

# LINE公式アカウント分析レポート

UpLeader | 株式会社アップリーダー  
 「リアルな価値を届ける」を支援するDX会社

〇〇店〇〇〇駅前店様

✓ 総合評価、各項目の評価で、現状の評価・改善ポイントから強み・弱み・改善提案をご確認ください。

### 評価の見方

- ・ 総合評価ポイント：各項目評価から総合的な評価ポイントを表示。
- ・ 3.0を超えると標準以上、4.0を超えると優秀、4.5を超えると非常に優秀なレベル。
- ・ 各項目評価：星5、4、3、2、1の5段階評価。
- ★★★★★ 5星：優れている
- ★★★★ 4星：あり
- ★★★ 3星：未活用
- ★★ 2星：やや不十分
- ★ 1星：不十分

### 総合評価

#### 【評価ポイント】

LINEには多くの機能があります。これらは全てを使いこなす必要はなく、業種や運用の目的に即して必要なものを利用して行く形が良いでしょう。評価を行うにあたって、LINE公式アカウントの基本機能（鉄板の機能）をまずはしっかりと運用しているか、という点を確認させて頂きました。

そのうえで、さらに応用的な運用方法（顧客管理や業務効率化等）についてもご提案しています。まずは不十分な点から一つずつご確認頂き、改善に取り組んで頂けると幸いです。（基本的な取り組みをしっかりと行うだけで、評価は3-3.5程となります）

#### 総合評価ポイント

2.8

5.0ポイント中

#### 【今後の改善ポイント】

友だちの数が2,000人以上と一定の規模になっていますが、基本機能の設定がまだ未完了な状態となっております。あいさつメッセージやプロフィールの充実などは一度行ってしまえば後は自動で友だちに対して効果を発揮するため、ぜひ優先的に取り組んでもらえると良いかと存じます。また、顧客管理及び管理のための業務効率化が図られていない点も惜しいと感じました。LINE上の「友だち」はXやInstagramであなたの店舗を見かけたライトな潜在層とは異なり、あなたのお店により高い関心を持っている層と言えます。そのため友だちへの案内を充実させて、顧客管理をしっかりと行うことで、初回来店に繋がる可能性が高いと言えます。さらに関係を深めることで、リピーター化、お店の熱心なファンになってくれることもあります。友だちとの関係を深めていく施策をぜひ実践してみてください。改善案で記載したことは基本的にはコストもかからず、工数についてもさほど多くを要しないものとなります。これらを実行することで、広告費を多くかけずに着実に売上の底上げに繋がって行くでしょう。そのうえで、より売上を伸ばしたいと感じたなら、そのタイミングでLINEマーケティングツール等を導入して顧客管理を徹底していくのが良いでしょう。

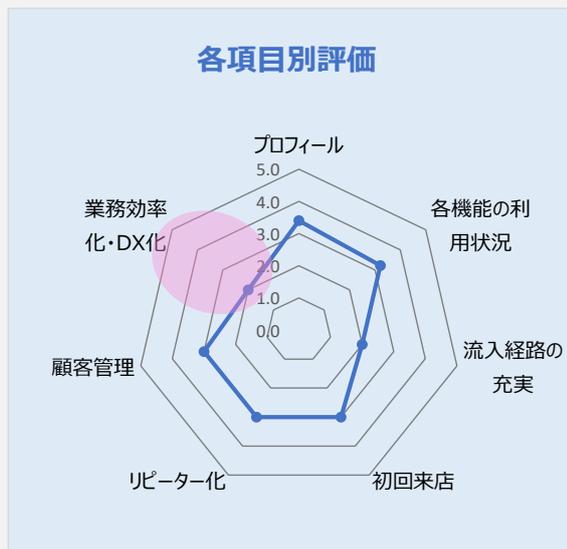
もし改善案を実行できる人手が足りない、手取り早く依頼してしまいたい、とお考えならぜひお気軽にご相談下さい。オンラインチャット等で無料相談を受け付けております。

最後までお読み頂きありがとうございました。

### 各項目別評価

各項目	評価ポイント	評価
1 プロフィール	3.4	★★★★☆
2 各機能の利用状況	3.2	★★★★☆
3 各施策の取り組み状況		
3-1 - 流入経路の充実	2.0	★★☆☆☆
3-2 - 初回来店	3.0	★★★★☆
3-3 - リピーター化	3.0	★★★★☆
3-4 - 顧客管理	3.0	★★★★☆
3-5 - 業務効率化・DX化	2.0	★★☆☆☆

