



Hello

Friends!

With LINEヤフー



**ELCジャパンが
LINE公式アカウントを中心に実現する、
「ソーシャルコマースエコシステム」とは**



Speaker



LINEヤフー株式会社

執行役員

ビジネスデザイン統括本部 統括本部長

小野 雄紀

Theme1

LTVを最大化する Connect One構想とは





企業

**LINE
公式アカウント**



生活者

A photograph of three people (two women and one man) looking at a smartphone together. The man in the center is holding the phone. The image is overlaid with a semi-transparent dark grey filter and three colored circles containing text.

Connect
つながる

Data
データ収集・分析

CX
顧客体験



Data
データ収集・分析

Connect
つながる

CX
顧客体験

**Good
Friends!**



Good
Friends!

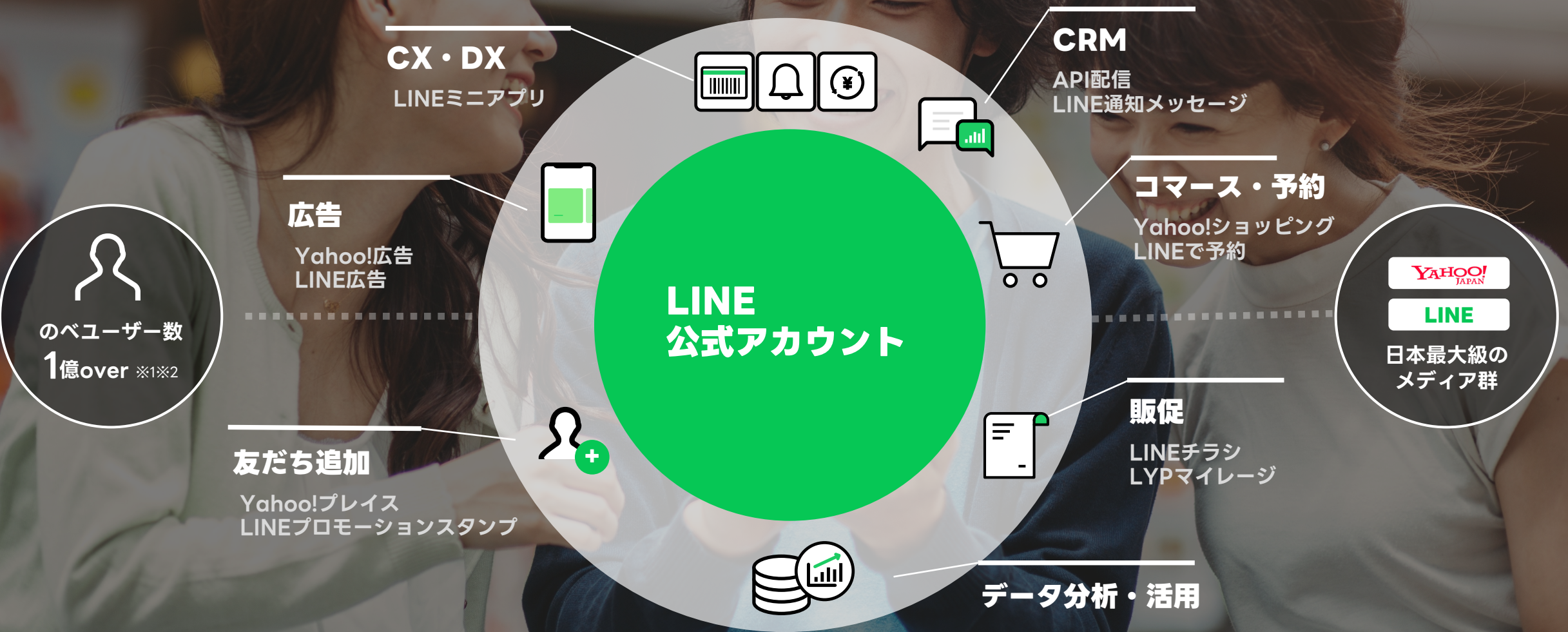
Loyalty (ブランドへの信頼・愛情)

LTV (顧客生涯価値)

Ambassador (ブランドの啓蒙)

