



UPLINK × LINE@ 比較資料



UPLINK事業推進部
2019.10

LINE@との違い

自社アプリ・LINE@の活用方法を住み分けてリピーター集客を高める

広告媒体はご新規様を獲得する役割
自社媒体はリピーター様の受け皿

初来店



広告媒体

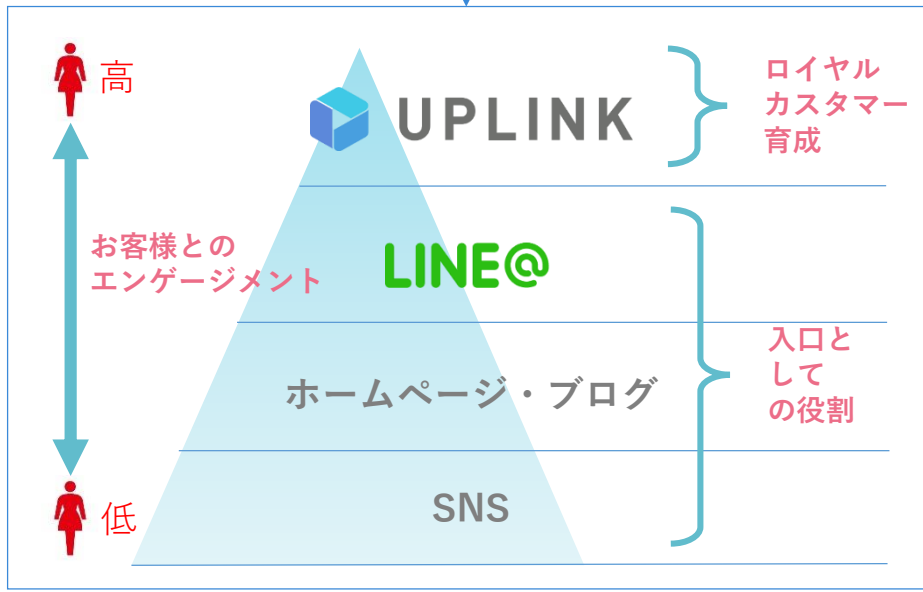


広告媒体で獲得したご新規様を
2回目以降自社媒体へ切り替え

再来店



自社媒体



リピーター様の受け皿としてアプリを持てる時代に

自社アプリ・LINE@・ホームページ・SNS等を住み分けてリピーター集客を高めます

LINE@との違い (1/2)

【ロゴアイコン】

スマホを開いてすぐお店のアイコン



LINE@だと友達・他社LINEの情報に埋もれてしまいがち。

アプリであれば、**スマホを開くたびにお店のロゴが目に入ってくる**からそれだけで宣伝効果抜群。

視認率100%、リアルタイムの即時性、面倒なユーザー登録作業は不要です。

【デザイン性】

デザイナーが作成するオリジナルデザイン

アプリに精通した**デザイナーが個別にカスタマイズ**



【スタンプカード】

1アプリ最大30枚のスタンプカードを持つことが可能



スタンプ2倍デーなどの**スペシャルデー**を月ごと、週ごと、日にち指定、期間で設定可能

店舗ごとにスタンプの捺印マークを変え、**スタンプラリー**のような取り組みも◎



【ポイントカード】

店舗での利用金額増を後押しするポイントカード機能



加算・減算式



コンプリート式

ポイントを貯めながら利用できる「**加算・減算式**」と、予め決められたポイント数を貯める「**コンプリート式**」から自由に選べます。

LINE@との違い (2/2)

【クーポン】

シーンごとに使い分けできるクーポン

「通常クーポン」に加え、

- 「初回限定クーポン」
- 「回数券クーポン」
- 「お誕生日クーポン」
- 「スクラッチクーポン」

などを、各店舗最大30件まで掲載が可能です。



【自動配信】

運用負担の軽減と効果的な配信



その月が誕生日のお客様へバースデーメッセージを自動的送付可能
お誕生月の来店きっかけとなり、特典の付与でお客様の満足値向上に繋がります。



最終来店日から設定した日数が経過したときに、お客様に再来店を促すメッセージを最大5回まで自動的に送ることができます。

【分析】

アプリ利用状況／ユーザー個別データの取得

ダウンロードしたユーザー数										1,881人	
OS											
Android	48人									2.6%	
iOS	1,833人									97.4%	
年齢	性別										
～19歳	37人									1.9%	
20～29歳	293人									15.6%	
30～39歳	98人									5.2%	
40～49歳	138人									7.3%	
50～59歳	47人									2.5%	
60～69歳	15人									0.8%	
70～79歳	2人									0.1%	
80～89歳	6人									0.3%	
90歳～	298人									15.9%	

