

これからの医療機関向け

LINE活用セミナー



LINE公式アカウント



Presented by **ArtsWeb**
Copyright ArtsWeb

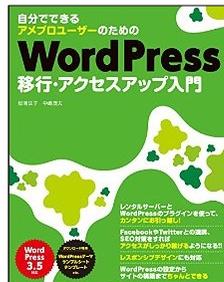
ソーシャルメディアコンサルタント 松浦法子

出演

- ホンマでっか!? フジテレビ
- サタデーバリューフィーバー
「あのニュースで得する人損する人」 日本テレビ
- エイコーのカノウセイ など

著書

- コストゼロでも効果が出る！LINE公式アカウント集客・販促ガイド (翔泳社)
- コストゼロでも効果が出る！LINE@集客・販促ガイド (翔泳社)
- 小さなお店のLINE@集客・販促ガイド (翔泳社)
- LINEでビジネスとコミュニケーションを加速する方法 (ソーテック社)
- 自分でできるアメブロユーザーのための
WordPress移行・アクセスアップ入門 (ソーテック社)
- LINEを100倍楽しむ本 (翔泳社) Web



会社概要

ArtsWeb

社名 : ArtsWeb株式会社

所在地 : 名古屋市中村区名駅4-6-23

創業/設立: 1999年2月/2014年5月22日

代表者名 : 松浦法子

主要取引先銀行 : 愛知信用金庫、三菱東京UFJ銀行

事業内容:

- ❖ Webサイト構築に関する企画・調査/コンサルティング
- ❖ サイト情報設計/デザイン・HTML制作
- ❖ コンテンツ開発/取材・ライティング/撮影
- ❖ サイト運用・更新/アクセスログ解析
- ❖ SEO・SEMコンサルティング/リスティング広告運用
- ❖ Webシステム構築/データベース設計
- ❖ ECサイト構築・運用/CMS構築
- ❖ Webアプリケーション・パッケージ開発
- ❖ モバイルサイト構築に関する企画・調査/コンサルティング
- ❖ コンテンツ開発/デザイン・HTML制作/システム構築
- ❖ Androidサイト制作/iPhoneサイト制作
- ❖ モバイルSEO・SEM/リスティング広告運用