Connect One構想

ビジネスの成長を支える統合プラットフォーム



※1 LINE 月間アクティブユーザー数 (日本) 9,700万人 2024年3月末時点
※2 Yahoo! JAPAN 月間ログインユーザーID数 5,558万人 2024年3月末時点

Friends から Good Friends! へ

企業・店舗

LINE
公式アカウント

ユーザー

Theme2

ELCジャパンにおける LINEヤフーのプロダクト活用



Speaker



ELCジャパン合同会社
(エステイロージャーカンパニーズ合同会社)

Director,
Digital Commerce and Business Development
(Online & Omni)

Tinglong DONG 氏

ELCジャパン合同会社

(エステイロージャーカンパニーズ合同会社)

ESTÉE LAUDER

CLINIQUE

MAC

JO MALONE
LONDON

LA MER

TOM FORD BEAUTY

BOBBI BROWN

LE LABO™
GRASSE - NEW YORK

LAB SERIES

AVEDA
THE ART AND SCIENCE OF PURE FLOWER AND PLANT ESSENCES

Dr.Jart+

The
Ordinary.

ELCジャパンのマーケティング戦略

ブランドごとの
マーケティング戦略

ブランドのEquity・
個性を最大限に発揮

勝ちパターンを
Speedyに横展開

ローカライゼーション戦略の成功事例

中国

Wechat

韓国

カカオトーク

ローカライゼーション戦略の成功事例

中国

Wechat

韓国

カカオトーク

日本

LINE

ソーシャルコマースエコシステム



Brandの
LINE公式アカウント



LINE

WEB/QRコード

店頭接客

ペイドメディア

Strength

Strength

EC

- Brand.com
- 3PP

OMNI Loyalty

- Client telling
- O2O
- DS/FSS

サービス

- OAB
- VTO
- Paid Samples

SNS

- Post
- Stickers
- Live Stream

顧客データ管理

LINE公式アカウント本格運用の取り組み

現在、10ブランドでLINE公式アカウントを活用中



ESTÉE LAUDER



CLINIQUE

理想のあなたを、肌からつくる。



MAC



BOBBI BROWN



JO MALONE
LONDON



AVEDA



TOM FORD BEAUTY



LA MER



LAB SERIES



The
Ordinary.

