

【LINE】「LINE Ads Platform」に新メニュー、 アプリの休眠ユーザーを掘り起こす「リエンゲージメント」の提供を開始

2018.04.10 法人向けサービス

アプリインストール済みの休眠ユーザーに向けて広告を配信し、アプリの再起動を促進

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」および「LINE」関連サービスを対象とした運用型広告配信プラットフォーム「LINE Ads Platform」において、新メニュー「リエンゲージメント」の提供を開始いたしましたので、お知らせいたします。

「LINE Ads Platform」は、「LINE」および「LINE」関連サービスを対象として、2016年6月から「LINE」のタイムライン及び「LINE NEWS」サービス内での広告配信の本格運用を開始いたしました。現在は「LINEマンガ」、「LINE BLOG」上でも配信されており、以来、2018年1月末時点で約4,000の企業・ブランドに利用されております。

この度、「LINE Ads Platform」では、アプリの休眠ユーザーを掘り起こす新メニュー「リエンゲージメント」の提供を開始いたしました。

■アプリインストール後、3日で8割のユーザーが休眠

モバイルアナリティクスのQuettra社によると、「Google Playにおける全てのアプリの平均継続率」において、平均継続率は翌日50%、3日後20%、30日後で10%となり、毎日獲得している新規ユーザーにおいては、3日後には約80%が休眠していることになることが明らかになっています。

新メニュー「リエンゲージメント」は、このような一度は興味を持ったが離反してしまった休眠ユーザーに向けた復帰アプローチ（リエンゲージメント）を実施できるメニューです。企業・ブランドにとって休眠ユーザーは、そのアプリに一定以上の興味関心を持つ重要な存在であるため、新規ユーザーの獲得だけでなく休眠ユーザーの復帰を実現することで、より効率的・継続的にアプリにおける売上を最大化することが可能になります。

「LINE Ads Platform」の「リエンゲージメント」では、アプリの休眠ユーザーに向けて「LINE Ads Platform」の配信面上で広告配信を行い、当該アプリの再起動を促します。



LINEでは、今後も様々なメニューを通じて、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 Ads Platformについて> <https://linebiz.jp/service/line-ads-platform/>

「LINE Ads Platform」は、LINE株式会社が運営するコミュニケーションアプリ「LINE」関連サービスを対象とした運用型広告配信プラットフォームです。2016年6月から「LINE」のタイムライン及び「LINE NEWS」サービス内での広告配信の本格運用を開始いたしました。現在は「LINEマンガ」、「LINE BLOG」上でも配信されており、以来、2018年1月末時点で約4,000の企業・ブランドに利用されております。

広告主が専用の管理画面から予算・期間・ユーザー属性・クリエイティブ等を登録・入札し、「LINE Ads Platform」のシステムにより広告が選定され、ユーザーに表示されます。運用型配信システムに切り替えることで、これまで枠数や予算上「LINE」上に出稿できなかった企業も広く利用が可能になり、また、広告の表示有無やその効果等を細かく確認・検証しながら運用することができるため、予算が限られているプロモーションへの対応や、売上予測や目標達成度等に合わせた配信が可能になります。

「LINE Ads Platform」ご利用に関する 各種お問い合わせ先：lap_req@linecorp.com

・「LINE Ads Platform」公式サイト：<http://lap.linemk.com>

