

LINE公式アカウント アカウント開設後の 基本活用法

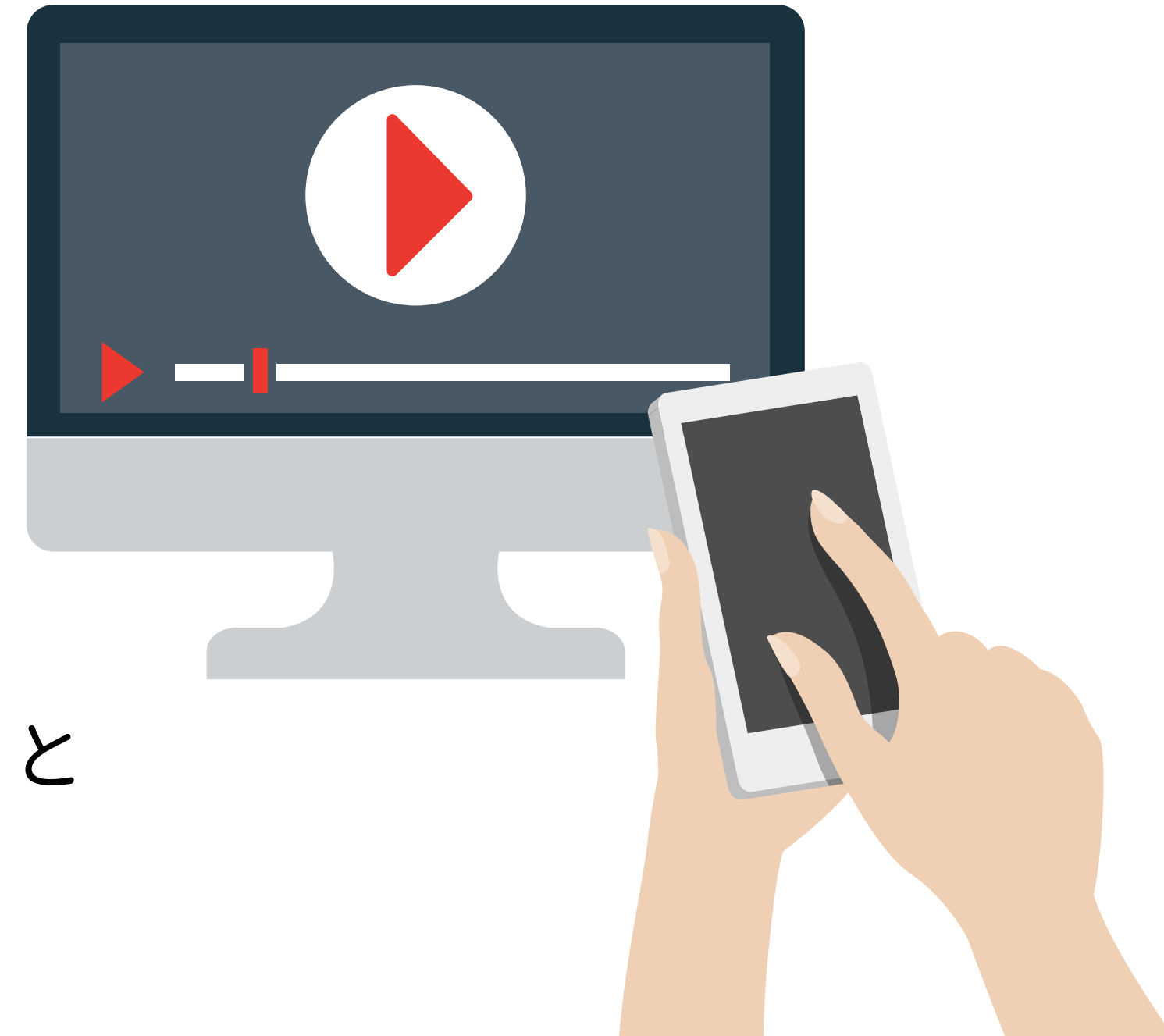


おすすめの見方

パソコンで動画を見ながら スマホで操作

スマホの機種や
バージョンによって、
メニューの位置や名前が
変わっている場合があります

WEBツールは変わりやすいので
同じものが見つからなかった場合
動画を止めて「これかな？」 「こっちかも」と
押してみてください



自己紹介



WEBサポーター
青木尚美

IT/WEB周りのテクニカルサポート専門家

システムエンジニア、パソコンインストラクターを経て、
起業家のIT/WEB周りのサポーターテクニカルサポートで独立。
延100人以上の起業家をサポート。

Growth Web Techプレミアム内でテクニカルサポートを継続しながら、
エンジニアだった経験を活かし、ホームページの制作を中心に活動をしています。

「喜ばれる仕事と自分の理想の人生の両方を追求しながら、
楽しくシゴトをする人を増やしたい」との想いで活動しています。

このようなお悩みありませんか？

- LINE公式アカウントの基本操作がわからない
- WEBやパソコンが苦手で、ビジネスのオンライン展開が難しい
- メルマガからLINE公式アカウントに移行したい
- LINE公式アカウント作ったけど活用方法がわからない
- クーポンや特典の提供で顧客を引き込みたいが、具体的な手法に自信がない

