

LINE公式アカウント 運用マニュアル

株式会社アプラクト





本書にて、
LINE公式アカウント
運用方法をご確認
いただきます。



配信までの流れ

1

各投稿テーマごとに、
配信スケジュールを決めておく

例) 週1、3日に1回など

2

投稿メッセージを
検討する

- ・ SNSでトピックを拾う
- ・ 投稿フォーマットにトピックを挿入する
- ・ 投稿文が完成

3

投稿メッセージに沿える
画像を選定する

- ・ フリー素材画像サイトなどから選定する
- ・ 引用した画像の場合は、その出どころを示す (著作権表示)
例) 無印良品 商品ページより引用 等

GOAL

配信スケジュールに合わせてトピックを
投稿する



LINE公式アカウント管理画面からの配信手順



①「メッセージを配信する」



②「追加」をタップ



③「テキスト」を選択



LINE公式アカウント管理画面からの配信手順



④「追加」をタップ



⑤「写真」を選択

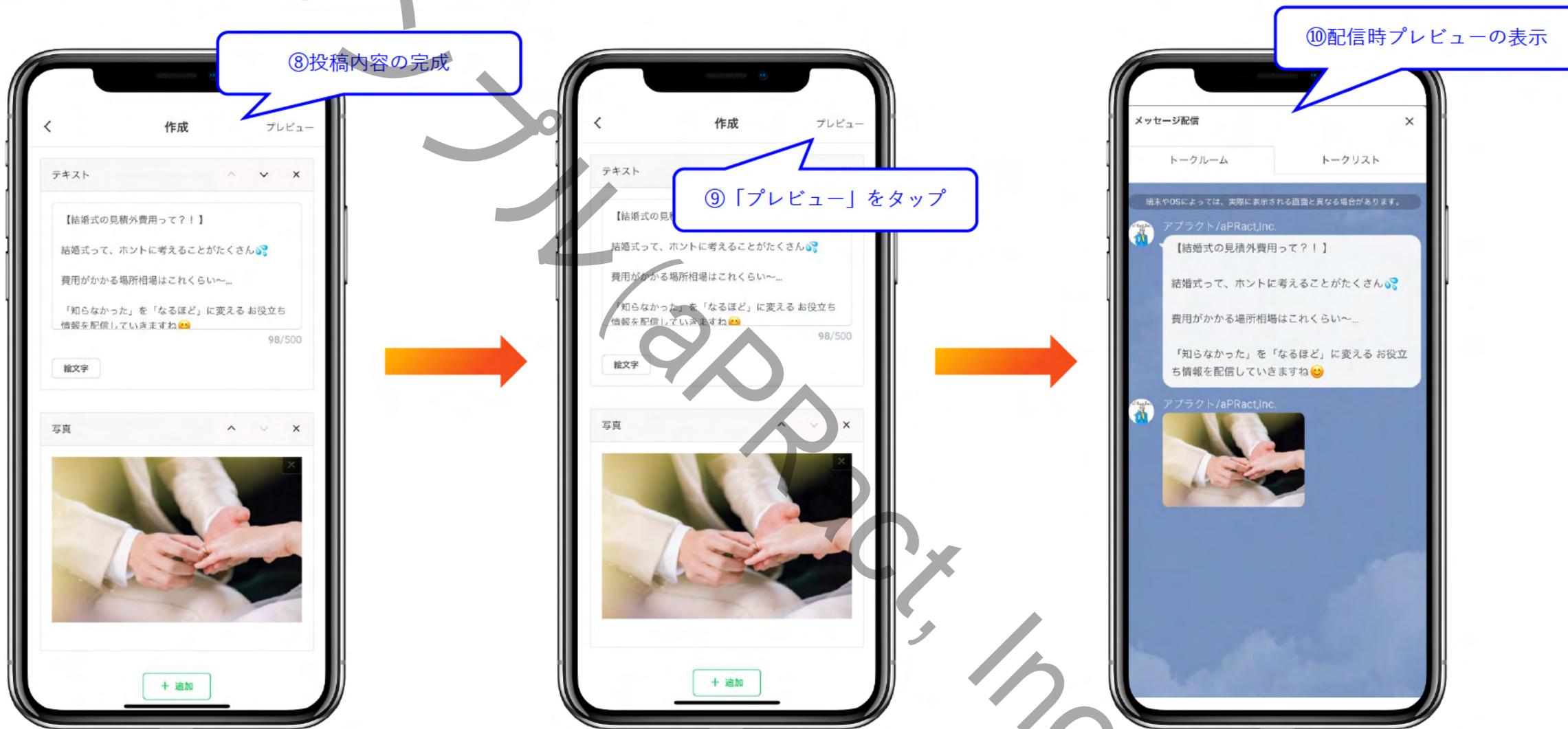


⑥テキストを入力

⑦写真をアップロード



LINE公式アカウント管理画面からの配信手順





LINE公式アカウント管理画面からの配信手順