友だち獲得

ユーザーのTouch pointを理解し、友だちをいかに増やしていくか

店頭での声かけ



LINEログイン



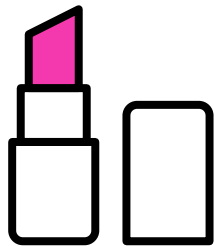
メッセージ配信

ユーザーに合わせたセグメント・訴求でメッセージ配信

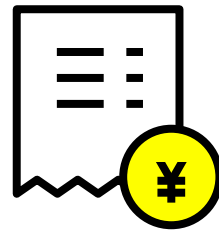
セグメント



デモグラ



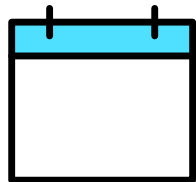
購入商品



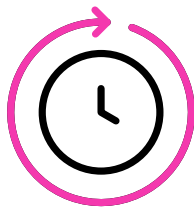
購入額



購入経路



購入期間



購入頻度

訴求



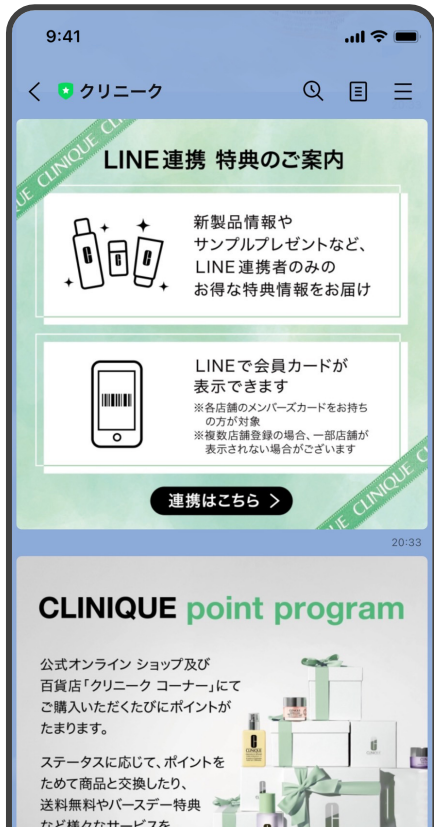
ID連携

ID連携促進のための施策を実施

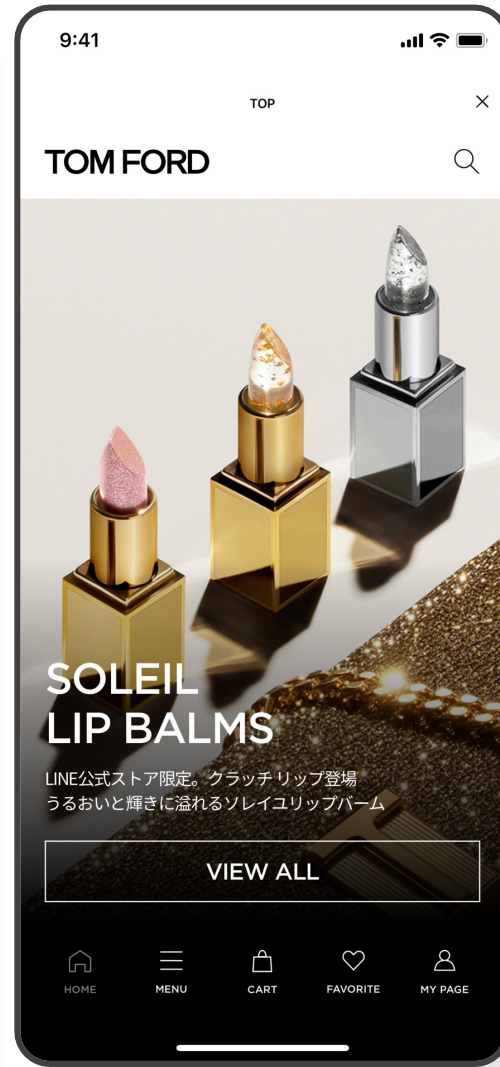
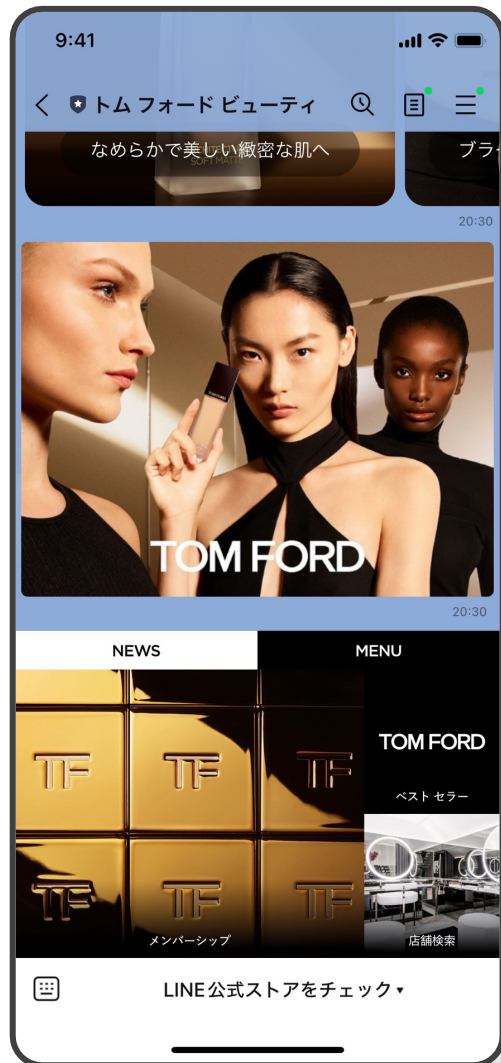
あいさつメッセージ