プロフィール設定項目やアプリの利用状況など、細かな顧客情報・嗜好などのデータが抽出可能です。

管理画面でも確認でき、ExcelやCSVでエクスポートもできます。

日付	メニュー	イベント	スキャン	ポイント	お祝い	お祝い	お祝い	お祝い	お祝い	お祝い	お祝い	お祝い	お祝い	お祝い	お祝い	お祝い	お祝い	お祝い	お祝い	お祝い
08月	7	6	49	15	32	38	3	24	35	2	3	7	0							
09月	15	15	171	90	71	26	29	19	282	26	10	40	0							
10月	64	38	1,106	870	312	135	94	321	809	26	41	277	0							
11月	55	55	418	136	245	83	95	195	415	25	23	89	0							
12月	47	36	699	163	114	66	32	313	348	22	13	108	297							
合計	388	150	2443	1274	774	349	293	872	1989	101	90	921	297							

【リクエスト予約】

予約希望の受付がアプリ内で完結



ユーザーはアプリから予約希望をリクエストすることができます。

移動中など電話ができない場面でもユーザーはストレスなく予約希望を伝えることができ、お店側も来店の機会損失を防ぎます。

LINE@サービス統合による弊害

2018年11月に店舗や企業アカウントが利用しているLINE@サービスが、「LINE公式アカウント」「LINEビジネスコネク」などと統合され、「**LINE公式アカウント**」としてサービス統合されることが発表



所定期間内に**新プランへ移行する必要**があり

【強制サービス移行期間】 2020年1月14日～2月28日

LINE友だち数と配信数次第では、従量課金制になってしまい、現在の利用料金が数十倍にも膨れ上がってしまう事態に！

LINE@サービス統合による弊害

▼現料金プラン

プラン	料金	メッセージ配信数
フリー	0円	ターゲットリーチ数 1,000通
ベーシック	5,000円	ターゲットリーチ数 5,000人以内無制限
プロ	20,000円	ターゲットリーチ数 100,000人以内無制限
プロAPI	30,000円	ターゲットリーチ数 100,000人以内無制限

▼新料金プラン

プラン	料金	メッセージ配信数
フリー	0円	1,000通
ライト	5,000円	15,000通
スタンダード	15,000円	45,000通

▼新料金プラン詳細

プラン		フリープラン	ライトプラン	スタンダードプラン	
新プラン (概要)	月額利用料	0円	5,000円	15,000円	
	メッセージ配信数 (無料分)	1,000通	15,000通	45,000通	
	追加メッセージ料金	追加購入不可	5円/1通	~3円/1通	
	タイムライン投稿	すべてのプランで無制限			
	機能 (抜粋)	友だち属性表示 / セグメント配信	すべてのプランで 使用可能		
		リッチメッセージ			
		リッチメニュー			
		リッチビデオメッセージ			
		動画メッセージ			
		音声メッセージ			
クーポン機能					
1:1トーク					
アカウントページ					
LINE ショップカード					
オプション	プレミアムID	1,200円/年			

▼追加メッセージ料金

追加メッセージ配信数	単価 (税別)
~50,000	¥3.00
50,001~100,000	¥2.80
100,001~200,000	¥2.60
200,001~300,000	¥2.40
300,001~400,000	¥2.20
400,001~500,000	¥2.00
500,001~600,000	¥1.90
600,001~700,000	¥1.80
700,001~800,000	¥1.70
800,001~900,000	¥1.60
900,001~1,000,000	¥1.50

