LINE、店頭販促ソリューション「LINE Sales Promotion」の新メニューとして「LINEチェックイン」の提供を開始

2019.02.04　法人向けサービス

「LINE Beacon」の活用によって来店したユーザーへのリアルタイムなキャンペーン訴求が可能に

第一弾として全国のローソン約13,400店舗で来店時にLINEポイントが当たるキャンペーンを実施

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」において、新たなメニューとして「LINEチェックイン」の提供を開始いたしますので、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」を提供しています。

■店舗へ来店されたユーザーに限定したリアルタイムなキャンペーン訴求と情報発信を実現する「LINEチェックイン」

近年の流通・小売業界においては、スマートデバイスの普及に伴う紙媒体等のデジタルシフトの流れを受け、小売店舗におけるPOPやポスターをはじめとした店頭告知媒体が縮小傾向にあり、メーカーから顧客へリーチできる告知手段が減少していることが課題となっています。

LINEはこのたび、「LINE Sales Promotion」の新たなメニューとして、店舗を持つ流通・小売企業を対象に、来店されたLINEユーザーに向けたリアルタイムなキャンペーン訴求と情報発信が可能な「LINEチェックイン」の提供を開始いたします。店舗内に設置した「LINE Beacon[*1]」を活用し、来店されたLINEユーザーに限定して店舗のLINE公式アカウントからメッセージ配信を行うことでキャンペーンの告知ができます。キャンペーンは、即時抽選が可能なLINEのキャンペーンプラットフォーム「LINEインスタントウィン」上で実施されます。ユーザーは、店舗に行くだけでキャンペーンに参加することができ、その場でインセンティブや景品を受け取ることが可能です。また、抽選と同時に「LINE」のタイムライン上でもシェア[*2]されるため、店舗に来店されていないLINEユーザーに向けた当該キャンペーンの認知獲得も可能です。

「LINEチェックイン」を利用することで、月間利用者数7,900万人[*3]の「LINE」のユーザー基盤を活かし、継続的な来店の促進や、店内のPOPやポスターに依存することのない大規模な店頭告知を実現することができます。

*1 「LINE Beacon」は、LINE株式会社が運営するコミュニケーションアプリ「LINE」上で、街中等に設置されたBeacon端末からの信号情報と連動して、ユーザーとコミュニケーションを行うことのできるサービスです。利用にあたってはLINE Beacon対応のBeacon端末が必要となります。

*2 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。

*3 2018年12月末時点の国内月間アクティブユーザー数

「LINEチェックイン」キャンペーンフロー イメージ



■「LINEチェックイン」活用の第一弾として、全国のローソン約13,400店舗でLINEポイントが当たるキャンペーンを実施

「LINEチェックイン」を活用したキャンペーンの第一弾として、来店時にLINEポイントや人気のチョコレート菓子「ブラックサンダー」との引き換えが可能なクーポンが当たるキャンペーンを全国のローソン約13,400店舗（ローソンストア100、および一部店舗を除く）で実施します。対象の店舗に来店されたLINEユーザーは、ローソンのLINE公式アカウントを通じて配信されるメッセージからキャンペーンへの参加が可能です。

ローソンは、全国の店舗でLINEの法人向けアカウント「LINE@」を開設するなど、自社の情報発信や販促活動においてLINEを積極的に活用しています。1月15日から1月31日の期間には、LINEとともに「LINEウォレット」を活用した初の店頭販促キャンペーンの実証実験を、福岡市内のローソン全店舗において実施しました[*4]。

「LINEチェックイン」は展開店舗数を拡大し、年内に全国５万店舗での稼働を目指します。また、2018年12月より提供を開始している新たな法人向けアカウントプラン[*5]との連動により、来店ユーザー一人ひとりに対してより最適化されたキャンペーン情報の配信も推進してまいります。

LINEでは、今後も様々なメニュー提供を継続的に行うことで、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。

＜キャンペーン概要＞

時期：2019年2月5日（火）11:00 ～ 3月5日（火）10:59

対象店舗：全国のローソン（約13,400店舗）

*4 「LINEウォレット」を活用した初の店頭販促キャンペーンの実証実験に関するプレスリリース： https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2019/2571

*5 「LINE公式アカウント」における新プランの提供開始に関するプレスリリース： https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2018/2517

＜「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インスタントウィン」について＞

「LINEインスタントウィン」は、店頭で購入した対象商品からユニークなQRコード®[*6]を読み込むことで即時抽選を行うことが可能な、購買促進やトライアル促進に適したキャンペーンプラットフォームです。LINEチェックインの提供開始により、これまでの購買有無を条件にした抽選に加え、LINE Beaconによる来店有無を条件とした即時抽選が行えるようになりました。応募と同時に「LINE」のタイムライン上でシェアされるため、直接店頭で商品を購入していない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、参加時に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。

*6 「QRコード」は、デンソーウェーブの登録商標です。

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

© LY Corporation