

LINE 公式アカウント 活用事例 6選

アカウント運用のコツを紹介



配信内容ランキング（会員数の多いお店様）

※当社調べ



新人速報 + 無加工動画



えっちなLINE限定動画



割引系orオプションor延長

会員特典の事例

- ・ 限定コスチューム特典
- ・ +10分無料サービス
- ・ 口コミ抽選発表
- ・ 20時以降2000円割引
- ・ ゲリラ割引
- ・ 雨の日割引
- ・ 新人一番枠争奪戦
- ・ 新人割引
- ・ オプション1つ無料
- ・ 出勤1枠目を予約頂いたお客特典
- ・ アンケート特典
- ・ スペシャル動画の視聴が可能
- ・ LINEでしか配信しない割引特典
- ・ 新人:優先予約情報
- ・ レア出勤嬢:優先予約情報
- ・ 毎月のイベントを先行告知
- ・ 合言葉
- ・ クーポンコード
- ・ アンケート特典
- ・ Google口コミ投稿で特典
- ・ 当店ツイートをリツイートで特典
- ・ お友達登録日割り引き

参考事例・資料請求

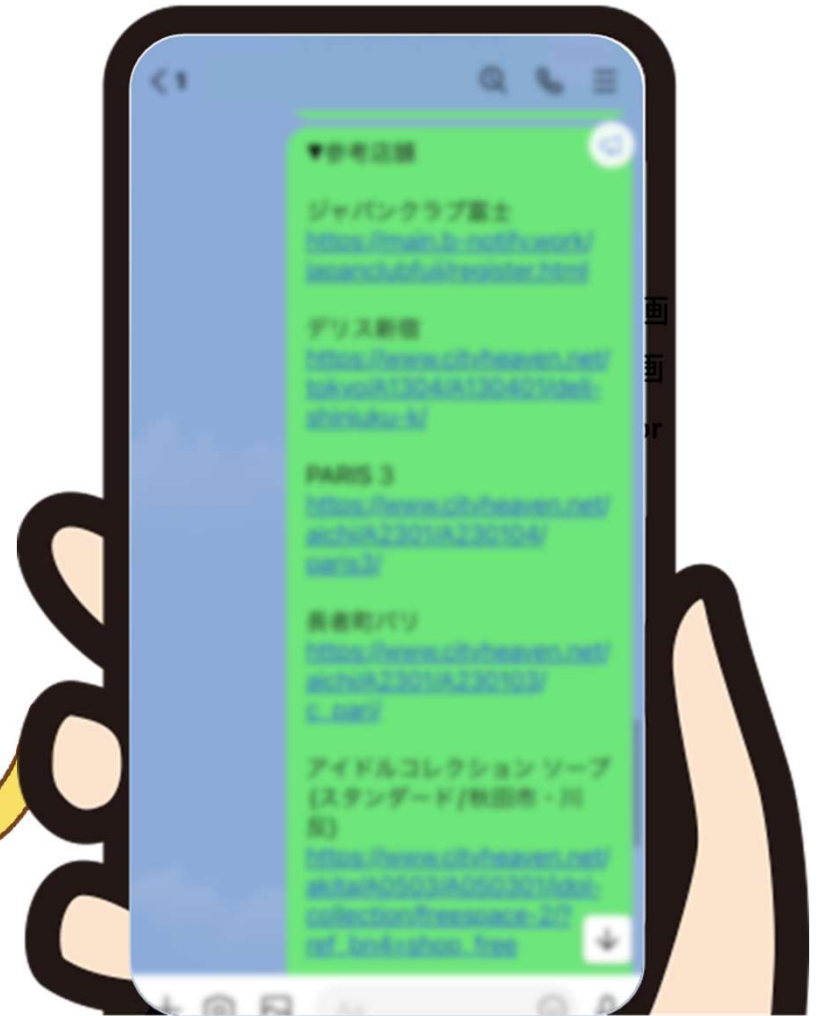
Check!



LINEで気軽に無料相談
専任スタッフが直接お答えします!



