念図>

※外部データパートナー例として電通グループの場合を記載



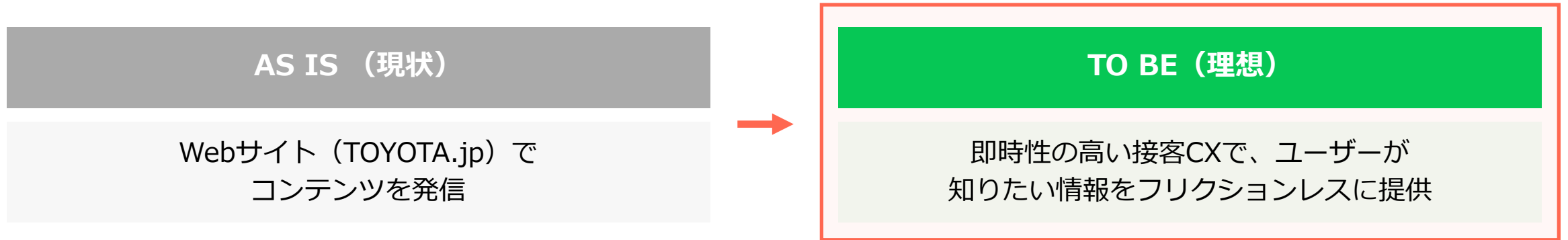
※分析・広告配信に利用する個人情報は、事業会社様にてユーザーから適切な同意を取得したものに限りです。

お問合せ先

株式会社電通デジタル https://pages2.dentsudigital.co.jp/contact/form/inquiry?page_id=/contact/

導入事例紹介：トヨタ自動車株式会社

CX領域におけるクライアント課題



**3,000万人の友だちを有する
LINE公式アカウントでの接客 (CX) を実現**

※友だち数は2023年10月12日時点

お問合せ先

株式会社電通デジタル https://pages2.dentsudigital.co.jp/contact/form/inquiry?page_id=/contact/

課題を受けての実施施策

ユーザーが欲しい情報を即時性の高いLINE上での接客CXで提供

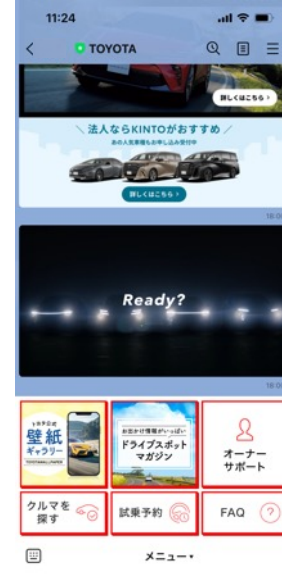
簡単に車種検索



近くの店舗をシームレスに検索し 試乗・来場予約



アカウントの魅力醸成 興味関心の拡大



マッチするドライブスポット情報を紹介！

お問合せ先

株式会社電通デジタル https://pages2.dentsudigital.co.jp/contact/form/inquiry?page_id=/contact/

株式会社サイバーエージェント

「CA-Link」の主な機能



企業のLINE公式アカウントでパーソナライズされたメッセージを配信することが可能です。

- LINEのID連携することで企業がお持ちの顧客データを活用した配信
- アンケートを実施することで、ユーザーの属性データを活用した配信
- Webの閲覧・行動データを活用したリターゲティング配信
- メッセージやリッチメニューにおけるABテスト検証

多様な業種への導入実績があり、その運用ナレッジを活かして各企業様にあった施策をご提案し、LINEを通じた販促活動を支援します。

お問合せ先

株式会社サイバーエージェント <https://www.cyberagent.co.jp/form/id=4>



デジタル領域の豊富な知見と技術を活用し、最高の顧客体験を実現

サービス利用者の顧客満足度や企業ロイヤルティを向上させるため、最適な顧客体験を定義し、顧客中心の体験設計および、その体験設計によるPDCAから得られた知見を生かして、更なる顧客体験の向上を実現します。