※星評価：四捨五入



現状の弱み

## 1. プロフィール

評価平均	★★★☆☆	3.4
------	-------	-----

※星評価：四捨五入

項目	現状の評価		現状分析/今後の改善
1 友だち数	2,420人		
2 認証の有無	あり	★★★★	
3 アイコン設定	あり	★★★★	
4 背景設定	あり	★★★★	
5 ステータスメッセージ	あり	★★★★	
6 全体の充実度	不十分	★	<p>プロフィールには友だちになっていない人たちがいるため、以下のような情報を盛り込むと良いです。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>友だち追加したらどのような特典が得られるのか？（限定情報を受け取れる、クーポンがもらえる等）</li> <li>お店の用品の定番メニューを商品リストとして見やすく並べる。</li> <li>EC販売も行なっているため、その案内バナーも1枚用意して設置する。</li> <li>友だち追加してね、という案内をわかりやすく入れる。</li> </ul>

## 2. 各機能の利用状況

評価平均	★★★☆☆	3.2
------	-------	-----

※星評価：四捨五入

項目	現状の評価		現状分析/今後の改善
1 あいさつメッセージ	あり	★★★★	
2 あいさつメッセージ充実度	不十分	★	<p>あいさつメッセージがテンプレートのみとなっているためもったいない。あいさつメッセージは最大三つ吹き出しを盛り込めて、メッセージ料金はかからないため以下のような内容を盛り込むことを強く推奨します。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 友だちに最初のアクションを起こしてもらえそうな「アンケート」や「お願い」 <ul style="list-style-type: none"> <li>本LINE公式アカウントは無料のコミュニケーションプラン又は月5,000円のライトプランで運用を行っていると思われるため、なるべく配信コストを下げた運用する方法をご紹介します。</li> <li>登録時にアンケート（リサーチ）機能を使って、性別やお住まいの地域、について回答してもらいましょう。回答後に初来店クーポンをプレゼントすると回答率が上がります。</li> <li>回答に応じて、友だちをタグ付けしましょう（地域ごとに）。こうすることで最寄りの店舗情報をお近くの友だちにだけ絞って配信を行うことが可能となります（配信コスト削減）</li> <li>特にTwitterから友だち登録をした人はお近くに店舗がない場合もあります。それらを詳細に分類することが顧客管理の第一歩となります。</li> </ul> </li> <li>✓ 最初のテキストメッセージを友だちに送ってもらう工夫を入れる <ul style="list-style-type: none"> <li>LINE公式アカウント単体の運用の場合は、友だちになってもらっても、こちらから友だち情報を把握することが出来ません。そのため、あいさつメッセージに「リッチ画像メッセージ」を案内して、タップしたらテキストが友だちから返答されるという運用にすると良いかも知れません。このような運用方法はあいさつメッセージだけでなく、リッチメニューでも同様に運用が可能です。</li> </ul> </li> </ul>