お友達登録



DMやメルマガ代わりにLINE公式アカウントを開設する風俗店が増えてきました。

LINEアカウントを開設する風俗数は80社を突破し、順調に登録社数を伸ばしています。

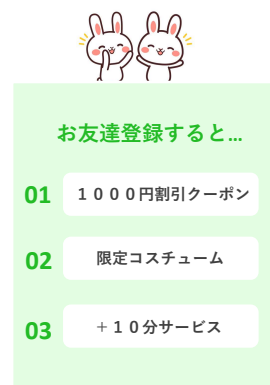
公式LINEアカウントの友だちを増やし、メッセージを送って良好な関係を築ければ、来店促進や購買促進ができます。

しかし、「公式LINEアカウントを開設したのに友だちが増えない...」
「LINE友だちにメッセージを送ったらブロックされてしまった...」など期待する効果が見込めないと悩むお店様も多くいらっしゃいます。

このような悩みを抱えている方は、**LINE公式アカウントの運用のコツ**を押さええて、**悩みを解決できるように**、今回はLINE公式アカウントの活用事例と運用のコツをご紹介します。

LINE公式アカウントの活用事例6選

メルマガより開封率が3.7倍アップ（店舗型ヘルスA様）



三大都市の競合多い人気エリアで店舗型ヘルスの運営している店舗型のヘルスA様は、2015年にオープン、2023年にへブンなどのポータルサイトから会員集めをする目的でLINE公式アカウントを開設活用を開始しました。

LINE公式アカウントを開設した理由は、LINEが普及され始めて、メルマガの開封率が下がってきたためです。

このような背景から、LINE公式アカウントを活用する方針に切り替えることを決めました。LINE公式アカウント運用のKPIとして「友だち数」を設定しており、**LINE限定で無加工動画配信やイベント情報のお知らせをいち早く始めました。**

店内でのお声がけするなど工夫をして、2週間で300人の友だち集めに成功しました。

また、友だち追加ページに遷移する際に「どのような情報が届くのか」など友だち特典を分かりやすく伝えています。

これらの情報を読んだ上で友だちになってもらうことで、ブロック率を最小限に抑えているのです。

友だちになってくれたユーザーには、登録後すぐに利用できる「クーポン券」を配布するなどして、若年層の顧客獲得に成功。

売上全体の約5%がLINE公式アカウント経由となっています。

客単価が400円～500円ほど増加(デリヘルB様)

平日と休日で訴求効果を変える

平日		休日
来店	配信目的	翌週理解促進
今週の目玉紹介	訴求内容	翌週イベント告知

創業15年を迎える老舗デリヘルB様は、8店舗のヘルス運営とデリヘルを運営しています。

15,000人を超えるメルマガリストを持っていましたが、近年はメルマガの開封率が低下していたことに悩んでいました。そのため、**メルマガに代わる販促ツールとしてLINE公式アカウントを運用し始めたのです。**

同社は独自のポイントシステムでの還元（例：ポイント還元率アップデー）をターゲットに**LINE公式アカウントのメッセージ配信を行っています。**

平日と休日でメッセージ内容を変えていることがポイントです。

平日の朝7時30分頃に本日と来週のイベント案内やお知らせのメッセージを送り「面白そうなことやっているな」と思い出してもらいます。

その週の休日に、来週使えるクーポンの告知をメッセージ配信して「お得にイベント楽しもう。」と考えさせるのです。

このような工夫で、朝と毎週末とイベント告知をしています。

土日の売上は全体の68%と高い割合を占めています。

また、**LINE配信画像のクリエイティブにもこだわり、客単価を400～500円ほど増加させることにも成功しました。**

ファンを増やして売上効果14倍を実感(店舗 & 出張C様)



2018に創業した風俗店C様はグループでのLINE公式アカウントを開設しています。

メルマガだけだとテキストメッセージだけでは面白みに欠けると悩んでいたのです。
同社は、ユニークな企画で、LINE公式アカウントの友だちを増やすことに成功しました。

一般的なバナーPOPを使用するだけでなく、**友だち限定で注文できるオプションやメニュー開発、友だち限定で参加できるユニークなイベント**などを企画しました。

ある店舗では「**サイコロイベント**」やマス目準じて割引をプレゼントというイベントを実施。また「**ヘブンロコミ抽選発表**」を実施して、実際に当選者を発表しLINE会員様全体にロコミのお得感をPRし、誘導するなどしました。

