

# CX Partner パートナーガイド

LINEヤフー株式会社

マーケティングソリューションカンパニー

2024.10

**LINEヤフー**

# Contents

<b>01</b>	<b>CX Partnerとは</b>	<b>…03</b>
<b>02</b>	<b>CX Partner パートナーガイド</b>	<b>…07</b>

# CX Partnerとは

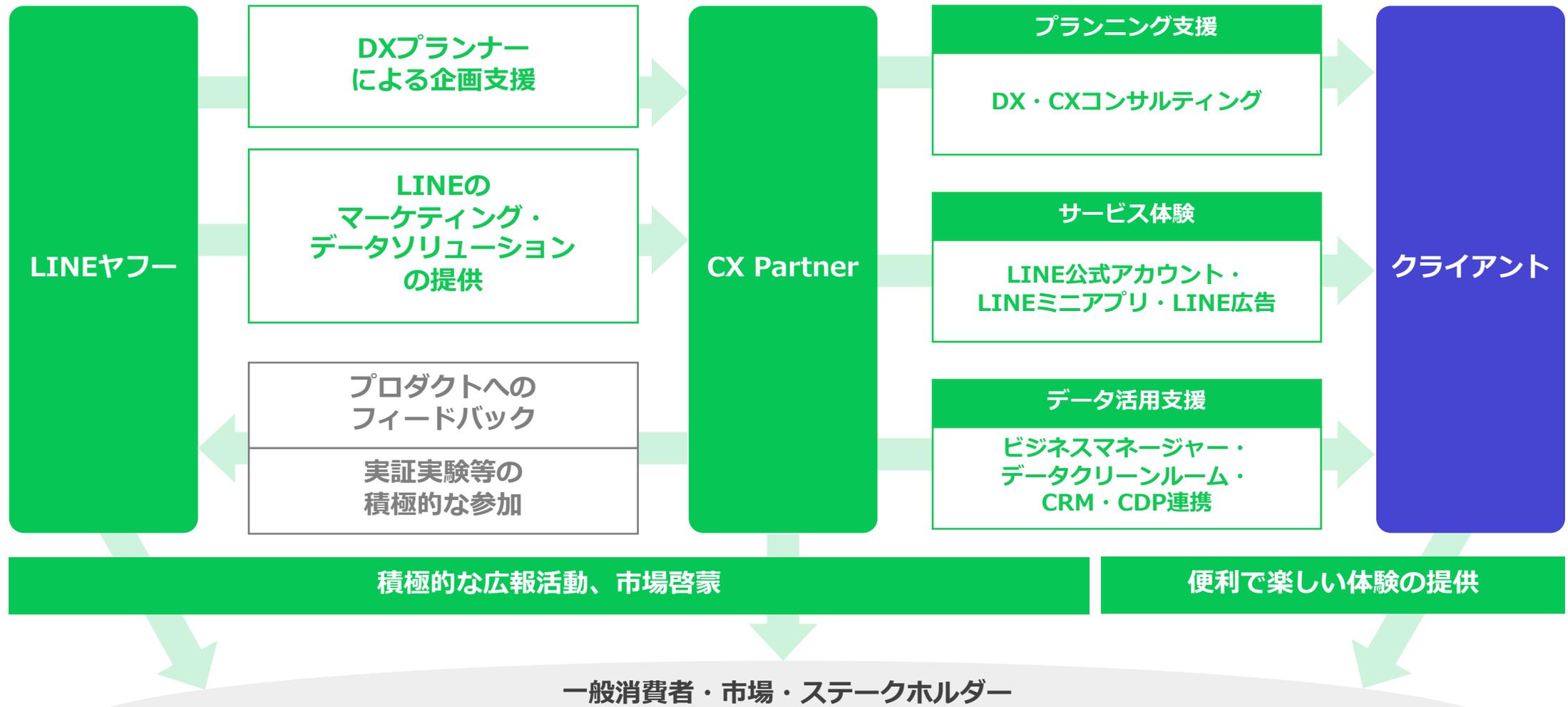
# LINEのマーケティング・データソリューションの変遷

LINEでは約10年のうちに時代の変化に合わせて様々なソリューション・協業体制を提供



# CX Partner制度がこれから目指すこと

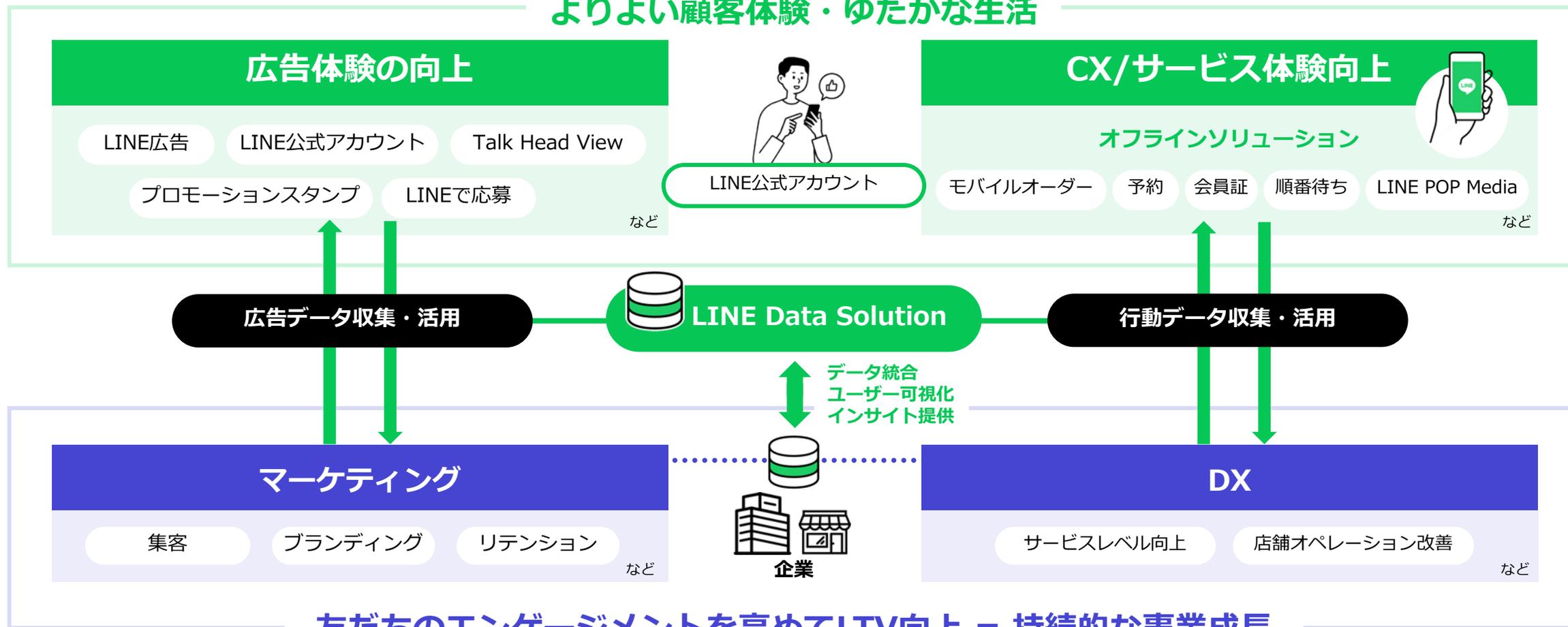
- ✔ LINEが提供するソリューションを最大限に活用することで、「クライアントの経営課題解決の支援」と「ユーザーに便利で楽しい体験の提供」を実現し、また積極的な広報活動などを通して「CX領域の市場喚起」を目指します。