Copyright ArtsWeb



こんな思いはありませんか

患者さんに病院の情報を届けたい

患者さんに情報を届けているが、
届いているのか分からない

患者さんの皆さんの声を拾い上げたい

LINE、Twitter、Facebookなど使うといいと
聞いているけど、そんなんで本当に伝わるの？

どうやってLINE使ってるの？

目次

- 1。はじめに
- 2。なぜLINEなのか
- 3。クリニックの取り組み事例
- 4。LINE運用の注意点

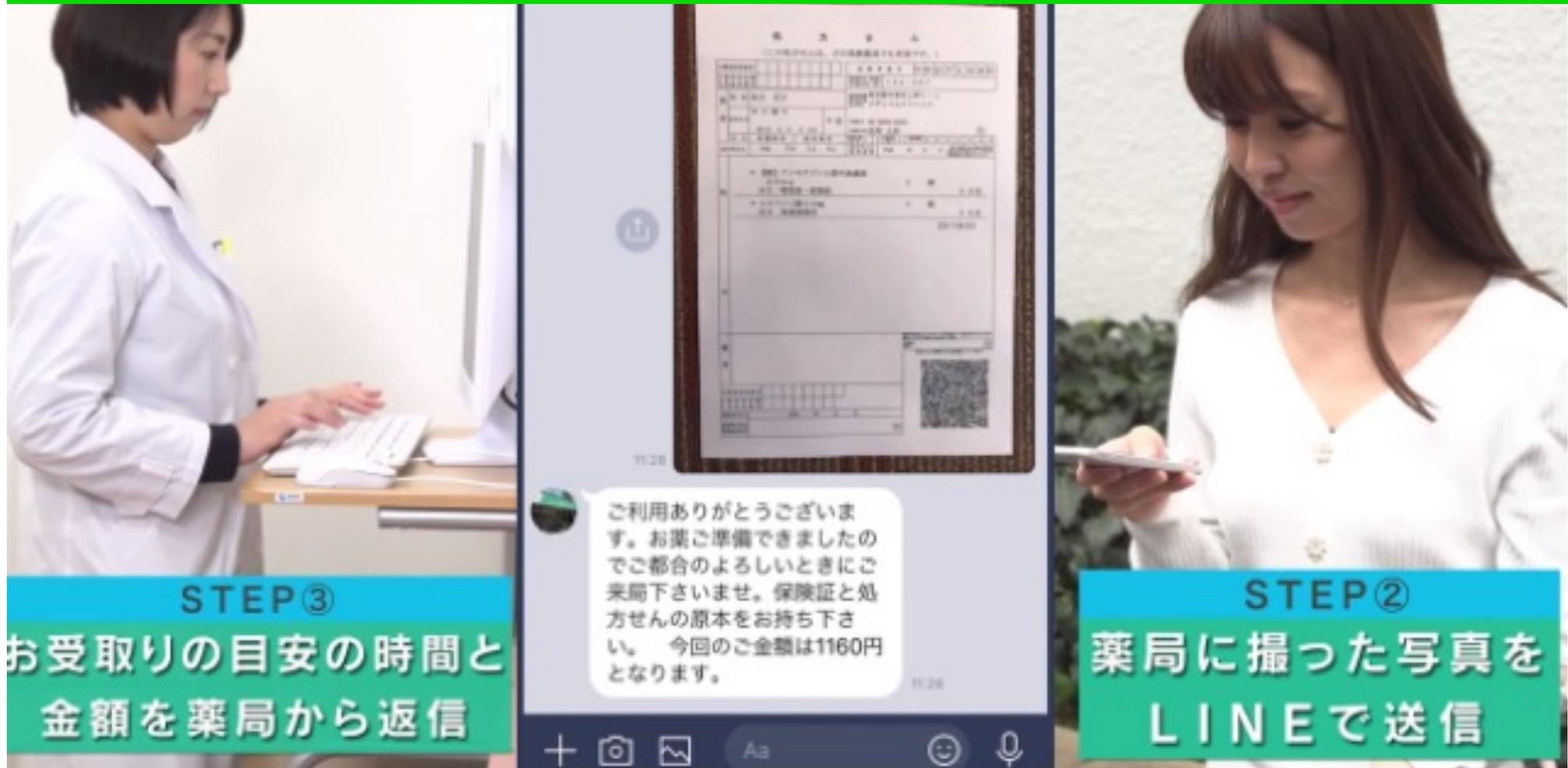
LINEによる運用事例