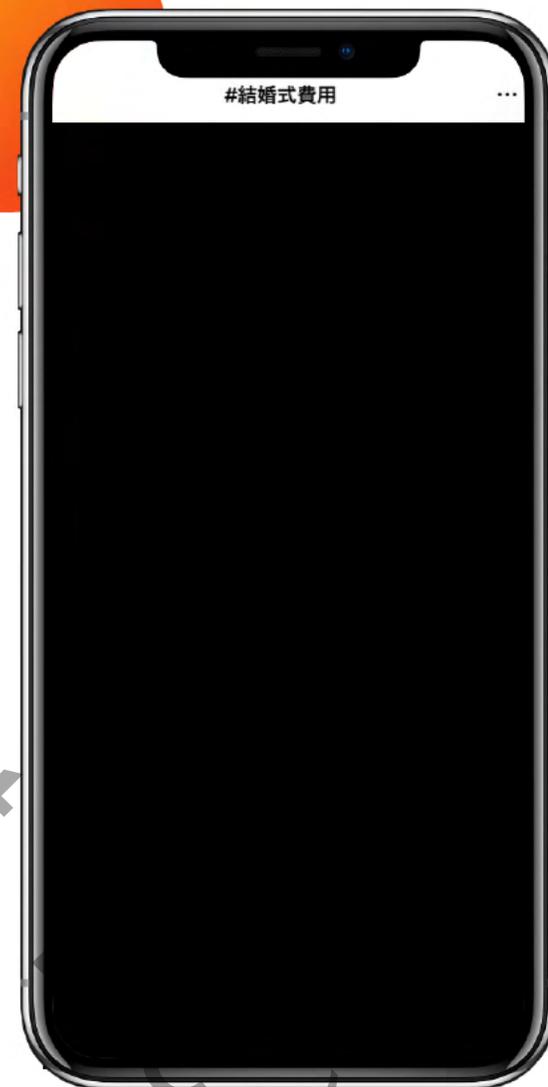
①配信日時を設定

②配信ボタンをタップで
配信完了

① 結婚式場を探している人

例) Instagramで
「結婚式 費用」を
して話題をリサーチ

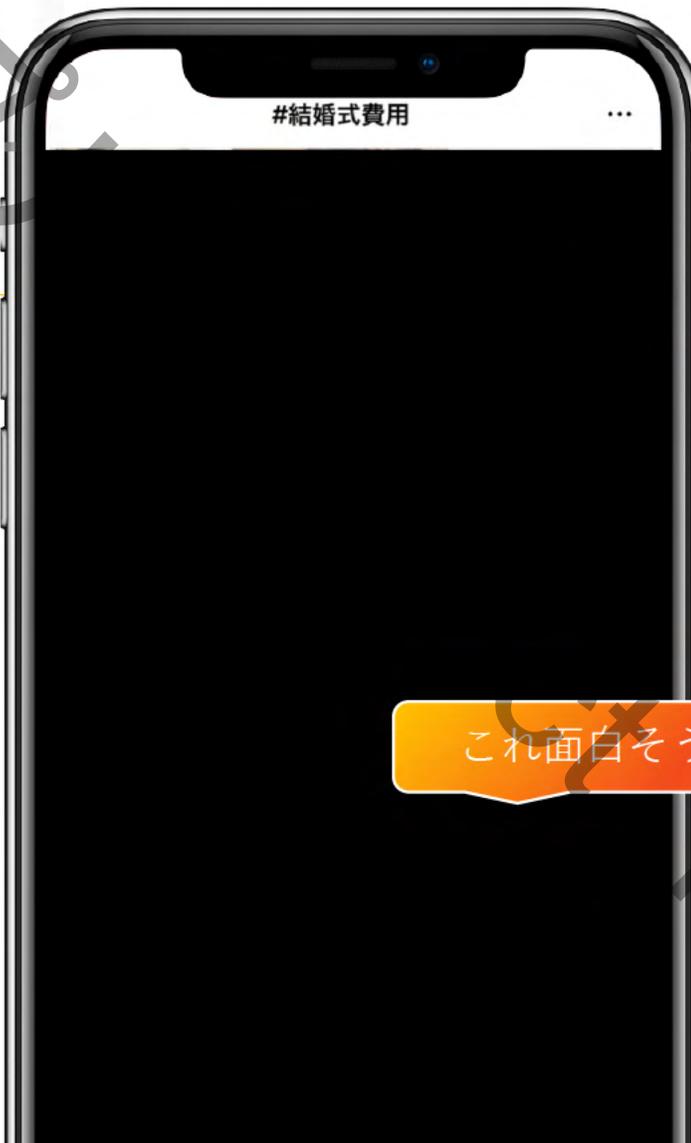
検索





結婚式割引のポイントの話

ネタを
ピックアップ



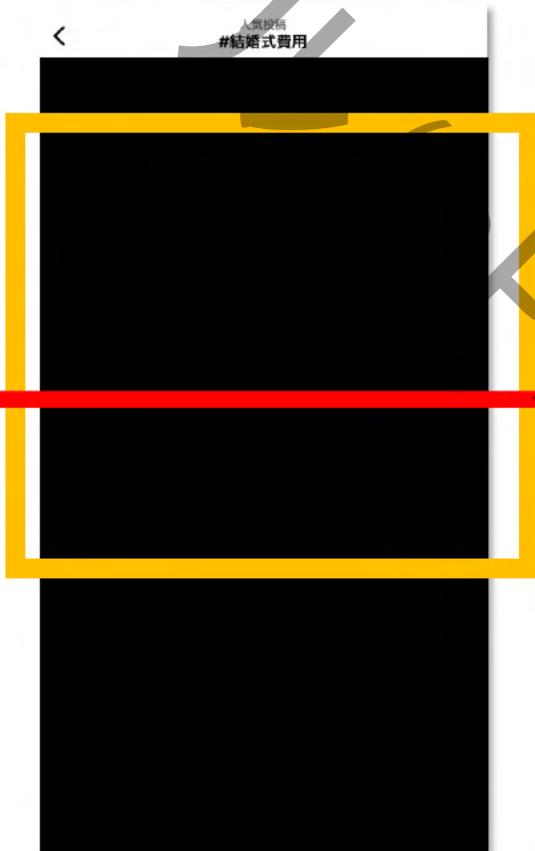
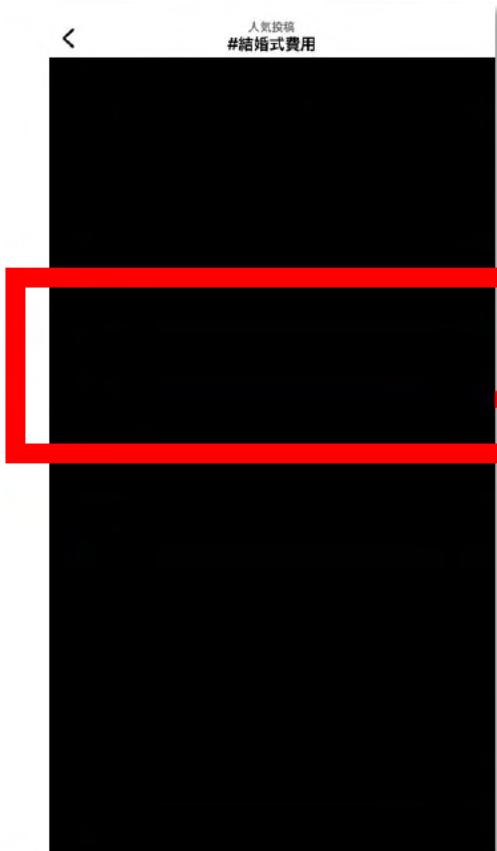
結婚式費用の貯め方