# Better Experience, Better Life with LINE.

LINEで顧客体験（広告・サービス体験）の向上をスローガンにパートナーとともに協業していきます

## よりよい顧客体験・ゆたかな生活



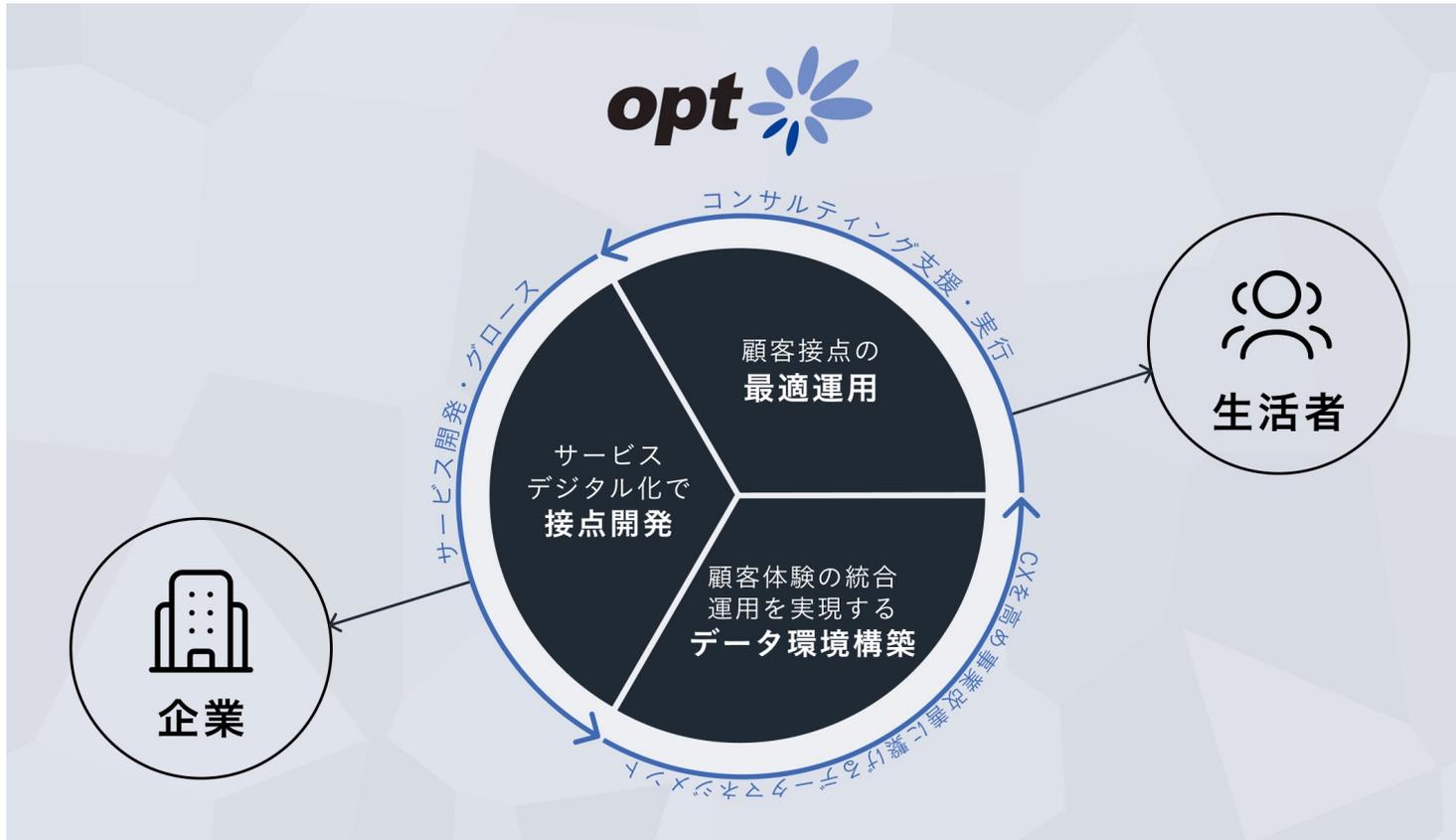
# CX Partner パートナーガイド

# CX Partner

- 01 株式会社オプト
- 02 株式会社サイバーエージェント
- 03 株式会社電通デジタル
- 04 株式会社電通プロモーションプラス
- 05 トランス・コスモス株式会社
- 06 株式会社Hakuhodo DY ONE



# 株式会社オプト



## 生活者と企業、

## 双方のWINを叶えるCXを実現

DXの進展でデジタルを活用したマーケティング活動も変化。顧客接点毎の運用最適化はもちろんのこと、時流に合わせた接点の見直しや開発といった提供サービス自体のエンジニアリングとグロースハックも必要に。複雑化する顧客体験と生まれるデータをマネジメントし、顧客との継続的な関係構築が今後の企業のCX戦略の重要な論点と考えています。

中でもLINEを活用したDX時代にふさわしいCX開発に注力し、LINEヤフー社と共に両社でLINEを活用したCXの探求を行ってきました。

お問い合わせ先

株式会社オプト

<https://www.opt.ne.jp/contact-support>

# 強み

**1** 独自開発のTSUNAGARUでLINE公式アカウント運用を進化

LINEヤフー社認定のTechnology Partner

**2** LINEミニアプリを中心としたサービスのデジタル化

デザイン    開発    運用グロース

**3** 最高のCXに繋がるデータマネジメント

データ整備    データ可視化    データ分析

※画像はイメージです

## 国内最重要の顧客接点である LINEによる**最高のCXを実現**

- ①Technology Partner最上位（Premier）、国内唯一Measurementバッジ保有の当社が提供する独自ソリューション「TSUNAGARU」で企業のLINE公式アカウント運用を進化
- ②LINEミニアプリを中心としたサービスのデジタル化で新たな顧客接点を開発するエンジニア組織を保有。顧客体験の改善とビジネスインパクトの創出に寄与
- ③LINE外の顧客接点も含め、多様化する顧客データを一元管理/分析/活用しCX改善に繋がるデータマネジメントを提供

お問合せ先

株式会社オプト  
<https://www.opt.ne.jp/contact-support>

# 提供体制



## プロジェクトに応じた 最適なチーム体制をご提供

100名以上の人員で事業本部を形成。  
250件以上のプロジェクトに伴走してきた  
各領域のプロフェッショナル人材を個社の  
プロジェクトフェーズに合わせてアサイン可能。

お問合せ先

株式会社オプト  
<https://www.opt.ne.jp/contact-support>

# CX事例

## 大手消費財メーカー「LINEミニアプリによるメンバーズプログラム」

### 案件概要

商品において、LINEミニアプリを用いたメンバーズプログラムを展開  
LINE UIDベースで顧客の購買動態を分析し、LINEミニアプリ上の企画展開やLINE公式アカウントからのメッセージ配信のPDCA運用を実施

### 課題

マーケティングにおけるデジタルCRMの限界

購買者の特定/分析の深堀難  
(メーカー直接ハンドリング不可)

実売に繋がるメッセージコミュニケーションの確立  
インセンティブ投資とLTV最大化の運用工数の最小化 (脱人力)

### 解決策

製品貼付QRの読取でインセンティブ獲得するサービス構築  
ロイヤルユーザーの定着化を図るゲーミフィケーション導入

購買者の特定と購買動態の分析によるPDCA運用  
↳ミニアプリで取得する購買日時/場所/購買製品×UID情報  
配布クーポンの利用率等から購買促進のインセン投下 VS LTV試算

サービス上の行動 (購買動態/キャンペーン応募等) に基づくメッセージ配信

お問合せ先

株式会社オプト  
<https://www.opt.ne.jp/contact-support>

# CX事例

## 大手消費財メーカー「LINEミニアプリによるメンバーズプログラム」

### 課題

マーケティングにおけるデジタルCRMの限界

### 解決策

製品貼付QRの読取でインセンティブ獲得するサービス構築  
ロイヤルユーザーの定着化を図るゲーミフィケーション導入



※画像はイメージです

### LINEミニアプリで『メンバーズプログラム』を展開

- ・製品貼付QRシールの読み取りでサービス上で行使できるポイントを獲得
- ・LINE UIDベースで製品購買の頻度等が捕捉可能  
LINEミニアプリを通じてデジタルCRMを実現

