

各種キャンペーン



キャンペーンとは

「キャンペーン」とは、始まりと終わり（締切り）がある販促活動のこと。
誰に、なぜ（理由）、何を（期間限定オファー）の3要素を検討しキャンペーンを作る。

キャンペーンの3要素

Who 誰に

顧客、優良顧客、休眠顧客...

Why なぜ(理由)

予約、アップグレード、期間限定
...

What 何を

何を期間限定オファーにするか
商品、特典、イベント...

キャンペーンを
作る



3要素が合致した企画は、
キャンペーン(販促)効果大きい

施策事例①：バースデーCP(セグメント配信)

Copyright© STARX Inc. All Rights Reserved.

誕生月の顧客に、日数限定で「誕生月キャンペーン」を配信。

対象：誕生日月の顧客

誕生月の3日間限定で
キャンペーンを配信

3日間連続で
カウントダウンを配信



施策の効果

- CVR不明 ※本施策は継続実施中

CHECK!

施策のポイント・ノウハウ

- お客様の誕生日をお祝いするメッセージをFVで表示させ、売り込み色が強くないようにする。
- システム設定としては、セグメント配信の予約機能を使う。

ご用意
いただくもの

トークメッセージ/画像の作成	必要	不要	要確認
遷移先URLの指定	必要	不要	要確認
セグメント条件の指定	必要	不要	要確認
配信日時の指定	必要	不要	要確認
起点日の指定	必要	不要	要確認
自動応答拳動の指定	必要	不要	要確認

施策事例②：〇〇の日CP(セグメント配信)

毎月特定の日などを「〇〇（商品やブランド）の日」とし、行動を促す。

サンプル

「〇〇の日」の特別価格を
24時間限定で配信

24時間限定タイムセール

本日は「〇〇の日」

本日は、恒例の「〇〇の日」♪

当社でも圧倒的な
人気のスキンケア商品が
本日に限り特別価格！！

通常価格 7,500(税別)
最大1,100円引き!!

6,400円

ご購入いただけます。

〇日 23:59まで

本日だけの
特別価格で購入する

施策の効果

- ユーザー内でも「●●の日はお得だ」という認知が広がり、購入を促すきっかけとなっている。
- CVR、ROASともに高い数字

CHECK!

施策のポイント・ノウハウ

- LPやECサイトで24時間限定で購入できるように管理する
- あと●時間、あと●分といった表示を行い（LPやLINEトークなどで）行動を促す。
- リッチメニューもキャンペーン期間中は切り替える

ご用意 いただくもの	トークメッセージ/画像の作成	必要	不要	要確認
	遷移先URLの指定	必要	不要	要確認
	セグメント条件の指定	必要	不要	要確認
	配信日時の指定	必要	不要	要確認
	起点日の指定	必要	不要	要確認
	自動応答挙動の指定	必要	不要	要確認

施策事例③：LINE先行発売CP(セグメント配信)

LINE登録者限定で商品を特別価格で先行販売し、購入を促す。

サンプル

特別価格での先行販売を
先着で提供



LINE登録者限定 先行販売!

BRAND
7,500円(税別)
47% OFF 3,980円

先着100名様限定!!

いつも〇〇をご利用いただき、ありがとうございます。本日は、LINE登録をしていただいている皆様への**特別なご案内**です。

このメッセージを受け取った方限定で、来月発売予定の〇〇を**特別価格で先行販売**いたします!

今すぐ特別価格で購入する →

施策の効果

- 先着●●様分がすぐに完売

CHECK!

施策のポイント・ノウハウ

- 他チャネルよりもLINEで先行案内する
- LINEが最も早く告知される。等の認知を日々積み重ねていると、行動を促しやすい。
- リッチメニューもキャンペーン期間中は切り替える

ご用意
いただくもの

トークメッセージ/画像の作成	必要	不要	要確認
遷移先URLの指定	必要	不要	要確認
セグメント条件の指定	必要	不要	要確認
配信日時の指定	必要	不要	要確認
起点日の指定	必要	不要	要確認
自動応答挙動の指定	必要	不要	要確認

施策事例④：クイズ&クーポンCP（挨拶メッセージ） Copyright© STARX Inc. All Rights Reserved.