目次

- LINE公式アカウントとは
- LINE公式アカウントを使うタイミング
- LINE公式アカウントの登録手順と設定方法の解説
- 開設後におすすめ基本機能の操作方法
- 自動返信やウェルカムメッセージの設定についての具体的な手順
- 顧客とのコミュニケーションをしながら、お知らせ、特典を提供する方法

LINE公式アカウントとは

LINEアプリのユーザー数

国内の月間利用者数

9,500万人

国内の月間アクティブライト率

85% = 7310万人

※2020年LINE公式発表数字

LINE公式アカウントはコミュニケーションアプリ「LINE」上で企業や店舗がアカウントをつくり、**友だち追加してくれたユーザーに直接情報を届けられるサービス**です。

メッセージ配信以外にも、ユーザーと1対1で会話できるLINEチャットやクーポン、ショップカードなどの便利機能を使うことでユーザーを店舗やサイトへ送客する機能があります。

LINE公式の料金携帯



※料金プランはアカウント作成後にアップグレード、ダウングレードが可能です

月額固定費0円から利用ができ、有料プランは固定費に加えメッセージ通数に応じた従量課金制が採用されています。予算や配信スケジュールに合わせて、プランの変更が可能です。

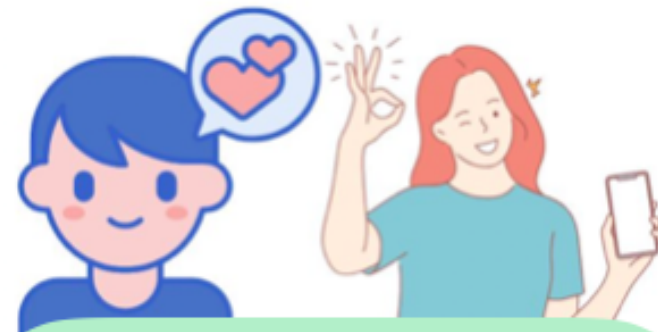
お客様を興味別に4タイプに分けてみる

潜在顧客



通りすがり

見込み客



興味がある

健在顧客



探している

リピーター



購入済み

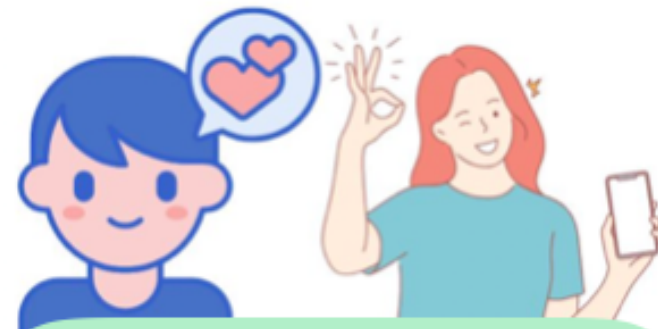
LINE公式アカウントを使うタイミング

潜在顧客



通りすがり

見込み客



興味がある

健在顧客



探している

リピーター



購入済み

LINE公式アカウントが推奨している
使い方は2回目以降の集客です。

次回の来店・購入動機となる

「お得な情報」や「お役立ち情報」を
お届けします。

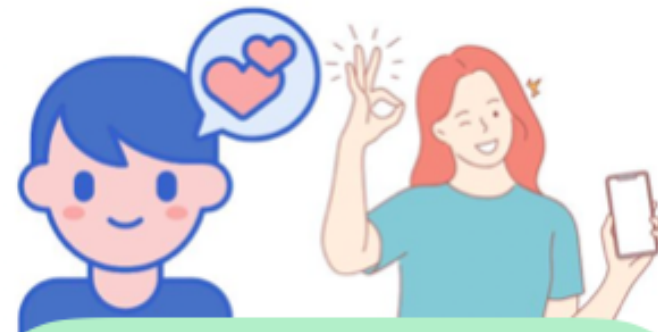
LINE公式アカウントを使うタイミング

潜在顧客



通りすがり

見込み客



興味がある

健在顧客



探している

リピーター



購入済み

実際に有料商品は購入していなくても
「お得な情報」や「お役立ち情報」を
受け取りたい方に向けて発信することで
1回目の有料商品購入につなげることもできます。

LINE公式の活用ポイント

LINE公式は様々な機能があります。

「何をしたいか」と「どの機能を使って実現できるか」
を組み合わせることで
さまざまなアプローチができます。

LINE公式の活用を考える（青木Ver.）

- **LINE公式の活用の目的は？**

- ①WEB集客ツールの操作方法やHP制作に興味のある人にお役立ち情報をお届けする（プレゼント）
- ②有料サービスの案内をする
- ③活用事例を紹介するために様々な機能を活用する