お問合せ先

株式会社オプト  
<https://www.opt.ne.jp/contact-support>

# CX事例

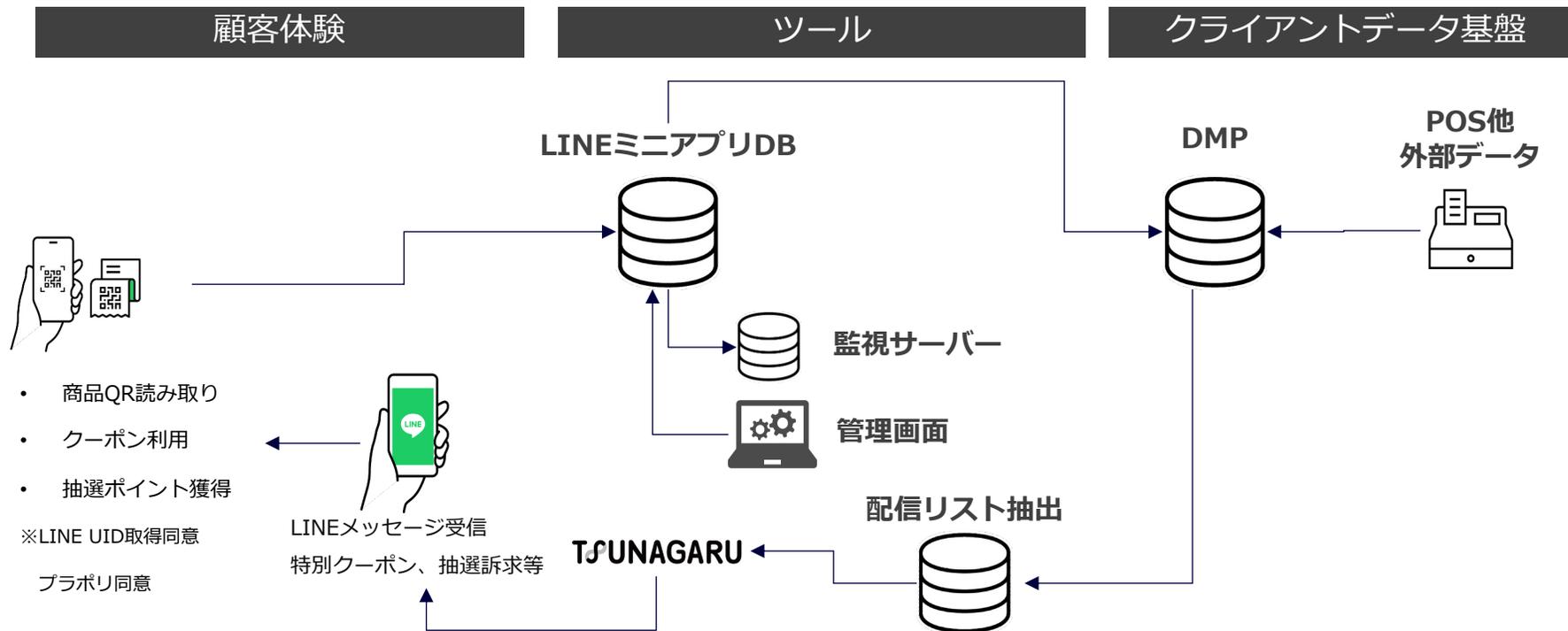
## 大手消費財メーカー「LINEミニアプリによるメンバーズプログラム」

### 課題

購買者の特定/分析の深堀難（メーカー直接ハンドリング不可）

### 解決策

購買者の特定と購買動態の分析によるPDCA運用  
 ↳ミニアプリで取得する購買日時/場所/購買製品×UID情報  
 配布クーポンの利用率等から購買促進のインセン投下 VS LTV試算



お問合せ先

株式会社オプト  
<https://www.opt.ne.jp/contact-support>

# CX事例

## 大手消費財メーカー「LINEミニアプリによるメンバーズプログラム」

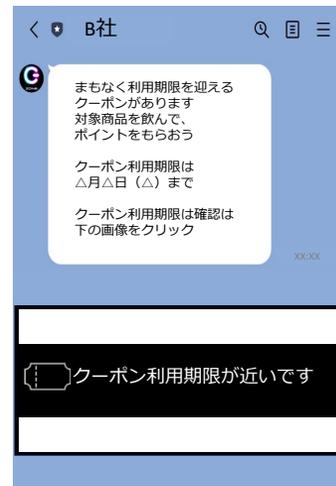
課題

実売に繋がるメッセージコミュニケーションの確立  
インセンティブ投資とLTV最大化の運用工数の最小化（脱人力）

解決策

サービス上の行動（購買動態/キャンペーン応募等）に基づくメッセージ配信

- LINEミニアプリで捕捉するUID×行動データでメッセージ最適化  
月間購買本数に応じたクーポン配信/抽選キャンペーン応募歴に基づく抽選訴求配信



お問合せ先

株式会社オプト  
<https://www.opt.ne.jp/contact-support>

# 株式会社サイバーエージェント

# CX戦略

豊富なデジタル領域の知見と技術を活用し最高の顧客体験を実現



サービス利用者の顧客満足度や企業ロイヤルティを向上させるため最適な顧客体験を定義し、顧客中心の体験設計とそこから得られた知見を生かして更なる顧客体験向上を実現します。

お問合せ先

株式会社サイバーエージェント  
<https://www.cyberagent.co.jp/>

# 強み

## LINE取扱い実績NO.1の豊富なナレッジ



成長しつづけ進化の早いインターネット広告業界で広告効果最大化を強みに国内トップクラスの規模を誇ります。現在は、広告のみにとどまらず、AI を活用したテクノロジーや3DCG等の最先端技術を駆使したクリエイティブ制作、新たにDX事業にも参入、デジタル領域の知見や技術力を応用し社会課題解決にむけたDXの推進に取り組み、そこで得た知見をLINEセールスパートナーNo1※の弊社がユーザー体験の向上へと繋げていきます。

※ LINEヤフーが提供する広告商品やサービスの販売・コンサルティングを行うパートナーのうち2023年度下半期の取り扱い高がNo.1

お問合せ先

株式会社サイバーエージェント  
<https://www.cyberagent.co.jp/>

# 提供体制

CX向上のための専門分野を集めたチームをお客様ごとに編成



企業様ごと、業界に精通した営業を筆頭に、LINEヤフーの取扱高No1パートナー※としてLINEコンサルのスペシャリスト、データ統合（基盤構築）、データの可視化、分析（ダッシュボード構築）、最適な顧客体験設計（ABテストやパーソナライズ）、AI活用による予測モデル構築、顧客セグメントの未来予測、配信最適化設計まで各ジャンルの専門のスペシャリストが担当します。

※「LINEヤフー Partner Program」の「Sales Partner」において、2024年度上半期Premier（最上位）認定

お問い合わせ先

株式会社サイバーエージェント  
<https://www.cyberagent.co.jp/>

# 株式会社電通デジタル

## CX戦略

## 企業・ブランドと顧客の関係強化を重視したCX設計

LINEを起点とした様々な顧客体験の中で、データを取得しながら顧客との中長期的なつながりを構築します。新規顧客・既存顧客共通の「企業・ブランドとの強固なつながり」をつくることを重視し、すべての接点を企業・ブランドとの絆強化と捉えて顧客体験を設計します。さらに、データクリーンルームを活用し、1st PartyデータやLINEヤフー社保有のデータを統合し、効果的な体験設計をご提案します。