項目		現状の評価		現状分析/今後の改善
3	リッチメニュー (デザイン性)	優れている	★★★★★	<p>オシャレでお店のイメージがしっかりと伝わってくるリッチメニューで非常に良いと思います。商品メニューページへのリンク、店舗情報ページへのリンク、ECショップへの誘導と必要な情報を盛り込んでいます。</p> <p>ただ、あいさつメッセージでも触れた通り友だちからのアクションを促す仕組みが構築されていないため、顧客管理がやや不十分と言えます。</p> <p>他の運用アカウントなどと同様に以下の仕組みを導入してみるのはいかがでしょうか。</p> <p>1、以下のように運用変更：            現状：メニューをタップ ⇒ リンク先へすぐ遷移（リンク先へすぐ移動すると驚く人もいる）            変更案：メニューをタップ ⇒ 友だちから「定型テキスト」が返信されるように設定 ⇒ その定型テキストに対して自動応答メッセージが回答されるように設定 ⇒ そのメッセージの中にリンクのURLを記載しておく</p> <p>上記のようにすることで、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・友だちがリンク移動することを事前に知ることが出来る</li> <li>・LINE公式アカウントだけの運用の場合、友だちとチャットすることが出来るようになる（タグ付けも可能に）</li> </ul> <p>この仕組みはメッセージコストがかからないため、料金的な負担はありません（自動応答メッセージが無料のため）</p>
4	リッチメニュー (運用方法)	やや不十分	★★	<p>オシャレでお店のイメージがしっかりと伝わってくるリッチメニューで非常に良いと思います。商品メニューページへのリンク、店舗情報ページへのリンク、ECショップへの誘導と必要な情報を盛り込んでいます。</p> <p>ただ、あいさつメッセージでも触れた通り友だちからのアクションを促す仕組みが構築されていないため、顧客管理がやや不十分と言えます。</p> <p>他の運用アカウントなどと同様に以下の仕組みを導入してみるのはいかがでしょうか。</p> <p>1、以下のように運用変更：            現状：メニューをタップ ⇒ リンク先へすぐ遷移（リンク先へすぐ移動すると驚く人もいる）            変更案：メニューをタップ ⇒ 友だちから「定型テキスト」が返信されるように設定 ⇒ その定型テキストに対して自動応答メッセージが回答されるように設定 ⇒ そのメッセージの中にリンクのURLを記載しておく</p> <p>上記のようにすることで、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・友だちがリンク移動することを事前に知ることが出来る</li> <li>・LINE公式アカウントだけの運用の場合、友だちとチャットすることが出来るようになる（タグ付けも可能に）</li> </ul> <p>この仕組みはメッセージコストがかからないため、料金的な負担はありません（自動応答メッセージが無料のため）</p>
5	ステップ配信	未活用	★★★	<p>商品単価や友だちの数を考慮して、無料運用していると思われるためステップ配信は必ずしも必要ないと思います。現状のままでも問題はないでしょう。</p> <p>もし月の配信数に余裕がある場合は、シナリオを考えて初来店を促すためのステップ配信を試してみるのも良いでしょう。</p>

項目		現状の評価		現状分析/今後の改善
6	クーポン・サンプル配布	未活用	★★★	<p>現状は定期的なイベントの案内に終始しているため、初来店を促す施策が弱いと感じました。最初の来店には一定の心理的ハードルがあるため、足を運ぶきっかけ作りをするのが良いと思います。</p> <p>きっかけ作りの例：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・友だち追加特典クーポンを配布する（アンケートなどと組み合わせるのも良い）</li> <li>・ショップカードを作ってもらい、初回来店のモチベーションを上げてもらう</li> <li>・ショップカード発行を行った場合は、期限が迫ったらリマインドを送るような仕組みも導入しておく</li> <li>・最寄り店舗への道案内の動画などを準備して、来店イメージを持ってもらうのも良い。他にもGoogleマップ上にあるストリートビューの案内などをする方法もある。</li> </ul>
7	ショップカード	未活用	★★★	<p>ショップカードは特に重要な初回来店だけでなく、2回目3回目の来店動機を作るためにもぜひ活用頂きたい機能です。4回目までの来店に成功した顧客はその後定期的に足を運んでくれるようになるため、リピーター化までの具体的な施策はしっかりと行うことをおすすめします（重要！）</p>
8	リッチメッセージ	優れている	★★★★★	<p>オシャレな写真と共にメッセージが届いてGOODです！</p>
9	リッチビデオメッセージ	未活用	★★★	<p>動画は制作工数も多いため、定期的に作ることは難しいかも知れませんが、せめてお店を紹介するPVや道案内動画など、長く利用できる動画をいづらか制作しておくのは良いかと思います。LINE公式アカウントだけでなく、他SNSでも利用でき、見込み客への強力なアピールに繋がります。</p>
10	カードタイプメッセージ	あり	★★★★★	
11	自動応答	未活用	★★★	<p>テンプレートのみ返答される状態です。</p> <p>LINEチャットは利用していない場合も、メッセージを送ってくる友だちが少しはいます。そのため問い合わせを自動化する観点からもキーワードベースで自動応答設定をしておくことをおすすめします。例えば、問い合わせをHPやECショップの窓口に集約したい場合なども、自動応答メッセージで誘導することが可能です。</p>
12	アンケート	未活用	★★★	<p>上述の通り活用をおすすめします。</p>
13	LIVE VOOM投稿	優れている	★★★★★	<p>写真付きで定期的な投稿をしているため◎</p> <p>投稿はLINE公式アカウントが活発に活動をしているかを外部から分かるようにするためにも必要。VOOM専用の投稿を行う必要性は高くないが、XやFacebookの投稿と併せて同内容を案内していることから、工数をかけずに最低限運用出来ていると言える。</p>
14	その他機能の活用	不十分	★	<p>ECショップを運用している事業者は、LINE公式アカウントの情報と紐づけを行って顧客管理を強化していく施策が考えられます。その場合はLINEログイン機能を利用するため、LINEマーケティングツールやLINEアプリを検討する必要が生じます。リピーター化の強化をお考えの場合は、ぜひご検討ください。</p> <p>現在の友だち数の規模を考えると、LINEマーケティングツールを導入して顧客管理の強化とリピーター化を行って行く方が良いと考えています。新規顧客を獲得するためのコストと比べるとLINE公式アカウントでのリピーター化の促進は全体コストが安くなるかと思っておりますので、費用感を詳細に知りたい場合は、ぜひ一度直接お話しさせて頂ければと思います。お問い合わせは以下よりお気軽にどうぞ！</p>