お問合せ先

株式会社サイバーエージェント <https://www.cyberagent.co.jp/form/id=4>

クライアントへの提供体制



CX向上における、
各専門分野を集結したチームをお客様ごとに編成

企業様に、業界に精通した営業担当者を筆頭に、LINEの取扱高No.1代理店* 1である当社のLINEコンサルタントのスペシャリストをはじめ、以下各ジャンルのスペシャリストが担当します。

- データ統合（基盤構築）
- データの可視化
- 分析（ダッシュボード構築）
- 最適な顧客体験設計（ABテストやパーソナライズ）
- AI活用による予測モデル構築
- 顧客セグメントの未来予測
- 配信最適化の設計 等々

* 1 「LINE Biz Partner Program」の「Sales Partner」において5期連続「Diamond」を受賞

お問合せ先

株式会社サイバーエージェント <https://www.cyberagent.co.jp/form/id=4>

強み



LINE取扱い実績NO.1の豊富なナレッジ

「LINE Biz Partner Program」の「Sales Partner」において5期連続「Diamond」受賞

進化の早いインターネット広告業界で、広告効果の最大化を強みに国内トップシェアを誇ります。

広告販売にとどまることなく、AI を活用したテクノロジーや3DCG等の最先端技術を駆使したクリエイティブ制作をはじめ、
参入したDX事業では、デジタル領域における知見や技術力を応用し、社会課題の解決に向けたDXの推進に取り組んでおり、
そこで得た知見をLINEのセールspartner No.1の当社が、ユーザー体験の向上へ繋げていきます。

お問合せ先

株式会社サイバーエージェント <https://www.cyberagent.co.jp/form/id=4>

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ
デジタル・アドバタイズ・コンソーシアム株式会社

MESSAGING



リプライ配信

ユーザーのコメントに対して、キーワード応答やチャットボット・AIを活用した自動レスポンスを行い、ユーザーのニーズに合わせて最適な回答・情報を提供することができます。



プッシュ配信

アカウントと友だちになったユーザーに対し、LINE内で取得したデータや外部から連携した顧客データ、セグメント情報を用いてターゲティングメッセージを配信することができます。



コンテンツ管理

豊富なテンプレートを用いて様々なメッセージ送信やリッチメニューの最適化が可能です。会員証や店舗検索などの様々な機能を実装し、アカウントをオウンドメディアとして活用できます。

DATA



流入経路データ

タッチポイント別に友だち追加用QRコードを振り分けることで取得できるユーザーの流入経路データ



トラッキングデータ

LINE企業アカウントおよび遷移後のWEBサイトで収集されるユーザーの行動データ



アンケート収集データ

属性や嗜好、商品興味等に関するアンケートを行うことで得られるユーザー情報



顧客データ(インポート)

