

【LINE】LINEの店頭販促ソリューション「LINE SP Solutions」、新たにキャンペーンプラットフォーム「LINEマイルージ」の提供を開始

2017.12.18 法人向けサービス

※2019年7月17日追記：LINEマイルージの抽選型キャンペーンは、2019年7月16日(火)をもちまして現行のパッケージメニューの販売を休止いたしました。

詳細はこちら（<https://www.linebiz.com/jp/news/20190717/>）をご確認ください。

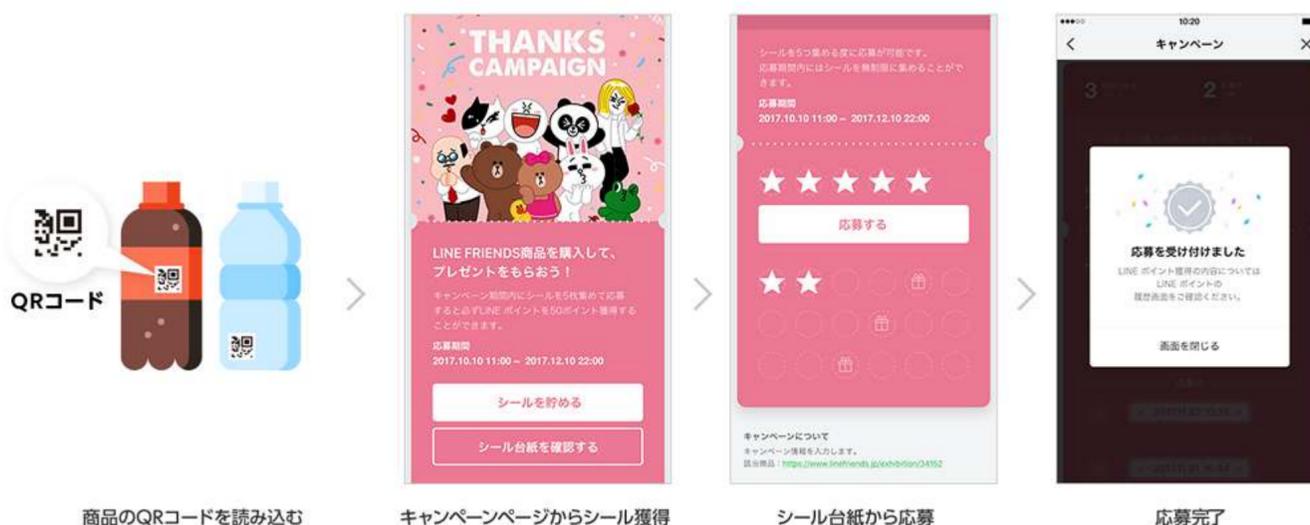
店頭購入した商品から、「LINE」を利用したキャンペーン応募を実現

LINE株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：出澤 剛）は、同社が運営するコミュニケーションアプリ「LINE（ライン）」および「LINE」関連サービスを活用した店頭販促ソリューション「LINE SP Solutions」の第二弾として、「LINEマイルージ」の提供を開始いたしましたので、お知らせいたします。

LINEでは、「LINE」及び「LINE」関連サービスを活用することで、店頭オペレーションの軽減や店頭POPの削減、キャンペーン参加の促進、購買行動の把握といった店頭販促における課題を解決することを目的に、店頭販促に特化したソリューション「LINE SP Solutions」を提供しております。

この度、「LINE SP Solutions」の第二弾として、店頭でのキャンペーン応募を「LINE」を通じて行う、キャンペーンプラットフォーム「LINEマイルージ」の提供を開始いたしました。

「LINEマイルージ」実施イメージ



「LINEマイルージ」は、店頭購入した対象商品からユニークQRコードを読み取ることで、「LINE」上での簡単なキャンペーン応募を実現する、複数購買や継続購買の訴求に適したキャンペーンプラットフォームです。LINE 公式アカウントがない場合でも、応募と同時に、月間6,500万人が利用する*「LINE」のタイムライン上でシェアされるため、応募者以外の「LINE」ユーザーに向けたキャンペーン認知も実現できます。また、応募時のフローに、LINE公式アカウント等の友だち追加やブロック解除といった条件をオプションで追加することで、後追いプロモーションも可能となります。すでに大手飲料メーカーを中心とした複数社での実施が決定しており、2018年より順次展開を進めてまいります。

*2017年9月末時点

「LINE SP Solutions」では今後、「キャンペーン実施」→「参加状況の把握」→「後追いプロモーション」→「次回施策の案内」といった流れを「LINE」内で全て完結させ、消費者の行動把握から1to1リーチまで、一貫通貫での実施が可能な店頭販促特化型ソリューションとして成長を続けてまいります。

LINEでは、今後も様々なサービスを通じて、企業とユーザーの双方にとって価値のある情報接点を提供し、コミュニケーションインフラとして多様な活用の可能性を広げてまいります。

<「LINE SP Solutions」について>

「LINE SP Solutions」は、「LINE」及び「LINE」関連サービスを活用することで、店頭オペレーションの軽減や店頭POPの削減、キャンペーン参加の促進、購買行動の把握といった店頭販促における課題を解決することを目的とした、店頭販促特化型のソリューションです。個社個別のカスタマイズ型ではなく、汎用パッケージ化することで、シンプルな価格・仕様での提供を実現しました。「LINE」及び「LINE」関連サービスの活用によって、飲料・食品等を中心としたメーカーと流通小売店舗、一般消費者の三者を繋ぎ、新たなコミュニケーション接点を創出します。現在、「LINE サンプルング」、「LINEマイルージ」といったパッケージメニューを提供しています。

「LINE SP Solutions」ご利用に関する 各種お問い合わせ先： dl_isspt@linecorp.com

