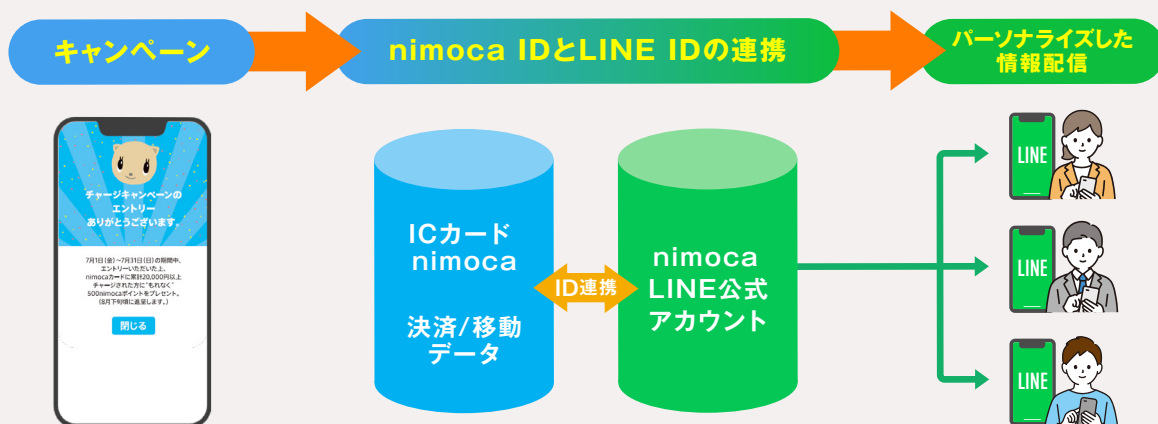


## 取り組み事例紹介

### 交通系ICカード「nimoca」 nimocaのIDとLINEのアカウントを連携したマーケティング

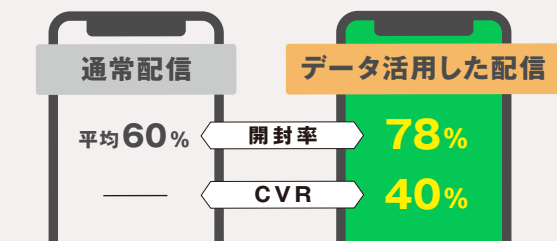
課題	利用者	最適な連絡手段がないため、欲しい情報が届かずストレスを感じてしまう
	事業者	キャンペーンの投資に無駄が発生している
実施概要	交通系ICカード「nimoca」とLINE公式アカウントを連携させたチャージキャンペーンを実施し、キャンペーンの最適化とコミュニケーションのパーソナライズ化を実現。	
実施結果	利用者	データ活用したLINE配信により、開封率78%、CVR40%※の好結果
	事業者	LINEでエントリー制を実施することで約90%のマーケティングコストを削減

#### データ活用イメージ



#### 実施結果のポイント

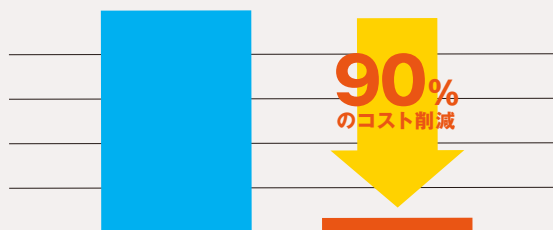
##### 開封率とCV率向上



連携したデータを活用し、エントリーかつチャージ等の条件を満たしていないユーザーにセグメント配信したところ開封率78%、CVR40%※を実現。

※CVR=チャージ実施数/配信数

##### CPコスト削減



これまではキャンペーン参加の意思がなく普段と同じようにチャージしたユーザーにもポイント付与していたところにLINEでのエントリー制を導入しマーケティングコストを90%削減。