※全てユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。

## &lt;体験設計の5つのステップ&gt;

## ①データ起点の顧客理解

行動・意識データから友だちの候補となるユーザーを探る。

## ②友だち獲得

多様な手段の中から最適な友だち獲得手法を選定。

## ③体験設計

ブランドとの絆を育むフルファネルの体験を設計。

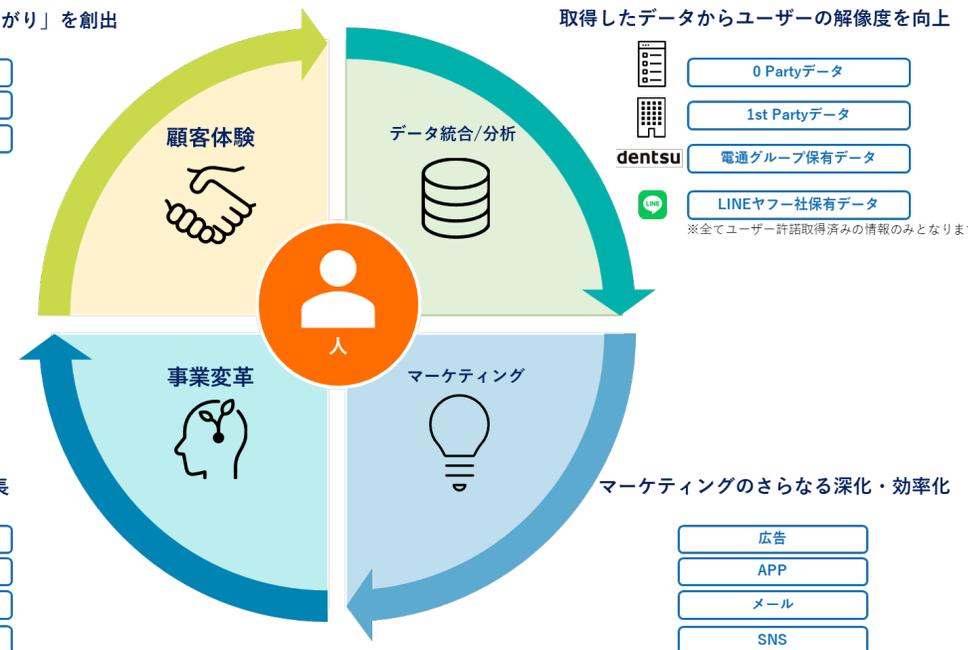
## ④量的拡大

体験設計から得られたデータや外部データを合わせて友だちを再拡大。

## ⑤データ連携でさらなる改善

1st Partyデータと連携することでリテンション施策そのものを改善。

様々な顧客接点から「深いつながり」を創出



取得したデータからユーザーの解像度を向上



LTV向上による事業成長



マーケティングのさらなる深化・効率化



お問合せ先

株式会社電通デジタル  
<https://www.dentsudigital.co.jp/contact>

## 強み

## 独自のAPI連携ツールを保有し、データ活用領域で実績多数

多様な顧客体験を創出するためツールやデータを活用したソリューションをご提供します。

<独自のAPIツール「TONARIWA」>

「TONARIWA」は認知～来店施策～売上促進～CRM全てのファネルに対応し、外部ツールとの連携も可能。

良質な顧客体験設計のために最適なコミュニケーションプランを提供します。

<豊富なデータ活用実績>

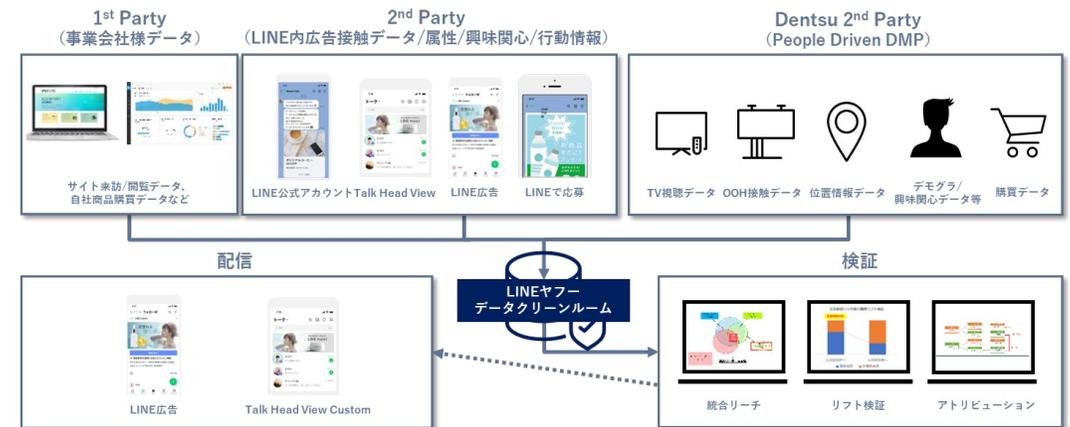
LINEを活用したデータクリーンルームの先進事例多数！

1st Partyデータ×電通グループ保有データ×LINEヤフー社保有データを統合・分析し、マーケティングに活用することでユーザー体験の最大化が図れます。

※全てユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。



## LINEヤフーデータクリーンルーム活用の概念図



※分析・広告配信に利用する個人情報は、事業会社様にてユーザーから適切な同意を取得したものに限りです。

お問合せ先

株式会社電通デジタル  
<https://www.dentsudigital.co.jp/contact>

# 提供体制

## 戦略立案から運用まで、一気通貫でCX領域をサポートできる体制

戦略立案から運用まで、それぞれの領域に特化したプロフェッショナルが数多く在籍しており、ハブとなるLINE担当専任組織が支援することで、一気通貫の提案ができる体制を構築しております。さらに電通グループと連携し、CXの施策・ノウハウ・データをつなげるストック型マーケティング専門チーム「dentsu CX-Connect」を発足。CXに精通する「CXプロデューサー」が中心となって、企業と生活者の継続的な関係構築を支援していきます。

### <プランニング領域>

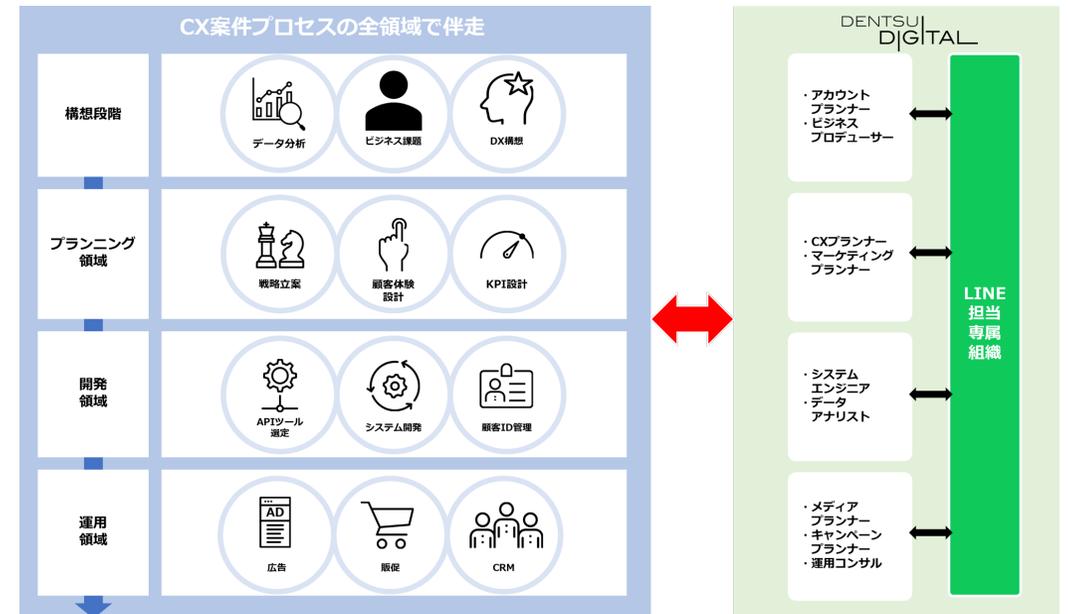
LINEやクライアントデータなどのアセットを活用した分析から、CX領域における全体構想、戦略立案から運用設計、施策実施までを幅広くリード。

### <開発領域>

クライアントデータの基盤構築、およびLINEやフーのソリューションとの連携などを設計。

### <運用領域>

メッセージ配信などの実運用を行い、クライアントの事業に貢献。



お問合せ先

株式会社電通デジタル  
<https://www.dentsudigital.co.jp/contact>

# 株式会社電通プロモーションプラス

# CX戦略

## 豊富な実績のある販促領域を中心に、購買に寄与するCXを実現

当社の強みである販促およびその他周辺領域における豊富な知見と企画・開発力をLINEのプラットフォームと掛け合わせることで、オンラインに閉じずオフラインも統合したCXの実現を支援。

購買に寄与するCXの実現に向けて、ミニアプリを用いた購買接点の捕捉、LINE公式アカウント上での販促施策の実施など、LINEのプラットフォームを土台に企画～開発～運用までを一貫して支援します。

**購買に寄与するCX実現に向けて、統合戦略～PDCA運用まで一貫して支援**



お問合せ先

株式会社電通プロモーションプラス  
<https://www.dentsu-pmp.co.jp/contacts>

# 強み

## オンライン/オフラインを統合したプランニング&プロデュース

旧電通テック時代から、販促を中心にオンライン（デジタル）に閉じずオフライン（店頭・イベント等）を統合したCXを実現。LINE活用施策においても、生活者を取り巻く環境の変化に合わせ、オンライン/オフラインを統合したプランニングをご提供。

当社は、販促実施における豊富なプロデュース実績があり、企画の段階から実現可能性を担保し、企画やソリューション提供だけでなく、実施～施策終了までクライアント企業様とともに最後まで伴走いたします。