友だち登録時と同時にクイズ(診断)に参加してもらい、回答結果によって価格変動するクーポンを配布

サンプル

商品やブランドに関係があるクイズを配信。
参加者に特別クーポンを配信



施策の効果

- 40%以上のユーザーがクイズ(全問)を回答
- 実際に、クーポンも高い割合で利用（＝売上になる）

CHECK!

施策のポイント・ノウハウ

- ユーザーのインサイトに響く企画が何より大事
- LINEのステップ配信やリッチメニュー切り替えの機能を利用して、クイズへの参加率や完了率を高める

ご用意
いただくもの

トークメッセージ/画像の作成	必要	不要	要確認
遷移先URLの指定	必要	不要	要確認
セグメント条件の指定	必要	不要	要確認
配信日時の指定	必要	不要	要確認
起点日の指定	必要	不要	要確認
自動応答挙動の指定	必要	不要	要確認

施策事例⑤：〇〇の特別CP（セグメント配信）

「〇〇賞受賞」など、実績を告知するとともに、セール情報を送信。

サンプル

受賞記念として、キャンペーンの開催情報をお知らせ



施策の効果

- CVR不明 ※本施策は継続実施中

CHECK!

施策のポイント・ノウハウ

- キャンペーンの締め切りにあわせて、リマインド配信（ex あと●時間でCP終了となります）を行う（一斉配信or予約配信）
- リッチメニューもキャンペーン期間中は切り替える

ご用意 いただくもの	トークメッセージ/画像の作成	必要	不要	要確認
	遷移先URLの指定	必要	不要	要確認
	セグメント条件の指定	必要	不要	要確認
	配信日時の指定	必要	不要	要確認
	起点日の指定	必要	不要	要確認
	自動応答挙動の指定	必要	不要	要確認

施策事例⑥：商品アップグレード記念CP(セグメント配信)

© 2019 STARX Inc. All Rights Reserved.

商品アップグレード時に旧パッケージを特別価格で限定販売。

サンプル

旧パッケージの商品を
数量限定特別価格で提供

最大70%OFF!

当店人気No1の□□が、リニューアルします。リニューアルに伴い、旧パッケージの商品を最大70%OFFでご提供します。

過去最大級の割引率です。

先着100個限定です。この機会をお見逃しなく、お早めにお申し込みください。

施策の効果

- CVR不明 ※本施策は継続実施中

CHECK!

施策のポイント・ノウハウ

- 在庫数にあわせてあと●●個という希少性を訴求し、行動を促す
- リッチメニューもキャンペーン期間中は切り替える

ご用意
いただくもの

トークメッセージ/画像の作成	必要	不要	要確認
遷移先URLの指定	必要	不要	要確認
セグメント条件の指定	必要	不要	要確認
配信日時の指定	必要	不要	要確認
起点日の指定	必要	不要	要確認
自動応答拳動の指定	必要	不要	要確認

施策事例⑦：季節性イベントCP(セグメント配信)

時期ごとに特別セールを行い購入を促進。

サンプル

お正月や新年度など、
時期ごとに特別セールを実施



施策の効果

- CVR不明 ※本施策は継続実施中

CHECK!