同社は広告のクリエイティブにもユニークさを伝え、面白い風俗店というブランディングに成功しています。

このようなユニークさでお客様を魅了し、広告費用対効果と比較すると約14倍も効果が見込めるようになりました。

女性にQRコード付き名刺を配ってもらうようにして3か月会員1500名



三大都市で5店舗を展開するD様は来店促進のために、2020年にLINE公式アカウントを開設しました。

積極的な店内告知やクーポン施策により、1年間で友だち数3,000人以上を獲得できました。

従来は、案内所やキャッチを利用して来店促進を行っていましたが、コストが高くて情報の自由度もなく悩んでいたのです。

この悩みを解決するために、LINE公式アカウントを活用し始めました。

LINE公式アカウントでは月2回、無加工の女性画像とともにイベントの情報を配布して来店を促進しています。

LINE公式アカウントの友だちが増えることで、案内所よりも高い費用対効果を感じているようです。

コスト削減ができた分は、お客様登録キャンペーンプレゼント企画などを実施して、好循環の店舗運営を実現しています。

スタッフの日常をブログ化して送ることで店長のファンが確立



関東のデリヘルE様は2020年にオープン、当初からオフィシャル限定で会員割引をしていたが、ポータルサイトの割引と類似していったことから会員特典の旨みを引き出せず、近年ではオフィシャル会員になるメリットが薄れていました。

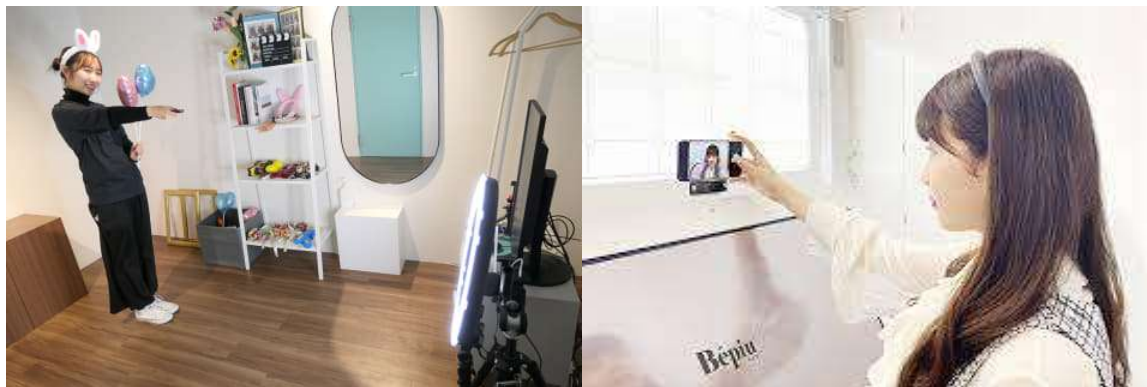
それにともない常連客の獲得に難行しておりました。

昨年LINE配信を活用し始めて、LINE会員限定でかなりお得な情報を配信することにより会員のメリットを感じてもらえるようになりました。会員が増え集客の安定度が向上しました。

SNS (X) リツイート特典企画など行ったりしながら、古参のロイヤルカスタマーに加え新しいお店のファンを獲得することに成功いたしました。

店長様の評価では使い方もシンプルで「これはお客様との距離が近くなるお店の重要なツールになるな」と、確信しました。LINE受信されるお客様からも好評で大変満足しております。とのことでした。

無加工動画配信で利用体験 → 本会員登録を促進1万人



三大都市でデリヘル店を運営するF様のサービスはLINEを通じてシームレスな利用体験を提供することで、本会員登録を促進しています。

お遊びする前に実際の女の子のイメージができるよう、一貫した情報とLINEの既得性をベネフィットとしてLINE会員集めをしております。

配信では、衣服を脱ぐ過程～下着姿までの無加工動画に加えて、生の音声や得意プレイ、家族構成、スタイル、ピアス、傷跡、タトゥー、パイパン、経験情報なども盛り込んで配信しています。※場合により女性限定イベントなどの本人による告知配信。

利用者の習慣や好みをアンケートで把握し、パーソナライズされたサービスやコンテンツを提供。その結果、約1万の会員を獲得しています。