

## 取り組み事例紹介

### マリンワールド海の中道 来館ポイント LINEミニアプリ

#### 課題

顧客満足度向上のためにネイティブアプリのポイントカードを運用していたが、お客様の来館実績データをマーケティングに生かせていなかった。

#### 実施概要

来館ポイントLINEミニアプリを開発。  
お客様の来館状況をLINEユーザーIDに紐づかたちで取得できるようになった。

#### 実施結果

興味や来館経験のあるお客様に向けたメッセージ配信が可能となり、効果的な集客に繋がった。

#### 来館ポイント取得の流れ

##### ①QRコード読み込み



##### ②お客様情報入力



##### ③来館ポイント取得



#### リッチメニューから確認できます



#### メッセージ配信に活用

来館ポイントカードを利用登録したユーザーに絞って、イベントの案内を配信した。その結果、友だち全員に配信したときと比べて、配信数を抑えつつ、申込数が増加した。

#### 夜のすいぞくかん 内覧会

	2022春	2024春
配信数	約36,700人 <small>前0.06倍</small>	約2,300人
申込数	88人 <small>前3.3倍</small>	291人
申込率	0.24% <small>前54倍</small>	12.9%

#### 担当者の声

貯めているポイントが多いお客様にクーポンを送る、貯めているポイントが少ないお客様に来館訴求をおこなう、といった活用に発展させられると考えている。

マリンワールド  
担当者