サンプルプレゼント

スタンプラリー



ソーシャルコマースエコシステムを 実現するための新たな取り組み



TOM FORD BEAUTY

▼LINEミニアプリ



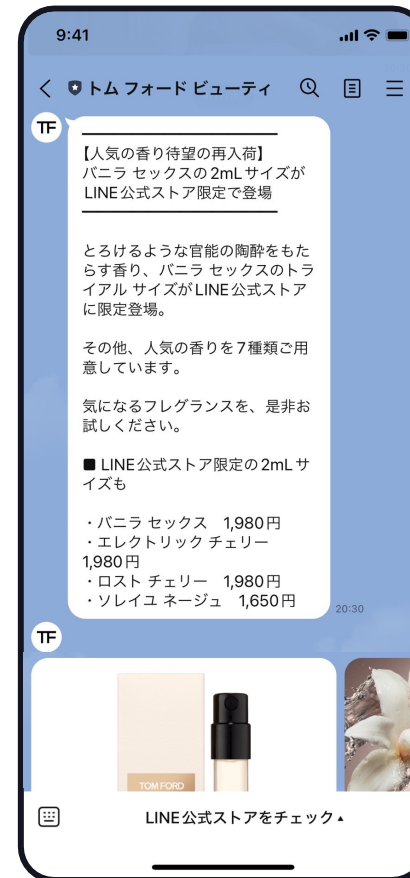
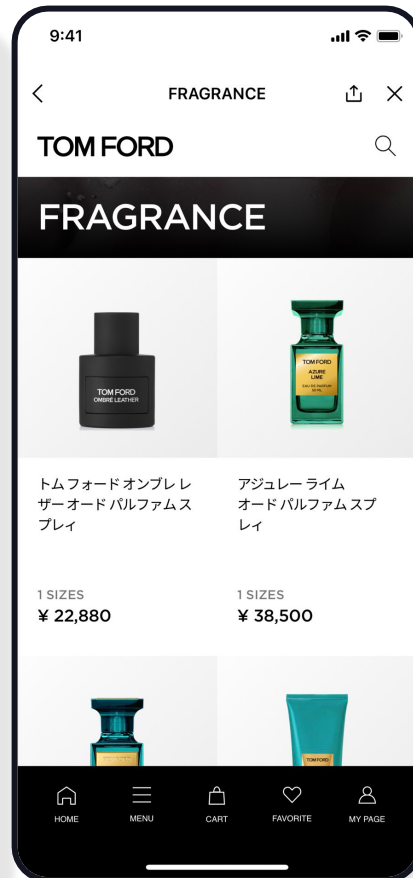
トムフォードビューティー LINEミニアプリを活用したECサイト

