

大規模拡散を特長とする「LINEオープンキャンペーン」の提供を開始、シーズン企画の第一弾として「クリスマス福袋」キャンペーンを実施

2018.10.18 法人向けサービス

※2019年7月17日追記：LINEインスタントウィン（オープン型）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。

ビデオオプションとの組み合わせにより、リーチ獲得とともにブランド理解の促進も可能な
LINEの店頭販促ソリューション「LINE Sales Promotion」の新たなプラットフォーム

LINE株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：出澤 剛）は、当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 Sales Promotion」の新たなプラットフォームとして「LINEオープンキャンペーン」の提供を開始しています。このたび、「LINEオープンキャンペーン」を活用したシーズン企画の第一弾として「クリスマス福袋」キャンペーンを実施いたしますので、お知らせいたします。



LINEでは、「LINE」および「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 Sales Promotion」を提供しております。これまでも、商品の無料トライアルによる商品認知拡大を特長とした「LINEサンプリング」などを提供してまいりました。

このたび、「LINE Sales Promotion」の新たなプラットフォームとして、キャンペーン応募を通じたブランドの認知や理解促進を目的とした「LINEオープンキャンペーン」の提供を開始し、同プラットフォームを活用したシーズン企画の第一弾として、12月10日（月）から12月26日（水）までのクリスマスシーズンを対象とした「クリスマス福袋」キャンペーンを実施いたします。

■タイムラインシェアによる大規模なリーチ獲得が可能な「LINEオープンキャンペーン」

「LINEオープンキャンペーン」は、応募ボタンを押すだけで誰でも簡単に応募ができ、即時に応募結果が分かるキャンペーンを実施できるプラットフォームです。企業のLINE公式アカウントなどからキャンペーン告知を行いキャンペーンページに集客します。ユーザーがキャンペーンに応募すると多くのタイムラインシェアが行われるため※1、タイムラインを起点とした新規ユーザーのキャンペーン参加を促すことができます。LINEが過去に同プラットフォーム上で実施したキャンペーンにおいては、最大約500万UU※2のキャンペーン参加人数の実績があり、「LINEオープンキャンペーン」においても大規模な集客と新規ユーザーへのリーチ獲得が見込めます。

さらに、10月より新たに提供を開始したオプションメニュー「ビデオオプション」を組み合わせることも可能です。これにより、キャンペーン応募時にユーザーに動画コンテンツを視聴させることができるため、ブランド認知や理解促進に活用いただけます。また、キャンペーン応募時に自動でLINE公式アカウントの友だち追加が行われるため、「LINE」を通じた後追いプロモーションを実施することも可能です。

※1 タイムラインへのシェアは、キャンペーン応募時にユーザーが任意で選択することが可能です。
※2 ユニークユーザー数。

■大規模拡散と新規ユーザー獲得につながる仕組みをワンパッケージで提供する「クリスマス福袋」キャンペーン

「クリスマス福袋」キャンペーンでは、「LINEオープンキャンペーン」の特長である拡散性に加えて、大規模な新規ユーザー獲得につながる様々な仕組みをワンパッケージで提供いたします。2,500万超の友だち数を有するLINEポイントの公式アカウントからも告知を行うだけでなく、キャンペーンに参加したユーザーに対して、応募完了ページからLINEポイントの公式アカウント内のキャンペーン一覧ページへの誘導を行うことで、複数のキャンペーン間を横断した相互送客の仕組みを実現しています。さらに、対象となるキャンペーンに3つ以上応募したユーザー全員に対し、LINEポイントを付与するキャンペーンも併設することで、複数のキャンペーンへの応募を促し、さらなる新規ユーザーの獲得につなげます。

キャンペーン実施期間： 12月10日(月) ～ 12月26日(水)
キャンペーン参加フローイメージ：



※フローイメージの各画面は、実際に表示される画面と異なります。

「LINE Sales Promotion」では、公式アカウント開設、システム開発不要なプロダクトで、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ています。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、一気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。

< 「ビデオオプション」について >

「ビデオオプション」は、「LINE Sales Promotion」の「LINEサンプリング」「LINEマイレージ」「LINEインスタントウィン」「LINEオープンキャンペーン」のオプションとして実施できる機能で、キャンペーン応募時にユーザーに動画コンテンツを視聴させることが可能です。応募直後の画面から自動再生するため没入感が非常に高く、また応募から抽選結果を待つ間の期待感が高まるタイミングで視聴させるユーザーライクなデザインとなっています。また、「当選用」「落選用」二種類の動画コンテンツを用意でき、応募画面を単なる通知画面ではなく、ブランド認知やユーザーコミュニケーションの場として活用することが可能です。

< 「LINE Sales Promotion」について >

「LINE Sales Promotion」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サンプリング」「LINEマイレージ」「LINEインスタントウィン」「LINEオープンキャンペーン」といったキャンペーンプラットフォームを提供しています。

「LINE Sales Promotion」について：<https://linebiz.jp/service/line-sales-promotion/>

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