施策のポイント・ノウハウ

- 季節に合わせた企画（商品・特典など）をキャンペーン化
- キャンペーンの締め切りにあわせて、リマインド配信（ex あと●時間でCP終了となります）を行う
- リッチメニューもキャンペーン期間中は切り替える

ご用意 いただくもの	トークメッセージ/画像の作成	必要	不要	要確認
	遷移先URLの指定	必要	不要	要確認
	セグメント条件の指定	必要	不要	要確認
	配信日時の指定	必要	不要	要確認
	起点日の指定	必要	不要	要確認
	自動応答挙動の指定	必要	不要	要確認

施策事例⑧：先着特典CP（セグメント配信）

先着●●様にプレゼントをつけ、行動を促進。

サンプル

時間限定・先着の特別価格を
サンクスページに表示

Special 今から
30分間のみ!!

〇〇オイル
通常価格 2,900円

無料
プレゼント

先着
100名様

〇〇とセットでご利用いただくと
より効果を実感いただけます!

プレゼントをゲットする

~先着100名様限定~

ご注文ありがとうございました。ご注文を感謝して、ここだけの、30分限定の特別オファーをお伝えします。
〇〇とセットでご利用いただくことで、より効果を感じていただける〇〇オイルを無料プレゼントでご提供。このチャンスにぜひおためしを!

施策の効果

- CVR不明 ※本施策は継続実施中

CHECK!

施策のポイント・ノウハウ

- 在庫数にあわせてあと●●個という希少性を訴求し、行動を促す
- リッチメニューもキャンペーン期間中は切り替える

ご用意
いただくもの

トークメッセージ/画像の作成	必要	不要	要確認
遷移先URLの指定	必要	不要	要確認
セグメント条件の指定	必要	不要	要確認
配信日時の指定	必要	不要	要確認
起点日の指定	必要	不要	要確認
自動応答挙動の指定	必要	不要	要確認

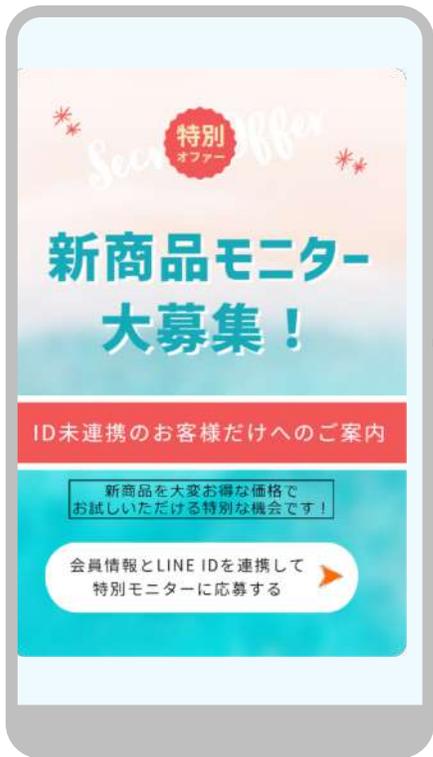
施策事例⑨：ID連携者限定CP(セグメント配信)

ID未連携の顧客に、モニター募集の告知をしながら、ID連携を促進。

対象：ID未連携の友だち

「新商品のモニター募集」をフックに、ID連携を促進

ID連携の画面に遷移



施策の効果

- CVR10%以上のアップセル

CHECK!

施策のポイント・ノウハウ

- 魅力的なオファーを用意することで、ID連携を促す

ご用意 いただくもの	トークメッセージ/画像の作成	必要	不要	要確認
	遷移先URLの指定	必要	不要	要確認
	セグメント条件の指定	必要	不要	要確認
	配信日時の指定	必要	不要	要確認
	起点日の指定	必要	不要	要確認
	自動応答挙動の指定	必要	不要	要確認

※あくまでも参考事例のため、効果を保証するものではありません

リピートラインならこんな事ができる！

Copyright© STARX Inc. All Rights Reserved.

リピートラインでは、以下のような細かい設定が可能

リピートライン

1

セグメント条件の自由度が高い
(ex 休眠●●日以上など)



2

キャンペーン配信に合わせて
一時的なリッチメニューの切り替え



3

LINE内注文受付の際に
期限設定ができる
(ex 各ユーザー24時間限定で受付可)