オンラインとオフラインを統合した  
CXプランニングをご提供

オンライン施策  
デジタルキャンペーンなど



×

オフライン施策  
店頭・イベントなど



お問合せ先

株式会社電通プロモーションプラス  
<https://www.dentsu-pmp.co.jp/contacts>

# 提供体制

## プロジェクト毎にチーム組成、企画～実施までを一気通貫で提供

プロジェクト毎に各専門領域からチーム組成を行い、企画から実施まで一気通貫で取り組むことで、クライアント課題に応じたCXを実現します。

### プロジェクトごとに各専門領域からチーム組成を行い、クライアント課題に応じたCXを実現

#### <チーム編成例>

レシートの登録でポイントを貯めて景品に応募するミニアプリでの販促キャンペーン実装事例。

#### ●プロジェクトマネジメント

クライアント様窓口を兼ねる統括責任者を配置し、予算・納期・品質を管理。

#### ●プランニング

ユーザーフレンドリーなCX設計/キャンペーンを含むスキーム設計/コンテンツ企画/LINE公式アカウントでの告知配信の企画など。

#### ●ディレクター

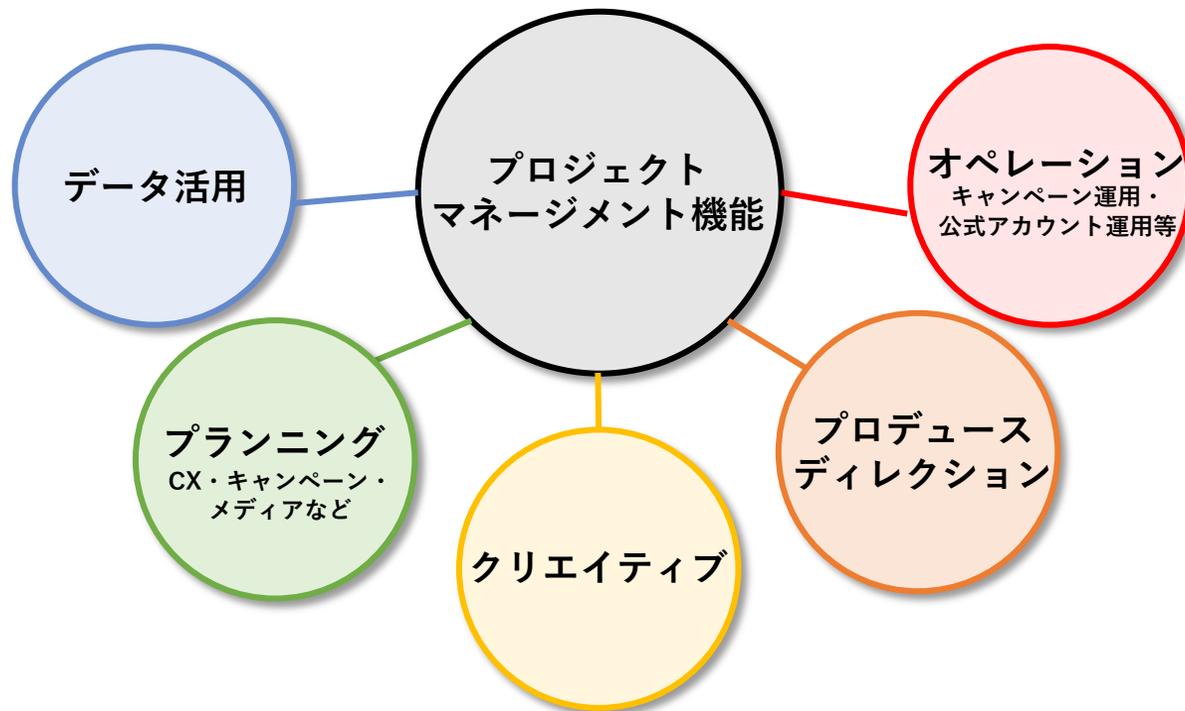
サービス実装までの開発および制作における品質を担保する総指揮。

#### ●クリエイティブ

キービジュアルやLINEミニアプリのUI/UX開発。

#### ●オペレーション

LINEミニアプリ・LINE公式アカウントの運用、またはキャンペーン事務局等のオペレーション。



お問い合わせ先

株式会社電通プロモーションプラス  
<https://www.dentsu-pmp.co.jp/contacts>

# CX事例

## 日本郵便株式会社・株式会社電通「スマートねんが2023-2024」

### 案件概要

日本郵便・電通の共同開発事業としてスタートしたLINE完結型年賀状サービス「スマートねんが」の2023-2024版。  
あいさつ状のテンプレートの購入・作成・送付・受取などがすべてLINE上で手軽に行うことができる。

### 課題

1. 新たな年賀状/日本郵便のサービス市場の拡大
2. サービス売上の向上

購入ページをはじめとするサービスページ全体のUI向上

昨年からの売上・利用者増を狙う

### 解決策

- ターゲットを明確にしたサービスの打ち出し
- 販売プランおよび単価見直し
- 利用ユーザーへのプレゼントキャンペーン実施

昨年度からデータ連携は大きな改修はさせずに、  
無料で1回LINE送付できる・年賀状の画像化など機能を実装

- 認知度UPを狙いデジアドや未購入者へ向けたメッセージ配信で接触機会増
- 購入者特典を設けることで購入ハードルを下げる

お問合せ先

株式会社電通プロモーションプラス  
<https://www.dentsu-pmp.co.jp/contacts>

# CX事例

## 日本郵便株式会社・株式会社電通「スマートねんが2023-2024」

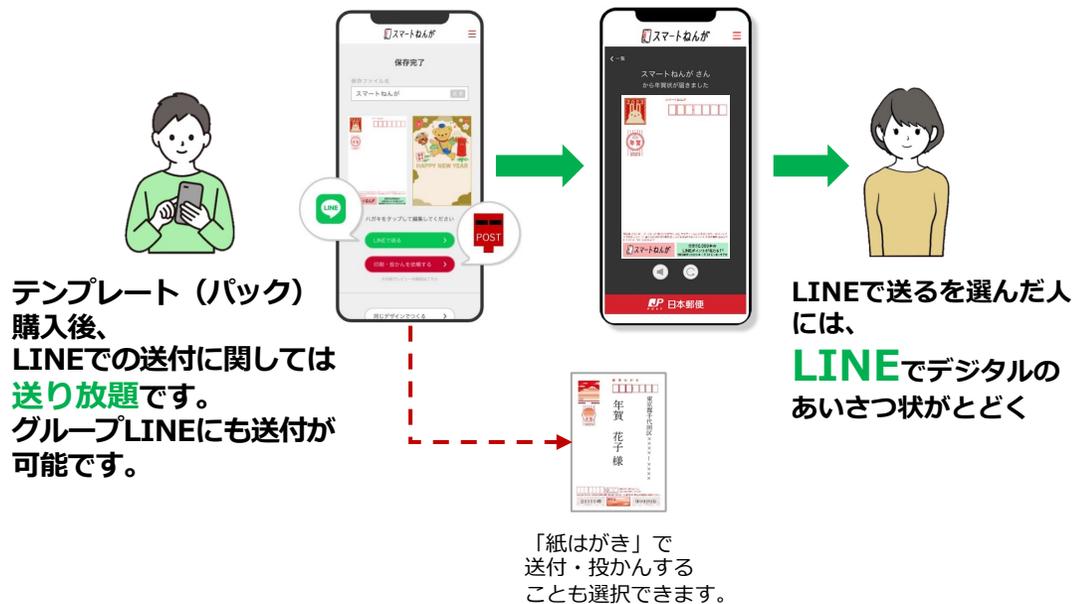
### 課題

1. 新たな年賀状/日本郵便のサービス市場の拡大
2. サービス売上の向上

### 解決策

- ・ ターゲットを明確にしたサービスの打ち出し
- ・ 販売プランおよび単価見直し
- ・ 利用ユーザーへのプレゼントキャンペーン実施

30-40代女性をメインターゲットに見据え、購入プランを分かりやすくシンプルに改修。



お問合せ先

株式会社電通プロモーションプラス  
<https://www.dentsu-pmp.co.jp/contacts>

# CX事例

## 日本郵便株式会社・株式会社電通「スマートねんが2023-2024」

### 課題

- ・購入ページをはじめとするサービスページ全体のUI向上
- ・昨年からの売上・利用者増を狙う

### 解決策

- ・認知度UPを狙いデジアドや未購入者へ向けたメッセージ配信で接触機会増
- ・無料で1回LINE送付できる・年賀状の画像化など機能を実装
- ・購入者特典を設けることで購入ハードルを下げる

### 利用者増を狙い デジアド出稿



### 購入状況に応じたセグメント配信の実施 (未購入者への訴求を実施)



### 購入者に向けて、抽せんで LINEポイントが当たるキャンペーンの実施 ※拡散UPを狙い、LINEで送る枚数に応じて当せん確率UP

**スマートねんがくじ**  
デザインパックを購入した方の中から抽せんで、  
合計 **10,000名**様に  
LINEポイントが当たる!

さらに!