意外と多い見積外費用
こんなにあるの？6選

これ面白そう！

話題を決める

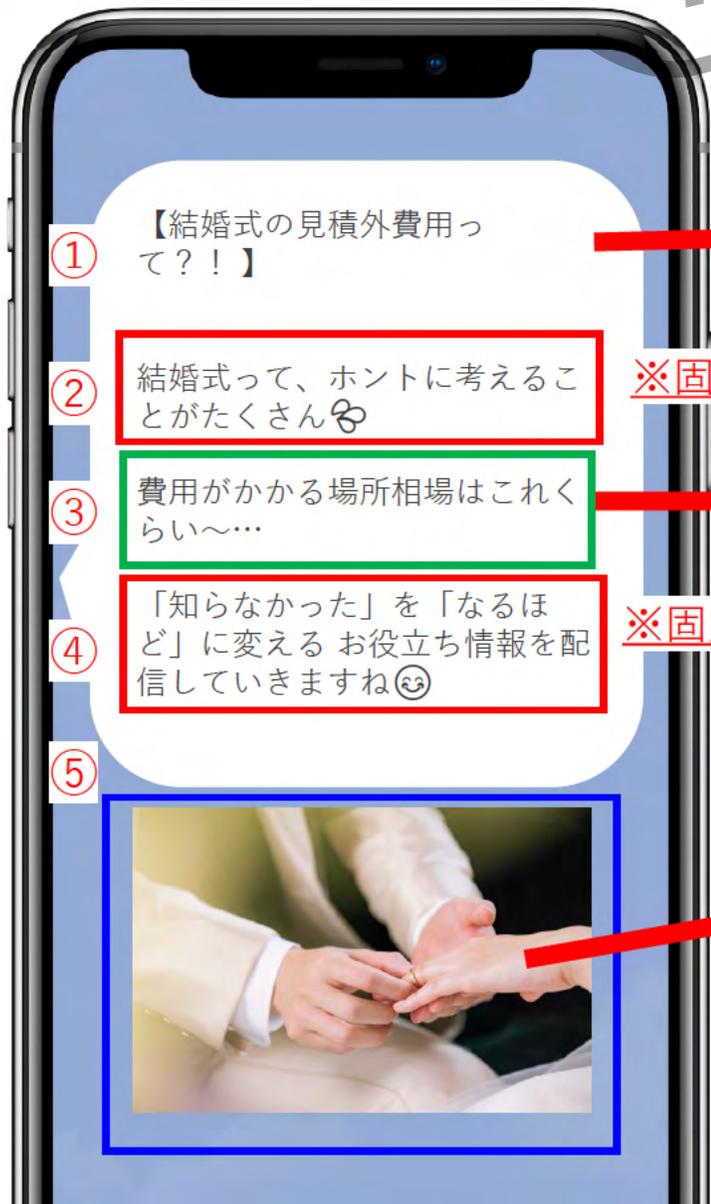


投稿内容を決める基準：
費用、豆知識、結婚式に準備することなど結婚式にまつわる話ならなんでもアリ。

例)
「意外と多い見積外費用」
「式場に頼めばよかった！高くてもやる価値アリなこと4選」

結婚式の見積外費用のことだな

投稿内容を作成する



① 【結婚式の見積外費用って?!】

① 【結婚式の見積外費用って?!】
※内容を示す一言タイトル

② 結婚式って、ホントに考えることがたくさん👩

※固定テキスト

③ 費用がかかる場所相場はこれくらい〜...