LINE公式の活用を考える（青木Ver.）

年内のキャンペーン予定

9月：LINE公式の基本活用法（PDF無料プレゼント）

新規友だち登録の方へ自己紹介＆動画案内

LINE公式の基本活用法（動画有料）

10月：アンケートリサーチ

基本的なウェブツールの使い方

11月：プロフィール写真変更

SNS診断

12月：年末個別相談割引クーポン

LINE公式の活用を考える（青木Ver.）

キャンペーンで使う機能

9月：LINE公式の基本活用法

→新規：あいさつメッセージ

既存：メッセージ配信（テキスト）

リッチメニュー

新規友だち登録の方へ自己紹介＆動画案内

→ステップ配信

LINE公式の基本活用法（動画有料）

→メニューを押した人に動画案内メッセージ

LINE公式の活用を考える（青木Ver.）

年内のキャンペーン予定

10月：アンケートリサーチ

→リサーチ

基本的なウェブツールの使い方

→9月のPDFと同じ

11月：SNS診断

→カードタイプメッセージ&応答メッセージ

12月：年末個別相談割引クーポン

→クーポン

開設後にオススメ基本設定

プロフィール

友だち追加をする際に表示される画面です。店舗・サービスの紹介、基本情報、WEBサイトやクーポンなどの導線設定ができます。

あいさつメッセージ

友だち追加の直後に自動で送られるメッセージのことです。登録特典がある場合は受け取れるよう案内します。

リッチメニュー

トーク画面の下部に固定で表示されるメニュー機能です。お問合せや予約サイトなど、外部サイトへのリンクを設定できます。

プロフィール設定に必要なもの

- 背景画像を使うか、使わない場合は色を決める（白でもOK）
- アイコン（自分の写真、お店のアイコン）を用意する
- 表示するボタンを決める（3つまで）



あいさつメッセージ設定に必要なもの

- どのようなメッセージをお伝えするかを決める
内容に正解も不正解ありません。

(内容例) 全て入っている必要はありません

- 登録へのお礼
- 自己紹介
- どんなことを発信するLINEなのか
- プレゼントを渡す
- 次の導線の案内 or プレゼントの受取り方を案内

あいさつメッセージ設定に必要なもの

プレゼントや次の導線を受け取りたい人を知らなくていい場合

- 案1) あいさつメッセージの中に次の導線を入れる
 - URLをメッセージに入れる
 - または、あいさつメッセージでリッチメッセージを送る

あいさつメッセージ設定に必要なもの

プレゼントや次の導線を受け取りたい人を知りたい場合

案1) 何かしらのメッセージやスタンプを打ち込んでもらい
コミュニケーションを取る

案2) 特定のキーワードを入力してもらい
応答メッセージで次の導線を自動で伝える

リッチメニュー設定に必要なもの

- 何を案内するか、何個案内するかを決める

大 リッチメニューのレイアウト

リッチメニューのコンテンツを多く表示する場合におすすめです。



小

トークルームにバランスよくリッチメニューを表示する場合におすすめです。



- レイアウトに合わせた画像を用意する

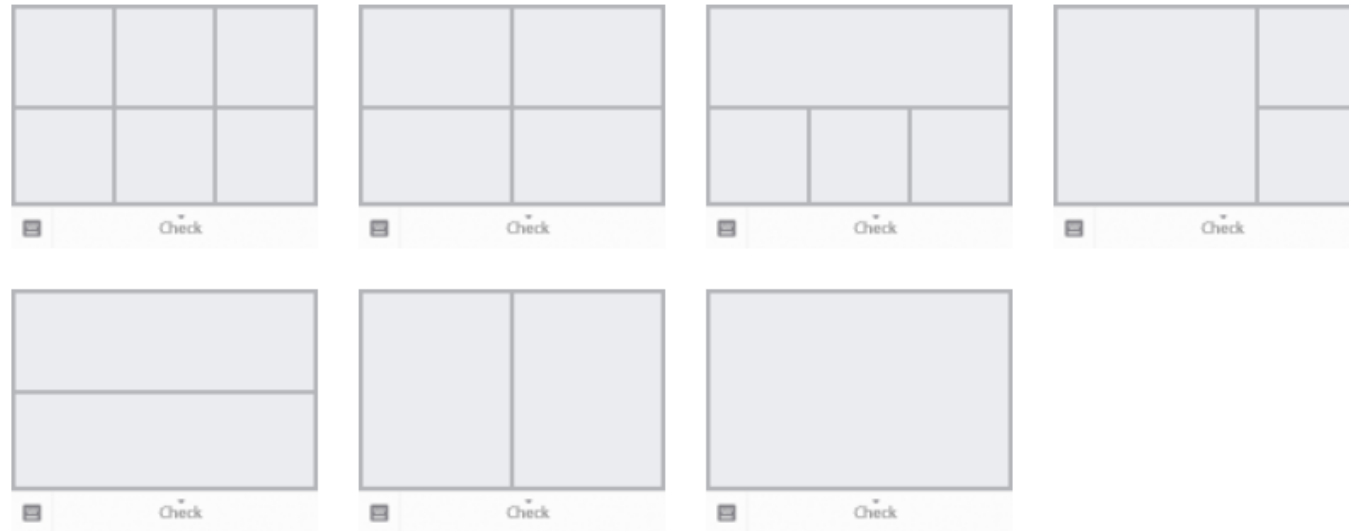
- メニューを押したときのアクション

- ① リンク先に飛ぶ：URLを用意
- ② クーポン
- ③ ショップカード
- ④ 反応するけど1～3にない場合は
応答メッセージを設定する

9月の立地メニュー（青木Ver.）

大

リッチメニューのコンテンツを多く表示する場合におすすめです。



