

取り組み事例紹介

マリンワールド 年間パスポート会員限定イベントの集客

課題	年間パスポート会員限定のイベントの告知をしたいが対象者に絞った案内手段がないため、ターゲットを絞らず広く告知をしており、集客に苦戦していた。
実施概要	・アンケートで取得した年間パスポートの保有有無情報をもとに、年間パスポート会員向け情報を配信 ・リッチメッセージを活用。
実施結果	・参加資格があるユーザーに絞ったことで、配信通数を少なく抑えられた。 ・リッチメッセージを活用することで、クリック率が上がり、申込数も増えた。 ➡ 効率的な集客に成功

比較	2022春	2023春
配信	 <p>友だち全員に配信</p>	 <p>年パス会員にのみ配信</p>
申込数 (申込数/配信数)	<p>88件 (0.24%)</p>	<p>260件 (19.17%)</p>

施策実施のメリット

時間の短縮

告知の配信から2日で定員に達したため、他の集客施策を実施する必要がなくなった。

配信コストの削減

配信対象ユーザーは約1,400名。LINE公式アカウントの余った配信可能通数枠で別の情報発信が可能に。

ユーザー満足度の維持

関係ない情報の大量送信はブロックを誘発。ターゲットを絞ることでブロック抑制効果あり。