▼LINEミニアプリ

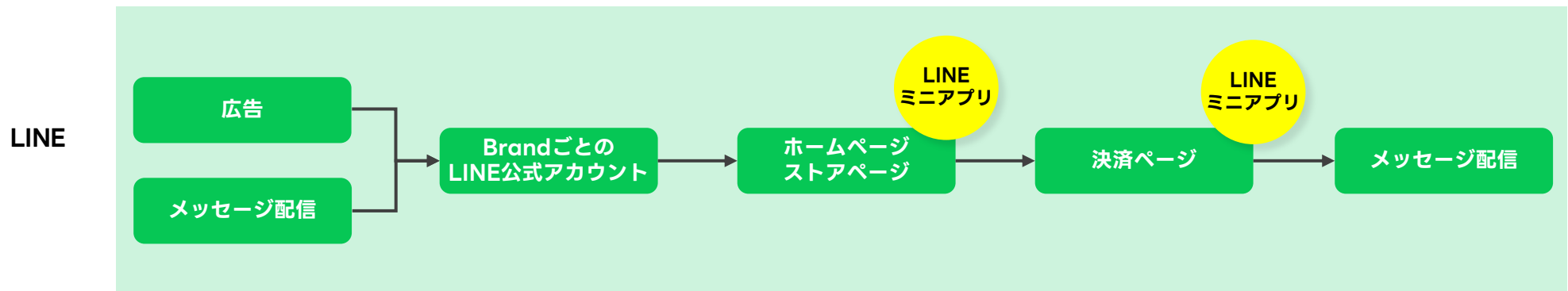
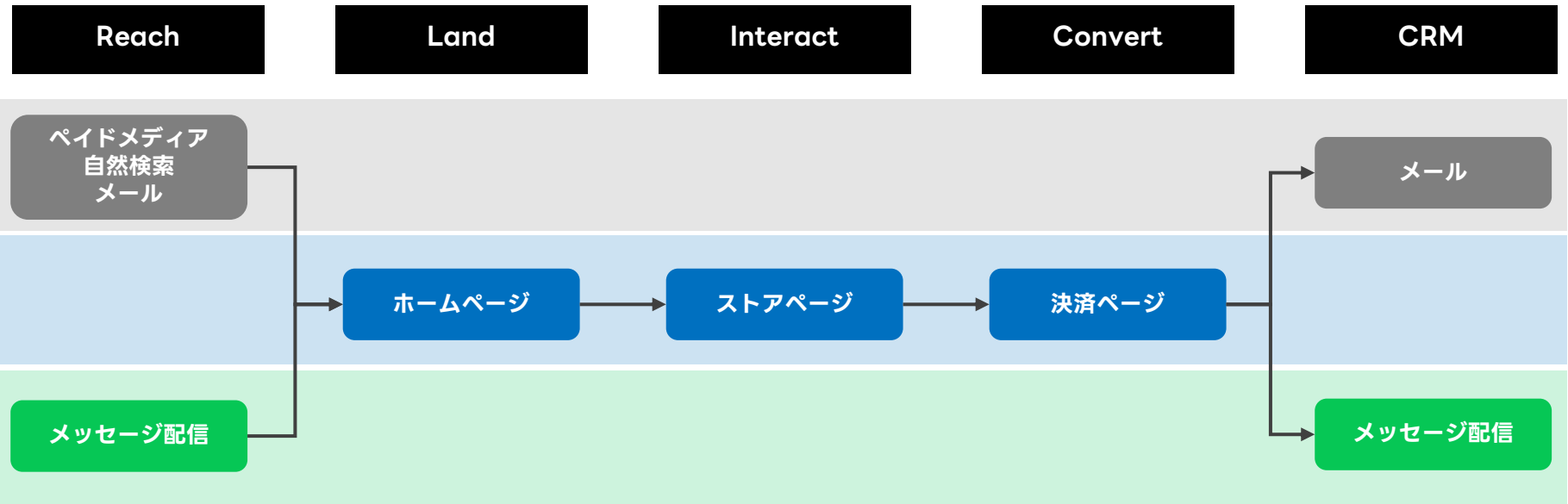


Luxuryな世界観

LINE限定の商品



ブラウザ vs LINEミニアプリ



ソーシャルコマースエコシステムを 実現するための更なる取り組み



5/29
正式リリース

The
Ordinary.

▼LINEミニアプリ



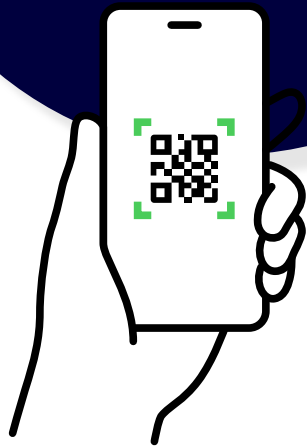
Theme3

LINEヤフーと 今後一緒に取り組んでいきたいこと

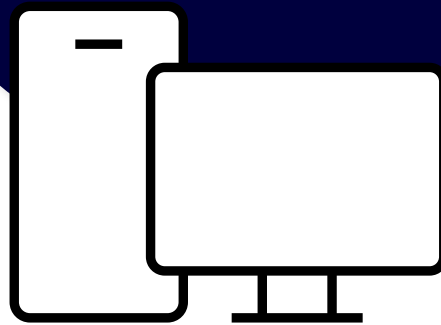


今後のLINEヤフープロダクトの活用展望

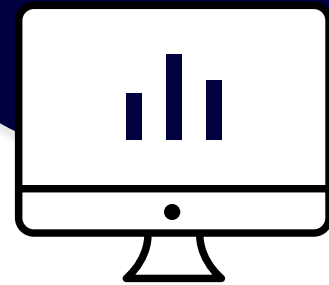
LINEミニアプリの
End to end Experience
のOptimization



ヤフー面の活用



LINEヤフーデータによる
友だち分析・施策活用





Hello

Friends!

With LINEヤフー