### 3. 各施策の取組み状況

評価平均	★★★☆☆	2.6
------	-------	-----

※星評価：四捨五入

項目		現状の評価		現状分析/今後の改善
1	流入経路の充実	やや不十分	★★	<p>HPやXでの案内、店舗案内は実施しているため友だちが自然増加している状態かと思われます。より友だちを増やすためには、上述したような各施策を行うのがよいでしょう。ちょっとした改善が大切です。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ プロフィール欄充実</li> <li>✓ クーボンの活用</li> <li>✓ QRコードでの分かりやすい案内</li> <li>✓ 広告用チラシなどを配布している場合は忘れずに案内を載せましょう。</li> </ul> <p>またどこから流入してきたかを把握するために、各チャネルごとに発行するURLを変えることをおすすめします（友だち追加経路を設定）</p>
2	初回来店	未活用	★★★	クーポンやショップカード等の施策をご検討ください。
3	リピーター化	未活用	★★★	クーポンやショップカード等の施策をご検討ください。
4	顧客管理	未活用	★★★	タグ付け等が行われていないため、友だちの情報がほとんど入手出来ていない状態かと思われます。上述した施策で友だち情報の取得とタグ付け管理を行って行くことをおすすめします。
5	業務効率化・DX化	やや不十分	★★	LINE公式アカウントのみの場合は業務効率化は図れていない、ただ顧客管理も行われていないため、アカウント運営には最低限の工数のみ充てていると思われます。より効果を実感するためには、LINEマーケティングツールの導入やタグ付け管理などをご検討ください。

# LINE公式アカウント分析レポート

## ■お見積り（税込）

1	LINE公式アカウントのみ構築 ※別途、LINE公式アカウントの利用料がかかります。	100,000円
2	Lステップやエルメなどのマーケティングツール構築 ※別途、LINE公式アカウントとLINEマーケティングツールの利用料がかかります。	140,000円
3	LINE公式アカウント運用代行	50,000円/月額

このようなご支援が可能です！お問合せは下記メールから。

- 下記に記載のLINE公式アカウントの改善
- 新たにLINEマーケティングツールを導入する際の支援
- 顧客管理を徹底してリピーター率をもっと向上させたい！といった依頼
- 現場の働き方から変更するLINE公式×DX化への取組み提案やご支援

## ■担当者情報

	<p>集客支援コンサルタント、リアル店舗のWEB集客を支援する会社「株式会社アップリーダー」を運営。SEO対策支援やLINE公式アカウントの構築・導入支援を中心に行っている。VRスタートアップ会社にて働いていたこともあり、ストリートビューの撮影・導入支援もサポート可能。</p> <p>趣味は読書と散歩、脳波デバイスで瞑想するのが好き。渋谷区在住</p>
氏名	岡林 伸男
Facebook	<a href="https://www.facebook.com/okabayashi.nobuo.1/">https://www.facebook.com/okabayashi.nobuo.1/</a>
Chat work	<a href="https://www.chatwork.com/okabayashi_n">https://www.chatwork.com/okabayashi_n</a>
企業HP	<a href="https://www.upleader.jp/">https://www.upleader.jp/</a>
連絡先アドレス	<a href="mailto:okabayashi@upleader.jp">okabayashi@upleader.jp</a>