LINEで送れば送るほど  
**当せん確率UP!** ※1  
10人以上なら2倍! 20人以上なら3倍! ※2

※1 送付回数は、相手の方が2024年1月10日までにスマートねんがにアクセスし、あなたからのスマートねんがを開封した回数でカウントします。同じ相手に複数回送付し、開封された場合でも、1回の送付とカウントします。相手の開封しなかった場合は送付回数としてカウントされません。  
※2 スマートねんがを開封した人数が10人未満の場合は当せん確率1倍、10人以上20人未満の場合は当せん確率2倍、20人以上の場合は当せん確率3倍となります。  
※当選 - 役の人数で送った枚数の総数は対象外となります。

当せんポイント一覧		
	LINEポイント	当せん者
大吉	500 ポイント	100 名
中吉	200 ポイント	400 名
吉	100 ポイント	1,500 名
小吉	50 ポイント	8,000 名
合計		10,000 名

### 購入者・非購入者へ ユーザーアンケートの実施

スマートねんがに関するアンケート

手をぬかずに  
手間をぬこう  
スマートねんが

このたびは、「スマートねんが」に関するアンケートサイトにアクセスいただきありがとうございます。下記の「回答する」ボタンよりアンケートの回答をお願いします。

アンケートにご回答いただいた先着5,000名様にLINEポイント100ポイントを、後日スマートねんががLINE公式アカウントからLINEメッセージにてプレゼントさせていただきます。アンケートにご入力いただくに当たり、下記『個人情報取り扱いについて』を必ずお読みいただき、同意いただいた方のみ、ご回答ください。

お問合せ先

株式会社電通プロモーションプラス  
<https://www.dentsu-pmp.co.jp/contacts>

# トランス・コスモス株式会社

# CX戦略

LINEヤフーのサービスを活用し顧客接点全体を通じた良質なCXを提供



LINEヤフーが提供するソリューションを最大限に活用して企業・ユーザーにとって価値ある顧客接点ができる環境を提供。  
顧客体験向上のためのサービス設計・統合プランニングおよび、データドリブン経営のためのデータ基盤構築、  
システムソリューション提供、導入後の運用支援に至るまで一気通貫で対応します。

お問合せ先

トランスコスモス株式会社

<https://www.trans-cosmos.co.jp/contact/>

# 強み

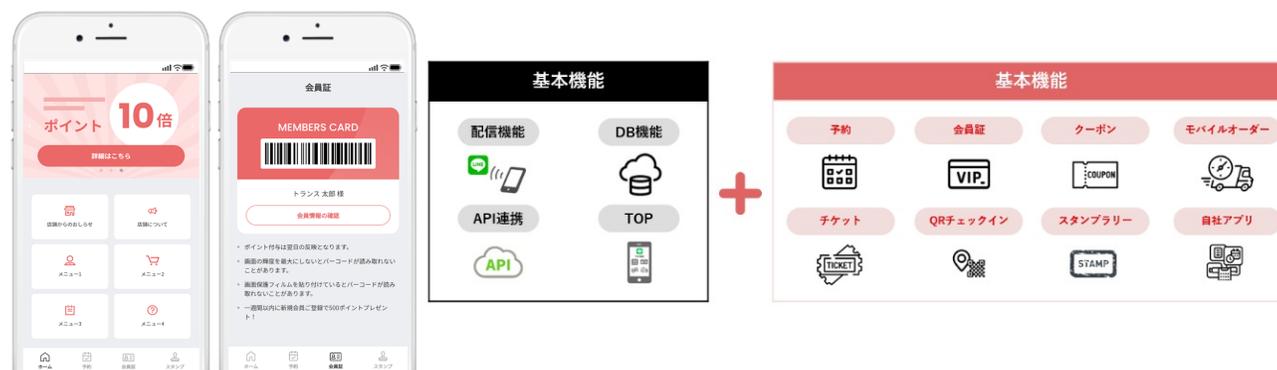
## 独自開発のAPIプロダクトにより企業の課題解決・CX向上



### CXプラットフォーム「DEC Connect」

独自開発したAPI連携プラットフォーム「DEC Connect(デック コネクト)」を活用し、顧客接点となるLINEとデータベースやシステムを柔軟に連携。各種チャネルで取得したデータと各種ソリューションを適切に組み合わせ、顧客とのコミュニケーションの最適化を実現します。

### MINI APPLI STUDIO



### LINEミニアプリ特化プロダクト「MINI APPLI STUDIO」

LINEミニアプリに特化した弊社独自開発のミニアプリ向けプラットフォームサービス。基本機能と手軽に追加出来るアプリ導入を可能にすることで、複数のサービスを一つのミニアプリ上で提供する事をコンセプトに開発。個別開発ソリューションを組み合わせることで、企業専用のLINEミニアプリの柔軟な開発・改善をご提供します。

お問合せ先

トランスコスモス株式会社  
<https://www.trans-cosmos.co.jp/contact/>

# 提供体制

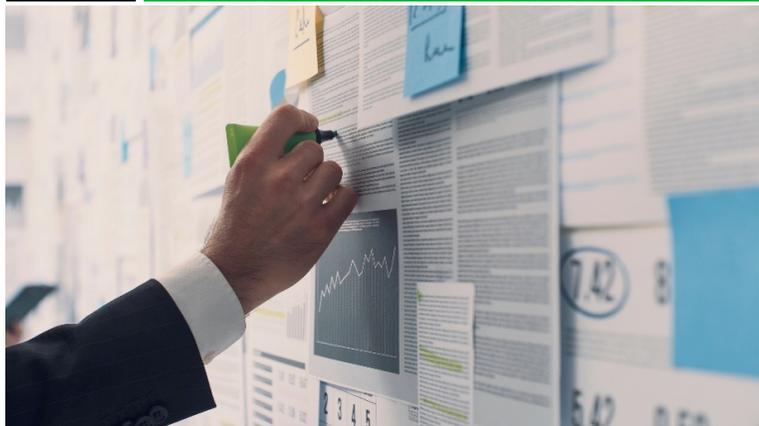
## 業界最大級のアカウント運用のプロチームが統合運用を支援

アカウント戦略設計からコンテンツ制作、配信、レポート、改善提案を一気通貫で提供。  
LINEの特性を熟知した運用チームが全面的にサポートいたします。

1

### 戦略設計

1to1コミュニケーションの実現



これまでのLINEの運用実績やノウハウ、顧客データを基に戦略を策定。  
顧客心理やLINEの特性を理解し施策を実行することで、顧客一人一人を見える化し1to1コミュニケーションを実現します。

2

### 運用体制

チーム体制でのアカウント運用



チーム体制で運用を行い業務の属人化やケアレスミス、品質低下を防止。  
全国・海外にある自社拠点を活用することでコスト抑制も実現します。

3

### PDCA運用

勝ちパターンの創出・蓄積



伴走型運用によりPDCA運用を全面支援。実施施策結果に加え他社事例、LINEの最新情報を提供。  
これまでの運用実績で培われたノウハウ、LINEの特性をふまえ効果最大化が見込める改善提案を実施します。

お問い合わせ先

トランスコスモス株式会社  
<https://www.trans-cosmos.co.jp/contact/>

# CX事例

## サントリー株式会社 「LINEミニアプリによるモバイルオーダー施策」

### 案件概要

23年7月21日~8月16日まで開催していた「さっぽろ大通りビアガーデン」にて、当社のLINEミニアプリサービス「Mini Appli Studio」を活用し、日本初となる1,500席規模でのモバイルオーダーの実現およびメッセージ配信を行った。