③ 本文
※参考トピックを元にテキストを設定
※サンプルテキスト

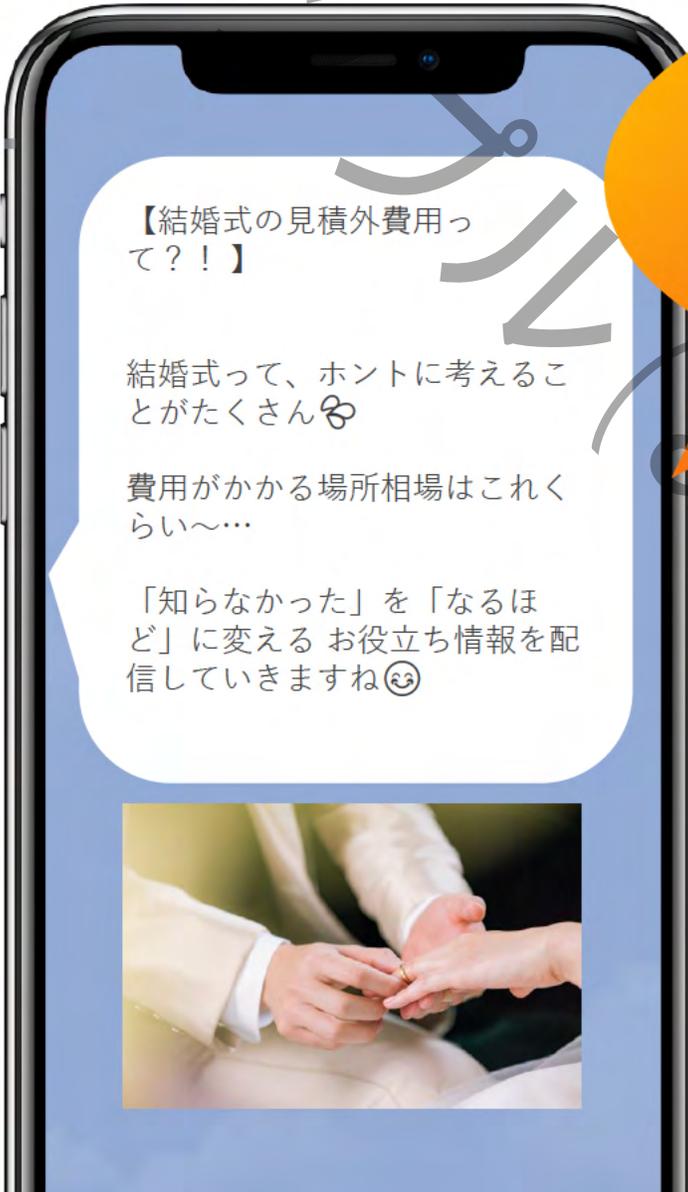
④ 「知らなかった」を「なるほど」に変える お役立ち情報を配信していきますね😊

※固定のテキスト



⑤ 画像
※トピックに合いそうなフリー素材を使う
→フリーサイト「ぱくたそ」等のフリー素材サイトから素材を見つければOK

あ、



配信する

でも、どんな時間帯？何曜日？
どのくらいの頻度で？配信したら良いの？



次ページへ



<最適なメッセージ配信頻度と時間帯（目安）>

配信テーマ：「主婦 節約術」「新婚夫婦」「新しく家族（こども）が増える方」

時間：15時～19時

曜日：金曜日、土曜日

頻度：月に2～4回、多くても週1回

配信テーマ：「結婚式費用」

時間：18時～21時

曜日：金曜日、土曜日

頻度：月に2～4回、多くても週1回

基本的に、カテゴリ別の投稿時間の傾向に合わせたほうが、メッセージが読まれる確率は高くなります。しかし、まったく同じ時間に配信してしまうと、競合アカウントの配信メッセージに埋もれてしまいます。10:00ちょうどに配信するのではなく、10:02など少しずらすと、トークルームがほかのアカウントより少し上に表示されます。少しずつ時間をずらして反応を見てみるといいでしょう。また、より確実に効果を出すために、友だちが被っていそうな競合アカウントと投稿時間が被っていないかチェックするのも重要です。