購買履歴や登録情報、店舗やWEB行動ログ等、企業が保有するCRMデータ



外部データ

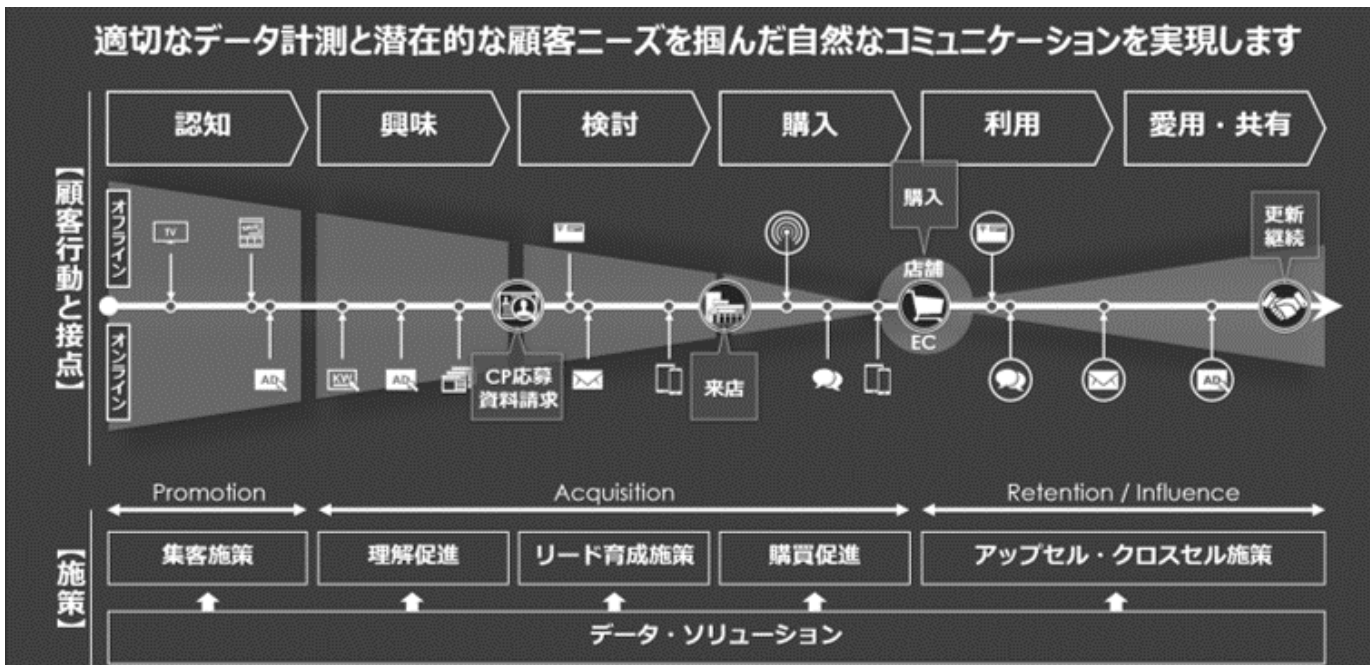
企業がLINEやCRM施策を通じてでは独自に収集できない3rdパーティのデータ

DialogOne®ではLINE公式アカウントを活用するために様々な機能を用意しています。

リプライメッセージの登録、アンケート作成、トラッキング機能などの一般的な機能については管理画面から直感的に設定が可能です。

また、LINEが提供するMessaging APIのアップデートに随時対応しており、多彩な配信フォーマットを活用してリッチな配信を簡単に行っていただけます。

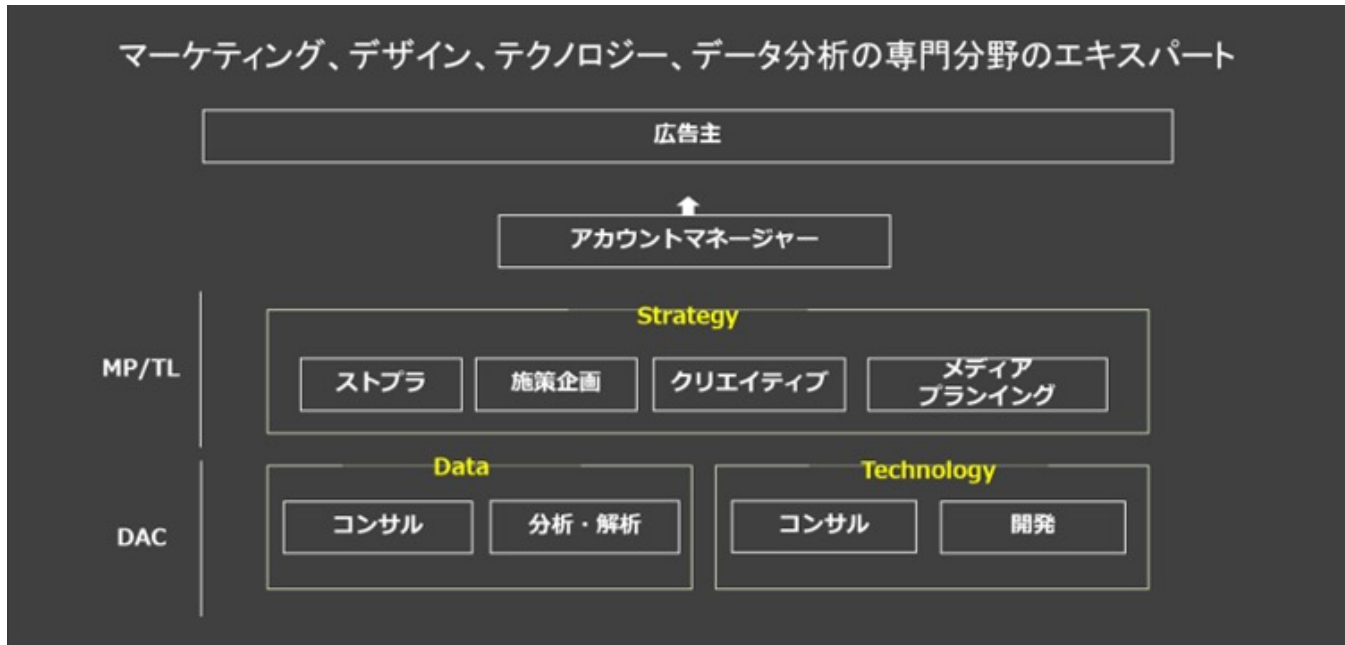
フルファネルでデータを捉え最適なパーソナライゼーションを実現



- ・顧客接点とデータ取得
フルファネルでマーケティングを捉え、オンライン・オフライン問わず顧客接点からのシームレスなデータ取得を実現し、一貫した体験を享受できるような基盤を整えます。
- ・データドリブンなアプローチ
データを活用して顧客の行動や傾向を理解・分析し、コミュニケーションに活かします。
- ・パーソナライゼーション
テクノロジーを活用して、顧客のニーズや嗜好に合わせた個別化されたコンテンツやオファーを提供することで、顧客のエンゲージメントを向上させます。
- ・個別ソリューション開発
必要なソリューションや機能を個別に開発し、ユーザーの声を拾いながらシステムの改善を行っていきます。

クライアントへの提供体制

各領域のエキスパートが集結し CX実現をサポート



- ・ストラテジーチーム
コミュニケーションやメディアプラン、クリエイティブの戦略企画立案と全体推進を行います。

- ・データチーム
施策効果や顧客データの分析によって評価し、改善の提案を行います。