### 課題

ビアガーデンでの注文をDX化し、来場者・オペレーション両方の効率化を行いたい。

来年度の計画のために、100万人が来場するビアガーデンにおいて、来場者の属性情報(性別・居住地・年齢)を取得したい。

ビアガーデンへの再来場を促すためにメッセージでアプローチを行いたい。

### 解決策

LINEミニアプリでのモバイルオーダーを中心に、集客・提供オペレーション・データ収集までのサービス体験を実現。

モバイルオーダー画面に遷移する前にアンケートを挟むことで、LINEのユーザーIDに紐づけた形で属性情報を把握。エリアを指定したターゲティングを実施可能に。

LINEビーコンを活用して、来場してくださった方に案内メッセージを送信。また、取得したLINEのユーザーIDは来年の案内としてCRMに保存。

お問い合わせ先

トランスコスモス株式会社  
<https://www.trans-cosmos.co.jp/contact/>

# CX事例

## サントリー株式会社「LINEミニアプリによるモバイルオーダー施策」

### 効果①：体験価値向上

売上の約**4割**※1がモバイルオーダー経由、約**2割**※2のお客様がモバイルオーダーで注文できることを理由にサントリー会場を選択。

### 効果②：データ取得

会場でモバイルオーダーを利用したお客様のうち、約**7割**※1(27,000人)がアンケートに回答。居住エリア・生年月日といったユーザー情報を取得。

#### 会場にて QRコード読み取り



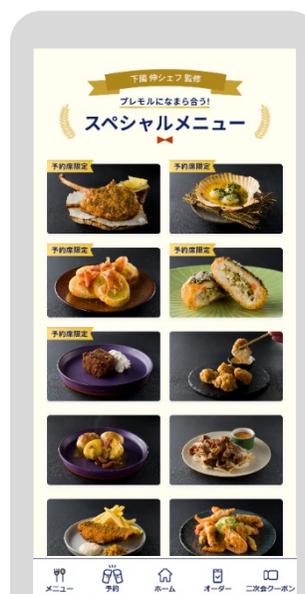
#### <Top>



#### <アンケート>



#### <メニュー>



#### <注文確定>



#### LINEミニアプリ お知らせメッセージ

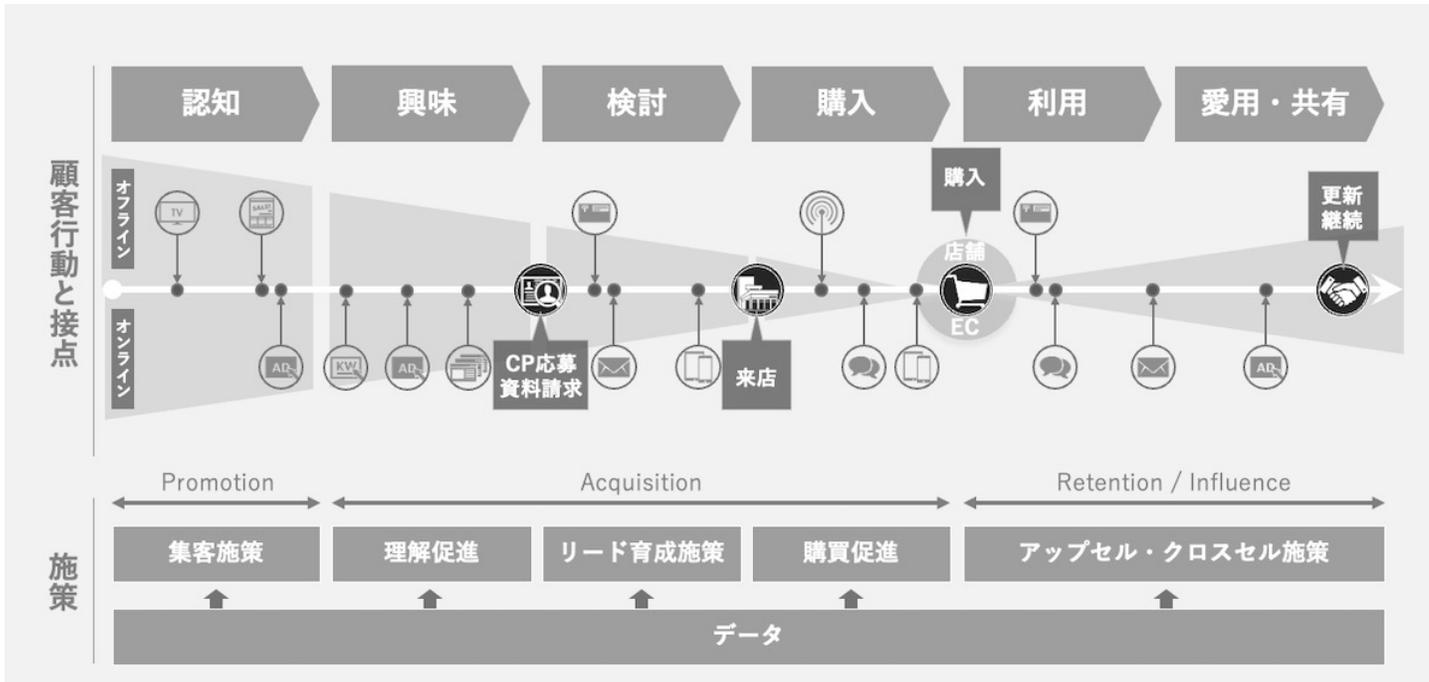


お問合せ先

トランスコスモス株式会社  
<https://www.trans-cosmos.co.jp/contact/>

※1 トランスコスモス調べ  
 ※2 札幌観光協会様アンケートより

# 株式会社Hakuhodo DY ONE



## フルファネルでデータを捉え最適なパーソナライゼーションを実現

### ・顧客接点とデータ取得

フルファネルでマーケティングを捉え、オンライン・オフライン問わず顧客接点からのシームレスなデータ取得を実現し、一貫した体験を享受できるような基盤を整えます。

### ・データドリブンなアプローチ

データを活用して顧客の行動や傾向を理解・分析し、コミュニケーションに活かします。

### ・パーソナライゼーション

テクノロジーを活用して、顧客のニーズや嗜好に合わせた個別化されたコンテンツやオファーを提供することで、顧客のエンゲージメントを向上させます。

お問い合わせ先

株式会社Hakuhodo DY ONE

<https://solutions.hakuhodody-one.co.jp/dialogone>

# 強み

## Technology Partnerとして常に最上位ランク評価



Technology PartnerとしてDialogOne®提供開始当初から、常に最上位ランクに認定。



※ 2024年05月「Technology Partner」 「コミュニケーション部門」における「Premier」認定  
[https://www.hakuhodody-one.co.jp/news/news\\_release\\_20240523\\_02.html](https://www.hakuhodody-one.co.jp/news/news_release_20240523_02.html)

- ・ 専門コンサルタント多数在籍

国内でも有数のCX事例を構築し、かつ先進的なテクノロジーを活用したアカウント運用を得意としています。戦略～運用、開発まで一貫通貫したサポート体制やデータソリューションなど多角的なテクノロジー活用が強みです。

- ・ データクリーンルーム

LINEヤフーのデータクリーンルームを利用できる数少ない代理店です。博報堂DYグループが取り扱う生活者データと掛け合わせることで、テレデジ・オフライン行動の効果やユーザーのインサイトなどを可視化し、適切なマーケティング施策につなげることができます。分析手法の立案から実行まで対応します。