アキヨシデンタルクリニック | 草津市の一般・小児歯科



**キャンセルの空き枠をメッセージで発信
ブログ更新の案内**

万代薬局



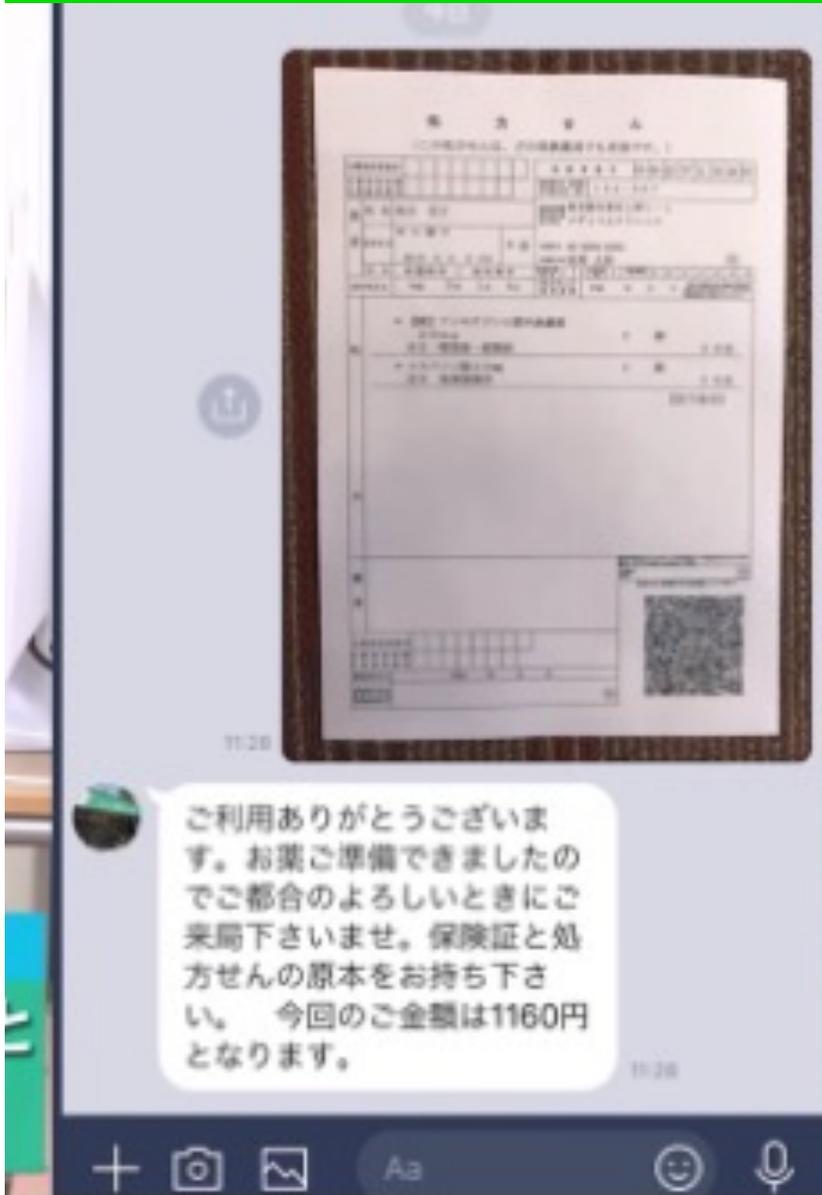
処方箋の写真を撮って送信

メッセージを受け取ったお店側は目安となる受取時間と金額を返信。
通常処方箋には金額が記載されていないため、患者様は調剤薬局に行く前に金額を知ることが可能

万代薬局

- ・キャッシュレスに慣れた若者の利用が増加
- ・LINE Pay友だち追加機能で月間友だち追加数が2.5倍に増加
- ・LINE公式アカウントで処方箋を受付ける事で患者様の待ち時間を解消