- ・テクノロジーチーム
データ取得やコミュニケーションに必要なテクノロジーを検討し提案します。また、個別にカスタマイズ開発を行います。



Technology PartnerとしてDialogOne®提供開始当初から、常に最上位ランク認定を受けている。
さらに、各種認定バッジについてもパートナー企業で最多数を獲得。



- 1 データクリーンルーム・ソリューション活用によるコミュニケーションの進化
- 2 様々なインフラシステム構築での高い実績
- 3 各種のアカウント動向と投稿データの独自データベース
- 4 グループ内のチーム連携によるペイドとオウンドの統合的な運用

※ 2020年02月「Technology Partner」「コミュニケーション部門」における「Diamond」認定
https://www.dac.co.jp/press/2020/20200227_lineaward

お問合せ先

[デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社]
[<https://solutions.dac.co.jp/dialogone>]

Technology Partnerとして常に 最高評価、バッジ獲得数最多

- ・専門コンサルタント多数在籍

国内でも有数のCX事例を構築し、かつ先進的なテクノロジーを活用したアカウント運用を得意としています。戦略～運用、開発まで一気通貫したサポート体制やデータソリューションなど多角的なテクノロジー活用が強みです。

- ・データクリーンルーム

LINEのデータクリーンルームを利用できる数少ない代理店です。HDYが取り扱う生活者データと掛け合わせることで、テレデジ・オフライン行動の効果やユーザーのインサイトなどを可視化し、適切なマーケティング施策につなげることができます。分析手法の立案から実行まで対応します。

Thank You