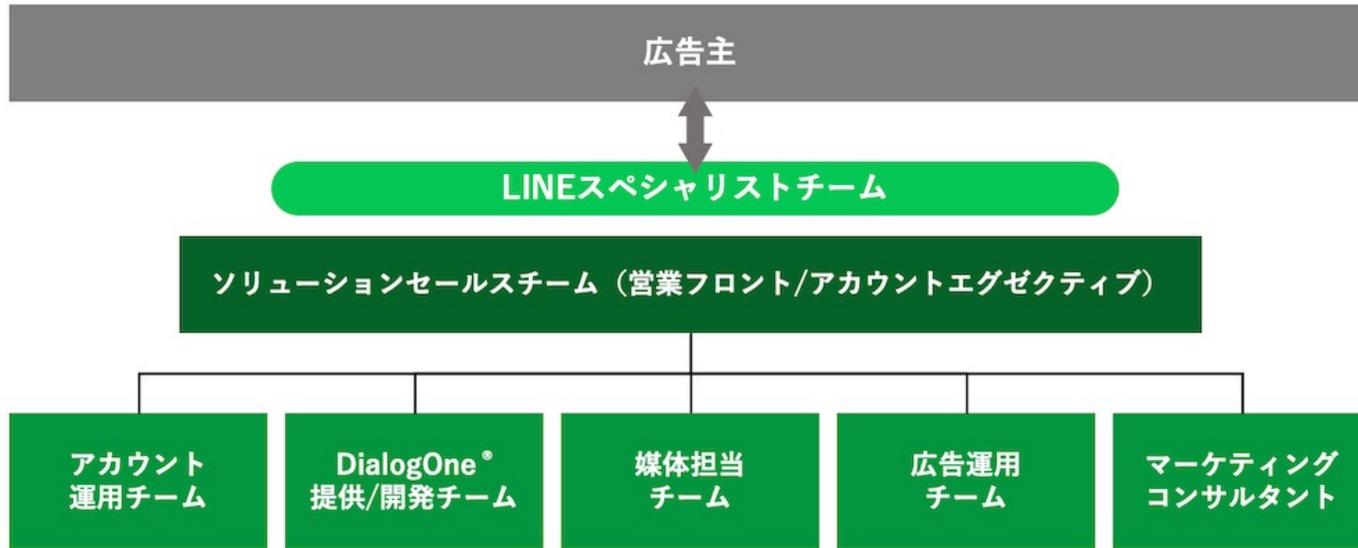
お問合せ先

株式会社Hakuhodo DY ONE

<https://solutions.hakuhodody-one.co.jp/dialogone>

# 提供体制

専門分野のエキスパートによるLINEスペシャリストチームを結成



## 各領域のエキスパートが集結し CX実現をサポート

### ・プランニング領域

コミュニケーションやメディアプラン、クリエイティブの戦略企画立案と全体推進を行います。

### ・運用領域

施策効果や顧客データの分析によって評価し、改善の提案を行います。

### ・提供/開発領域

データ取得やコミュニケーションに必要なテクノロジーを検討し提案します。また、個別にカスタマイズ開発を行います。

お問合せ先

株式会社Hakuhodo DY ONE

<https://solutions.hakuhodody-one.co.jp/dialogone>

# CX事例

## サントリー「プレモルメンバーズ」

### 案件概要

ロイヤルユーザーとの繋がりをさらに強化  
低関与ユーザーに魅力的なプログラムで利用促進

### 課題

新規顧客の定着率の改善

購買分析をベースにユーザー理解とリアルタイムのコミュニケーションの実現

新規から既存顧客までの満足度の向上

### 解決策

ランクアップによって得られる特別感を感じてもらい離脱を防ぐ

ランク別の顧客とのコミュニケーションとECプラットフォームをかけたメンバーズプログラムを実現

細分化した顧客層毎に最適なコンテンツ提供

お問合せ先

株式会社Hakuhodo DY ONE

<https://solutions.hakuhodody-one.co.jp/dialogone>

# CX事例

## サントリー「プレモルメンバーズ」

**課題** 新規顧客の定着率の改善

**解決策** ランクアップによって得られる特別感を感じてもらい  
離脱を防ぐ

・購入毎にプレモルマイルがたまり、ランクが上がる仕組みを提供し利用継続を促す。またランク毎にページの出し分けを行うことで、ページの複雑さを解消



お問合せ先

株式会社Hakuhodo DY ONE  
<https://solutions.hakuhodody-one.co.jp/dialogone>

# CX事例

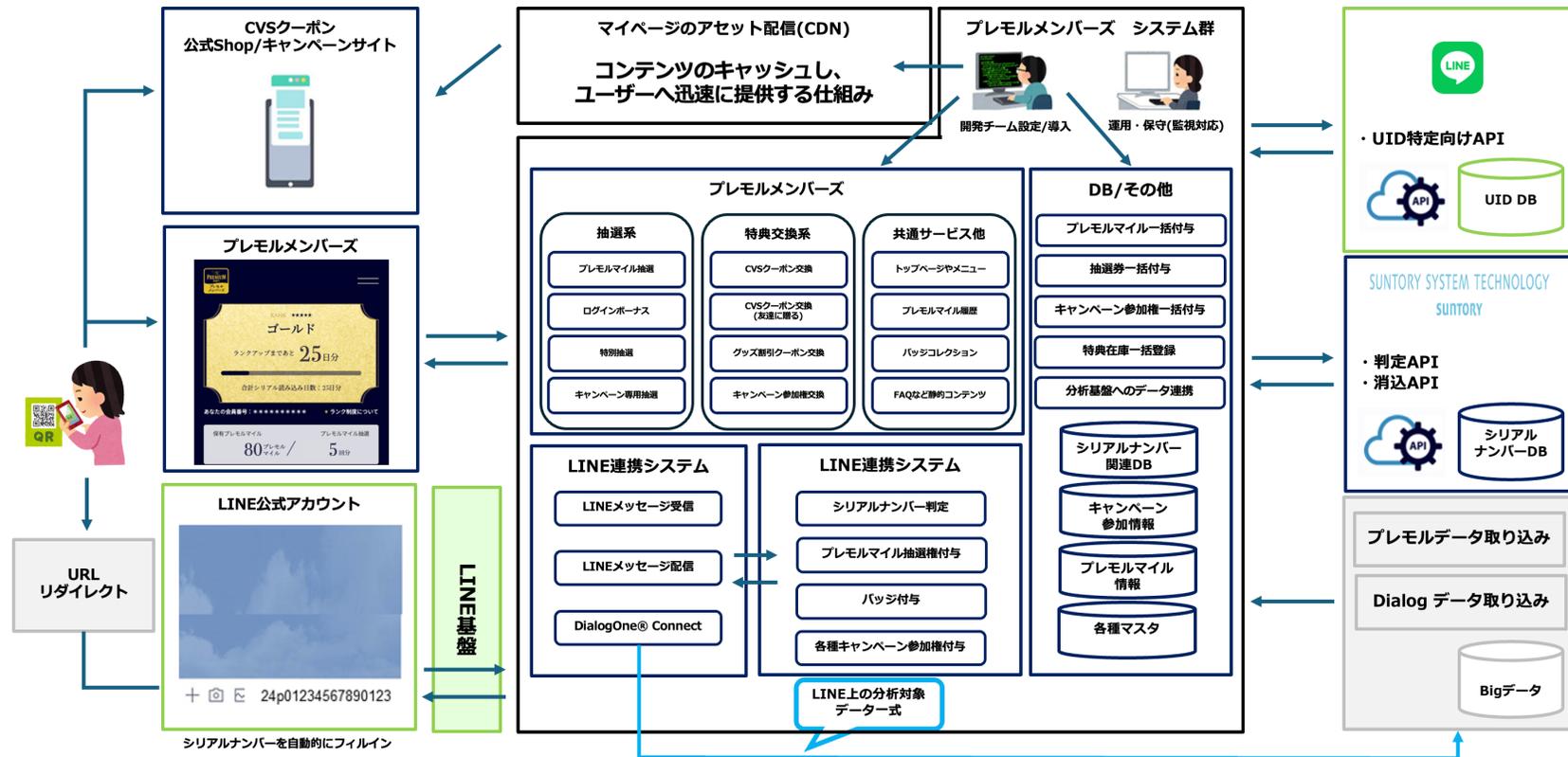
## サントリー「プレモルメンバーズ」

課題

購買データに基づくユーザー理解とリアルタイムのコミュニケーションの実現

解決策

ランク別の顧客とのコミュニケーションとECプラットフォームを掛け合わせたメンバーズプログラムを実現



お問合せ先

株式会社Hakuhodo DY ONE  
<https://solutions.hakuhodody-one.co.jp/dialogone>

# CX事例

## サントリー「プレモルメンバーズ」

**課題** 新規から既存顧客までの満足度の向上

**解決策** 細分化した顧客層毎に最適なコンテンツ提供

	顧客層	準顧客	低頻度新規層
傾向	プレモルへの関与度が高い ブランドに紐づく体験には高反応	プレモルへの意識はあるが、 様々なコンテンツの中で、 しっかり反応させる工夫が必要	関与度が低い 実利につながる情報や コンテンツで行動喚起を促す
	プレモルメンバーズ限定且つ 高ランクユーザーのみで 得られる特別感を伝える	プレモルメンバーズの楽しみ プレモルの背景を伝える	プレモルメンバーズの楽しみ、 プレモルメンバーズの旨みを 軌道に乗せて伝える
COM施策			

お問合せ先

株式会社Hakuhodo DY ONE  
<https://solutions.hakuhodody-one.co.jp/dialogone>

# Thank You