LINE Payでは、数百円単位の決済でも気兼ねなくできる。現金を持ち歩かない人でも「安心して薬局に来れる」というのが1番良反応



LINEが集客に効果的な理由

スマートフォン向け無料通話、無料メールアプリ

スタンプでやり取りでき、気軽にコミュニケーションをとることができる



トーク（トークルーム）
左が友だち（複数） 右が自分

日本の人口の62.3% ※3

毎日利用しているユーザー

国内利用者数 ※1

8,900万人

アクティブ率 ※2

85%
DAU

生活インフラ

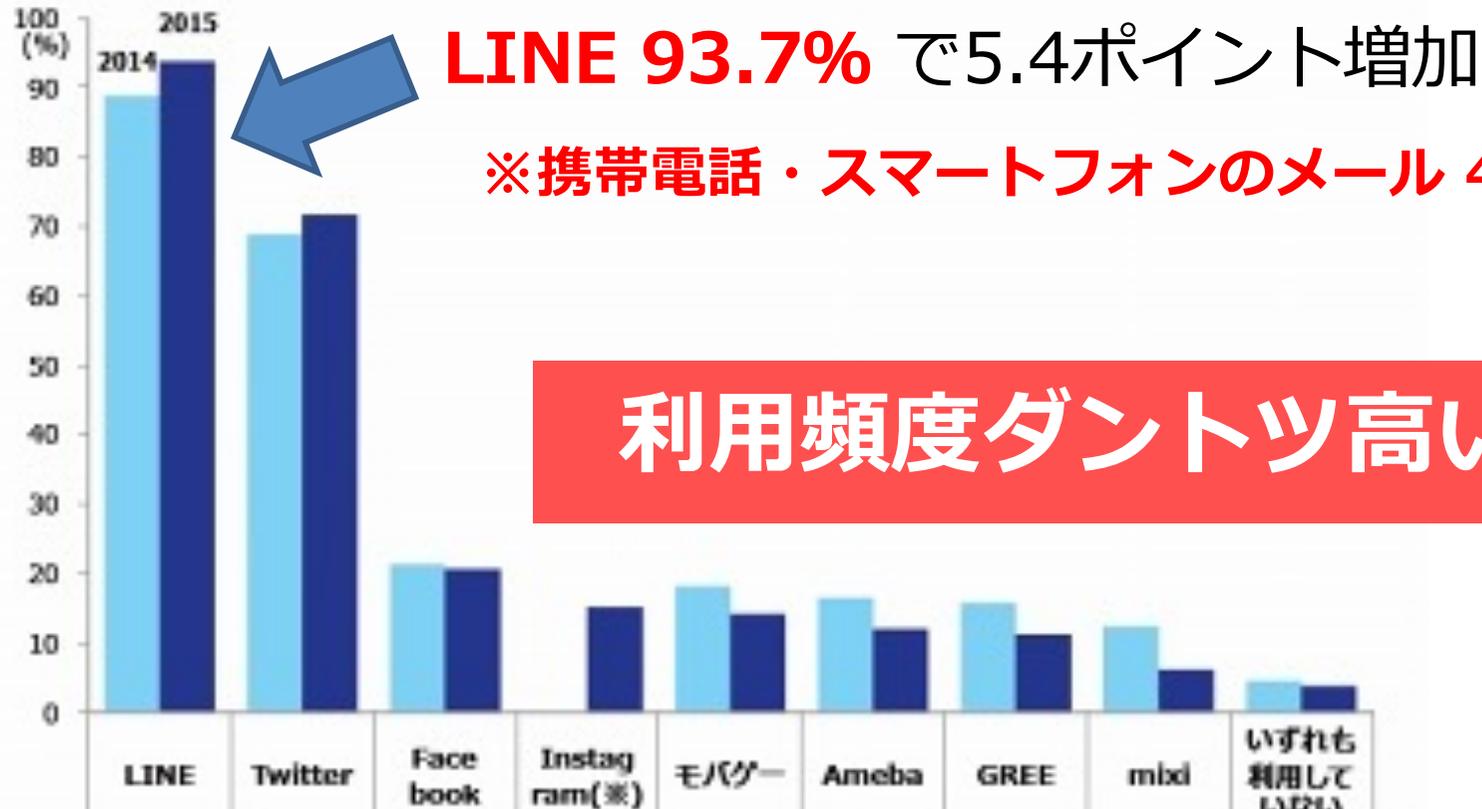
多くのユーザーに使われている

※1 出典元：LINE社調べ 2016年1月28日 時点

※2 DAU = Daily Active User（1日に1回以上利用したユーザー）の略 出典元：マクロミル社・インターネット調査（2016年1月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,112）

※3 LINEの国内利用者数6,300万人・日本の総人口1億2694万人（平成28年1月1日現在（確定値） 総務省統計局）

友人とのメッセージの連絡方法



(※) 2014年調査時は「Instagram」の選択項目なし

http://internet.watch.impress.co.jp/docs/news/20150519_702704.html

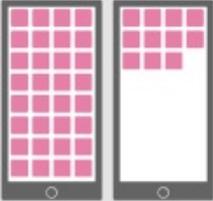
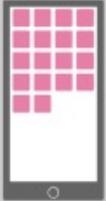
世代別SNS・コミュニケーションアプリ