小

トークルームにバランスよくリッチメニューを表示する場合におすすめです。



「LINE公式の基本設定（PDF）」を
直接見れるURLを貼る

メッセージの種類

テキスト

カードタイプメッセージ

画像

スタンプ

リッチメッセージ

動画

クーポン

リッチ動画メッセージ

リサーチ

ボイスメッセージ

メッセージの種類

テキスト

文字、絵文字、
URLをそのままなど
テキスト文章を送ることができます

メッセージの種類

スタンプ

スタンプを送れます

メッセージの種類

ボイスメッセージ

すでに録音した音声データを送ることができます。

メッセージの種類

画像

画像データを
送ることができます。

※画像を押しても
何も動作はありません

メッセージの種類

リッチメッセージ

画像にリンクを設定して
配信できる機能です。

（画像を押すと、外部リンク
やクーポンにいけます）
画面全体に大きく表示される
ので、テキストを入れたり
商品の魅力を伝えやすい
です。

メッセージの種類

動画

動画データを
送ることができます。

※動画を押しても
何も動作はありません

メッセージの種類

リッチ動画メッセージ

トークルームで動画が自動再生される機能です。
動画の終了画面にはURLを表示できるため、次のアクションに誘導できます。

メッセージの種類

カードタイプメッセージ

カルーセル形式で複数のコンテンツを1つにまとめて送信できる機能です。

リンクをタップまたはクリックできる範囲が広く、さまざまな情報を整理して送信できます。

<応用技>

カードタイプメッセージと自動応答を組み合わせ
「タイプ別診断」を作ることができます

メッセージの種類

クーポン

LINEを通じて配布できる電子クーポンを作成する機能です。

割引・無料・プレゼント・キャッシュバック・抽選のクーポンができます。

メッセージの種類

リサーチ

投票形式やアンケート形式でユーザーの意見を集計できる機能です。

性別、年齢、居住地の他、自分で作った単一の質問・複数回答の質問に回答してもらうことができます。

回答率UPのため、回答後にクーポン配布もできます。

問い合わせ対応やリピーターに効果的な機能

LINEチャット

ユーザーと1対1でやりとりができる機能です。

テキスト、画像を送ることができます。

個別のやりとりは、他のユーザーには見えません。

問い合わせ対応やリピーターに効果的な機能

ショップカード

商品購入時の特典としてLINE上で発行・管理できるポイントカードのような機能です。

問い合わせ対応やリピーターに効果的な機能

LINEコール

ユーザーからLINE公式アカウントに無料で音声通話やビデオ通話ができる機能です。

運用の効率化や利便性の向上に効果的な機能

応答メッセージ

ユーザーからチャットで話しかけられた際の返信を自動化する機能です。
メッセージに含まれる「キーワード」に対して、返信内容を自由に設定できます。

活用方法は、

- ・特定のキーワードを送ってもらった時に、決まった内容を返信する時
 - ・リッチメニューでカードタイプメッセージやリッチメッセージを送る時
 - ・カードタイプメッセージでタイプ別診断をする時
- などなど様々です

運用の効率化や利便性の向上に効果的な機能

ステップ配信

設定した条件に当てはまる友達に対し、複数のメッセージを自動で配信できる機能です。

条件は、友達追加した時、特定リンクをクリックしたユーザー、特定メッセージを開封したユーザー、特定タグのユーザーなどがあります。