

実来店へ繋げる！成果を生み出すLINE活用術

実施回	基礎編 (120分)	応用編 (120分)	飛躍編 (120分)
目的	LINEがSNSの起点となる！	新時代！LINEも仕組みが変わる！	LINE広告から瞬時的認知を上昇させる
内容	多様性のある時代のLINEの在り方は？	ショート動画時代！4大ショート動画の1つLINE VOOMとは？	LINEの特徴は利用ユーザーの年代に偏りがない日本国内の社会インフラへ
	月間利用アクティブユーザー数の最大のLINEを強化	LINEのタイムラインを動画中心のコンテンツへとアップデートしたLINE VOOM	SNS利用においてLINEのみを利用しているユーザーの割合の大きさ
	LINEを基点にクロスメディア化	LINE VOOMは、LINEの友だちからは独立して管理されている空間	LINE広告のターゲット設定からLINEに適したターゲットを読む
	なぜクロスメディア戦略は必要なのか？	LINE VOOMの月間アクティブユーザー数は6,800万人	既存顧客と新規顧客を狙えるLINE広告のターゲット設定
	実質値上げ！LINEの配信方法を変えなければならない時代	LINE VOOMの基本的な使い方や設定方法	ブロックの理由から検証！既存顧客を狙うLINE友だちブロックオーディエンス
	瞬時的認知を育成するためには単純に配信回数を減らすだけでは愚策	LINE VOOM studioで投稿した動画を分析する	類似オーディエンスを活用する
	インプレッションリターゲティングを使いこなす	追加費用がかからずに投稿が可能なLINE VOOMの活かし方	LINE広告が店舗の存在しないエリアでも表示される理由とは？
	お知らせ機能を使って最新情報を無料で発信する	お客様の習慣化を促進するLINE VOOMの運用方法	来店しないユーザーへのアプローチを止める
	Voomを使って最新情報を定期発信することによって顧客の習慣化を促進！	店内広告でLINE VOOMの投稿する日程を周知させる、フォロワー数を増やす	オーディエンスセグメント配信はどの設定が効果的かを見極める
	広告ガイドラインに適合させたLINEのリッチメニューで攻める	反応の高いショート動画を商圏内のお客様へLINE広告配信する	LINE広告の目的によって配信費は異なる
	視覚情報を補助するLINE配信の新たな音声を活用した配信方法	広告代理店から管理者権限を移行していただく方法	LINE広告を含めたSNS広告およびWEB広告の注意点
分析帳票を活用して配信結果と成果を分析する	LINEの管理権限移行なし！Yahoo!でLINE広告を実施する方法	ポジティブな感情の時に人間は行動を加速する	