LINEが全世代を超えて85%以上を超える

| | Facebook | Twitter | Instagram | LINE |
|--------------|----------|---------|-----------|-------|
| 全体 (N=1,920) | 45.2% | 55.2% | 21.8% | 90.3% |
| 10代 (N=191) | 26.2% | 79.6% | 26.2% | 96.9% |
| 20代 (N=405) | 47.7% | 68.9% | 26.2% | 93.8% |
| 30代 (N=425) | 47.5% | 48.9% | 24.2% | 90.1% |
| 40代 (N=498) | 44.0% | 45.8% | 17.3% | 88.0% |
| 50代 (N=401) | 50.9% | 48.1% | 18.5% | 86.5% |
| 10代男性 (N=92) | 26.1% | 76.1% | 17.4% | 94.6% |
| 10代女性 (N=99) | 26.3% | 82.8% | 34.3% | 99.0% |

MMD研究所調べ

アプリはダウンロードされにくい

| | 一人1日当たり アプリ利用時間 | 月に1回以上 利用されるアプリ数 | 月に10回以上利用されるアプリ | | | | | | | | | | | |
|---------------|---|--|---|---|------|-----|-------------|-----|---------|-----|--------------|-----|---------------|-----|
| | | | アプリ数 | 利用率TOP5 | | | | | | | | | | |
| ライト ユーザー |  9分 |  13個 |  4個 | <table border="0"> <tr><td>LINE</td><td>41%</td></tr> <tr><td>Google Play</td><td>20%</td></tr> <tr><td>Gmail</td><td>14%</td></tr> <tr><td>Yahoo! JAPAN</td><td>13%</td></tr> <tr><td>Google Search</td><td>13%</td></tr> </table> | LINE | 41% | Google Play | 20% | Gmail | 14% | Yahoo! JAPAN | 13% | Google Search | 13% |
| LINE | 41% | | | | | | | | | | | | | |
| Google Play | 20% | | | | | | | | | | | | | |
| Gmail | 14% | | | | | | | | | | | | | |
| Yahoo! JAPAN | 13% | | | | | | | | | | | | | |
| Google Search | 13% | | | | | | | | | | | | | |
| ヘビー ユーザー |  4時間11分 |  43個 |  18個 | <table border="0"> <tr><td>LINE</td><td>90%</td></tr> <tr><td>Pokémon GO</td><td>48%</td></tr> <tr><td>Twitter</td><td>47%</td></tr> <tr><td>Facebook</td><td>42%</td></tr> <tr><td>Google Play</td><td>40%</td></tr> </table> | LINE | 90% | Pokémon GO | 48% | Twitter | 47% | Facebook | 42% | Google Play | 40% |
| LINE | 90% | | | | | | | | | | | | | |
| Pokémon GO | 48% | | | | | | | | | | | | | |
| Twitter | 47% | | | | | | | | | | | | | |
| Facebook | 42% | | | | | | | | | | | | | |
| Google Play | 40% | | | | | | | | | | | | | |

※1 スマートフォンの基本機能となる初めからインストールされている電話や電話帳、デフォルトのカメラなどのアプリは含まない

※2 利用率は、1日10回以上アプリを利用する人が母数

▲アプリ利用時間およびアプリ利用個数(スマートフォン利用時間ユーザー別2016年7月)

出典：Nielsen Mobile Netview

URL <http://www.nielsen.com/jp/ja/insights/newswire-j/press-release-chart/nielsen-pressrelease-20161026-smartphone-apps.html>