出典：LINE for Business

<https://www.linebiz.com/jp/column/technique/20180703-01/>

- ② 結婚後の
お金の不安がある人
節約したい人

例) TikTokで
「主婦 節約術」を
して話題をリサーチ

検索



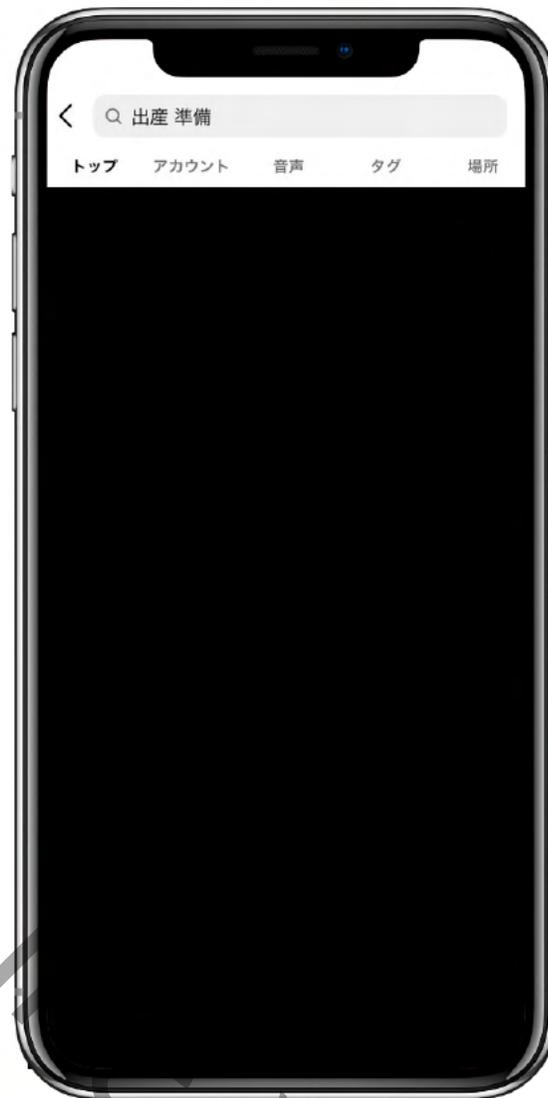
- ③ 他の夫婦の「お金」や「生活」
どうなっているか覗きたい人

例) Instagramで
「新婚夫婦」を
して話題をリサーチ



④ 新しく家族（子ども）が増える方

例) Instagramで
「出産 準備」を
して話題をリサーチ



広告表示場所



引用：LINE for Business

広告掲載内容



画像

タイトル
説明文 } テキスト

引用：LINE for Business

配信事例

①教育サービス

多くのユーザーの反応が期待できる例



配信対象のユーザーにとって関連性を感じられる、自分ごと化されやすい表現

②金融サービス

多くのユーザーの反応が期待できる例



自身の人生にプラスになりそうな情報の提供が期待できる

ユーザーの反応が期待しにくい例



進路に迷っているなら...

LINEアカデミーなら、クリエイティブ専門、美容・服飾専門、医療専門など分野が豊富！

友だちになった後に何ができるのかわかりにくい

ユーザーの反応が期待しにくい例



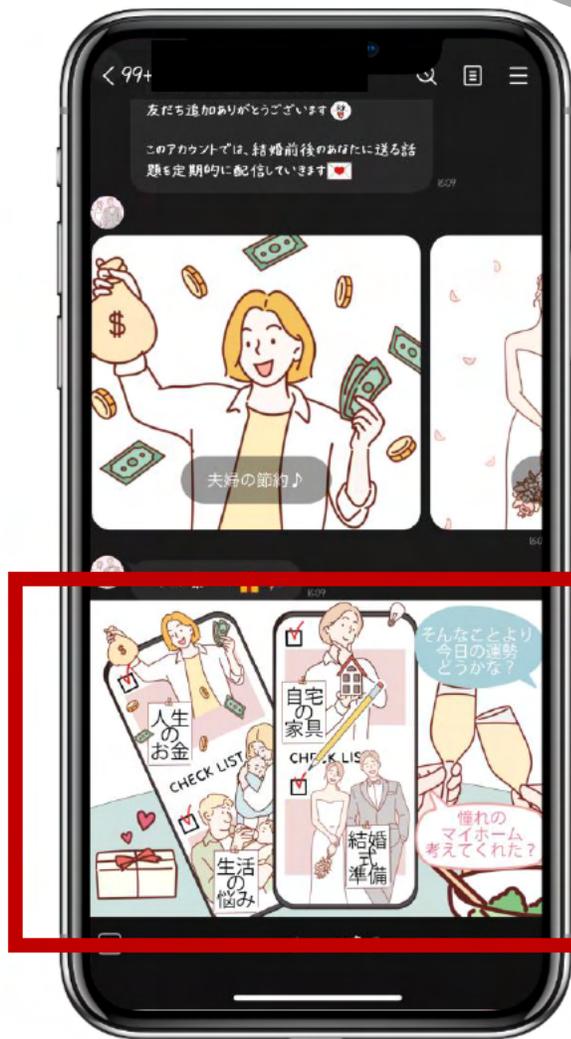
投資の最新情報をお届けします

実績xxx件以上の株式会社xxxが、投資のノウハウや耳よりの情報をお届けします。

自分に関係のあることとして認識しにくい・興味をもちにくい

引用：LINE for Business

配信画面イメージ



※リッチメニュー



プロフィールページイメージ



LINE公式アカウント 運用マニュアル

株式会社アプラクト