※税別価格

LINE@サービス統合による弊害

ライトで「1,000通」を追加配信する場合



スタンダードで「1,000通」を追加配信する場合



スタンダードで「100,000通」を追加配信する場合 ※追加配信数によって、1通あたりの配信単価が異なります



LINE友だち数と配信数が多ければ多いほど、
契約プラン次第ですぐに従量課金の対象となる可能性が…

10,000～10万人を超えるアカウントを運用している企業は要注意！！

●LINE@45,000人の友だちがいる企業様 / 週1回の配信を行った場合

※プラン：スタンダードプラン

配信回数	配信人数	従量課金単価	金額
1回目配信	45,000人	0円	15,000円（定額費用）
2回目配信	45,000人	3円	135,000円
3回目配信	45,000人	2.8円	126,000円
4回目配信	45,000人	2.6円	117,000円
合計			393,000円

現料金プラン「プロ」であれば、21,600円でターゲットリーチ数100,000人以内は無制限配信できたものが、新料金プランだと、2回配信を行うだけで135,000円にも膨れ上がることに…

 **オリジナルアプリへの変更を検討する企業が続出！**

導入価格費用

比較項目		UPLINK	LINE			
料金形態		定額制 19,800円/月	定額制 + 従量課金制			
機能	スタンプカード	無料	無料			
	ポイントカード	無料	-			
	ECサイト	無料	-			
	1対1トーク	無料	無料			
	クーポン	無料	無料			
	デジタルチケット	初期10,000円	-			
	予約	無料	無料			
	プッシュ通知	プラン	-	フリー	ライト	スタンダード
		料金	無料	無料	5,000円/月	15,000円/月
配信数		制限なし	1,000通 まで ※追加購入不可	15,000通 まで 以降5円/1通	45,000通 まで 以降3円/1通	
お店の基本情報		無料	無料			
デザイン性	アプリアイコン	お店のロゴ	LINEアイコン			
	TOPページ	デザイナーによる オリジナルデザイン ※作成代無料	ボタンカラー カバー画像の変更			
	スタンプカード	カスタマイズ可能	10デザインから選択			
	ポイントカード	カスタマイズ可能	-			
サポート体制		無料	29,800円/月			
販促ツール		初回無料 ショップカード300枚 ショップカードスタンド10個 シール中2枚/大2枚	有料 ※ポスターデータの ダウンロードは無料			

UPLINK優位性まとめ&切替メリット

効果

■ブランディング面で有利

デザイン・オリジナリティに優れる自社アプリの方がブランディング強化に繋がります。

■看板効果・思い出し効果

スマホのTOP画面にアイコンがあるだけで、スマホを起動するたびにお店のことを思い出してもらえます。

機能

■セグメント配信・自動配信が可能

プッシュ通知はスタンプ・ポイント・プロフィール設定と連動して配信先を絞り込むことができます。

■一斉配信が簡単

本部アカウントではアプリダウンロードユーザーへの一斉配信が簡単に行えます（LINEは店舗毎のみ）

■顧客情報・嗜好が集約できる

プロフィール設定やアプリ利用履歴など、顧客情報・嗜好が簡単に集められます。

価格

■さほど変わらない価格で移行できる

オリジナルアプリが今とさほど変わらない価格で移行できるので、切替検討企業には響きます。

■従量課金・オプション課金は一切なし

ダウンロード数やプッシュ通知に応じた追加料金は一切かからず、制限なく対応可能です。スタンプカード・ポイントカードなどの機能も同様です。
※デジタルチケット機能のみ、初期費用が発生します。

サポート

■充実したフォロー体制

アプリ運用が軌道に乗るまでの最初の3カ月は、フォロー専任担当によるバックアップ。それ以後も永続的にサポートデスクがサポートします。もちろん、追加料金もかかりません。

■ベルフェイスによる運用レクチャー

パソコン・タブレットで画面を共有しながら、管理画面操作方法のレクチャー、アプリ運用のご提案を行います。

トークスクリプト例

▼商談



御社で現在、**LINE@**を利用されているかと思いますが、プランが改定されるのは知っていますか？

お友だち数は何人ぐらいですか？
配信数は月にどれぐらいですか？

改定後、コストが膨大になってしまう想定で、LINE@の見直しをしている企業が続出しています、今注目を集めているのが「**店舗公式アプリ**」なんです。専門部署からの話を一度聞かれてみませんか？？？

▼テレアポ



現在かけられている販売促進コストを削減できる商品のご案内をしまして、さまざまな情報を簡単に配信でき、顧客満足度の向上にも役立てることができるのが「**店舗公式アプリ**」になります。

御社では現在、**LINE@**を利用されていますよね？ ※以後同左



UPLINK