アプリはダウンロードされにくい

- 世の中には多くのアプリがあるが
日常的に使われているアプリが少ない
- 日常使いされているアプリの中で
一番使われているアプリがLINEである

ソーシャルメディア別フォロワー数比較



LINE



Twitter



Facebook

実際に反応を見てみよう

ネット社会での選ばれ方

ネットで選ばれる = 検索

頼りになる存在 = つながり
LINEで可能

スマホ時代の広報ツール LINE

- スマホの利用者数と利用時間がどんどん増えている
- スマホを使ったアプローチは効果的
- 専用アプリはロイヤルカスタマー向け
- それ以外の患者様には
「普段使い」のアプリ ≡ LINE

スマホ時代の広報ツール LINE

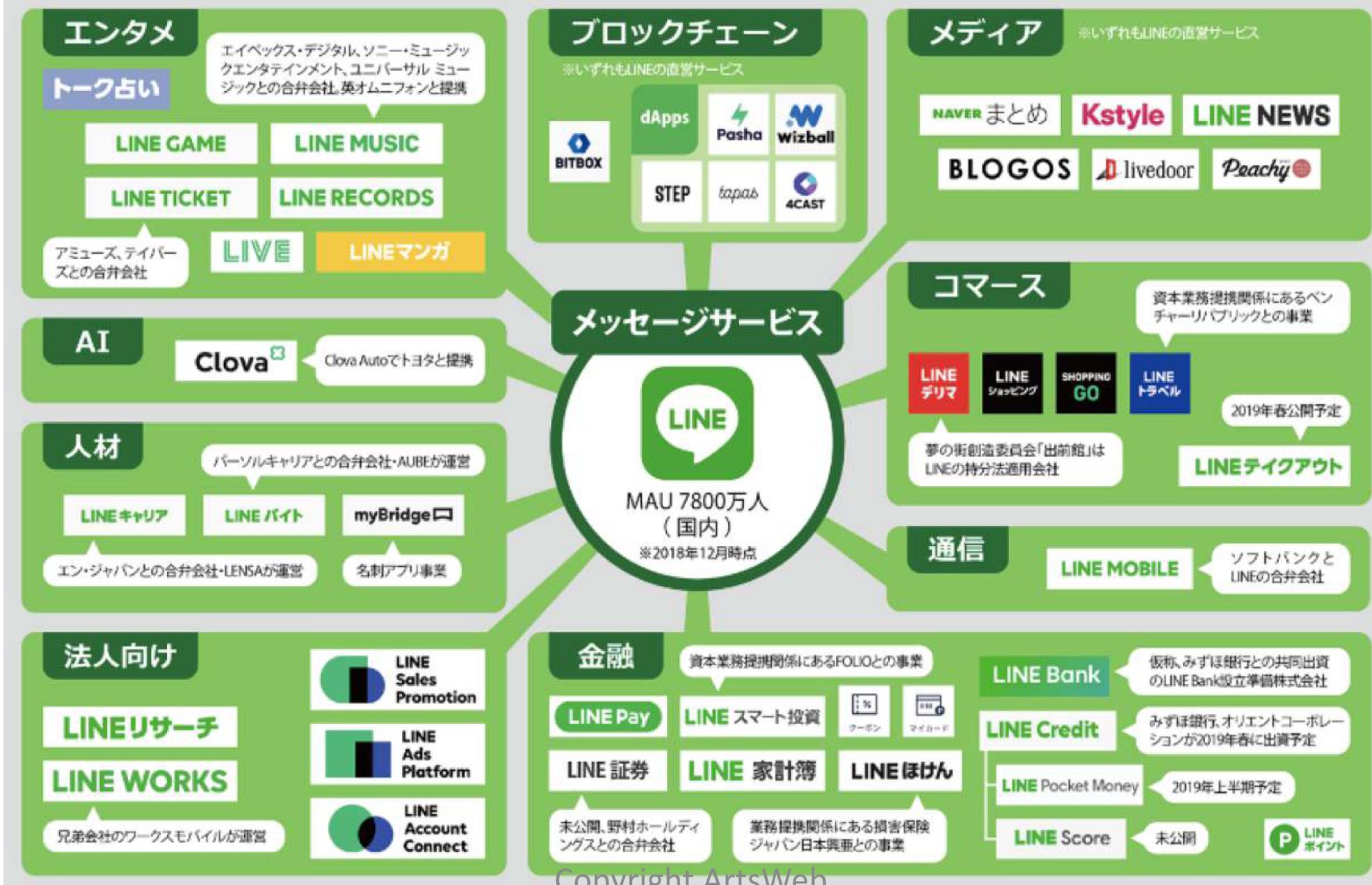
- スマホの利用者数と利用時間がどんどん増えている
- スマホを使ったアプローチは効果的
- 専用アプリはロイヤルカスタマー向け
- それ以外の患者様には
「普段使い」のアプリ ≡ LINE



**LINEはファンや患者様に
思い・情報が確実に届けるツール
最大の情報伝達ツール**

クリニックの広報を強力にサポート

広がるLINEサービス圏



Copyright ArtsWeb

引用元 : <https://www.businessinsider.jp/post-182621>

個人アカウントの弱み

- **商用利用できない**
- アカウントIDやQRなどを公の場（WEBやチラシ）に公開できない
- メンバー管理が不安



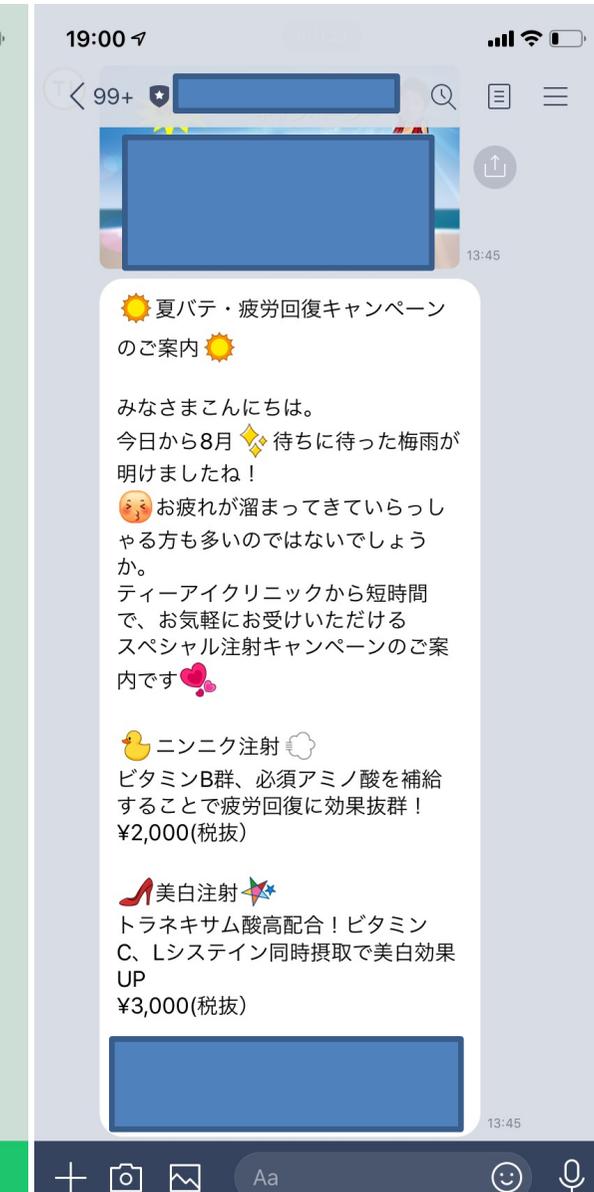
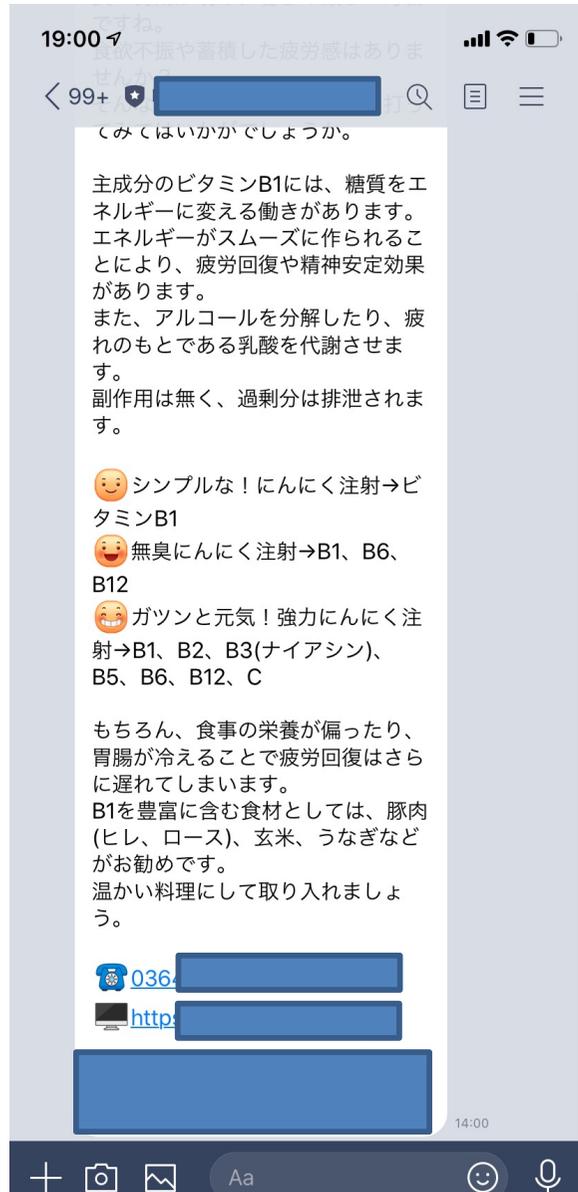
医療機関事例

事例紹介

多くの医療機関が
LINEを使って
情報発信をしています

事例紹介

テキストで情報発信



チラシ・パンフレット・画像と一緒に情報発信

文章内の電話やURL
クリックで誘導

→ **WEB戦略として効果的**



Aa



←ご予約はこちら
Copyright ArtsWeb



Aa



事例紹介

スマートフォンの特性を利用する

電話・メール・WEB

予約や来店

即、行動につなげることが大事



患者さんからの要望の多い内容や
クリニックが伝えたい情報に
素早くアクセスできるように

患者を迷わせない

確実に誘導する
ユーザビリティ向上

事例紹介

メッセージを送るだけが
目的としない

教育が大事！

事例紹介

タイムラインの拡散力を利用する

大切なこと

電話より相談しやすい

頼りになる存在

今後の医療界の LINE

患者に応じた提案力が
求められている

自分のことでない！
不要なデータを受け取った！
そんな、即ブロック！
されないために

LINE公式アカウントとは

| プラン | | フリープラン | ライトプラン | スタンダードプラン |
|----------------|-------------------|-------------------|----------|-----------|
| 月額利用料 | | 0円 | 5,000円 | 15,000円 |
| メッセージ配信数 (無料分) | | 1,000通 | 15,000通 | 45,000通 |
| 追加メッセージ料金 | | 追加購入不可 | 5円/1通 | ~3円/1通 |
| タイムライン投稿 | | すべてのプランで無制限 | | |
| 機能 (抜粋) | 友だち属性表示 / セグメント配信 | すべてのプランで 使用可能 | | |
| | リッチメッセージ | | | |
| | リッチメニュー | | | |
| | リッチビデオメッセージ | | | |
| | 動画メッセージ | | | |
| | 音声メッセージ | | | |
| | クーポン機能 | | | |
| | 1:1トーク | | | |
| | アカウントページ | | | |
| | LINE ショップカード | | | |
| オプション | プレミアムID | Copyright ArtsWeb | 1,200円/年 | |

公式アカウント

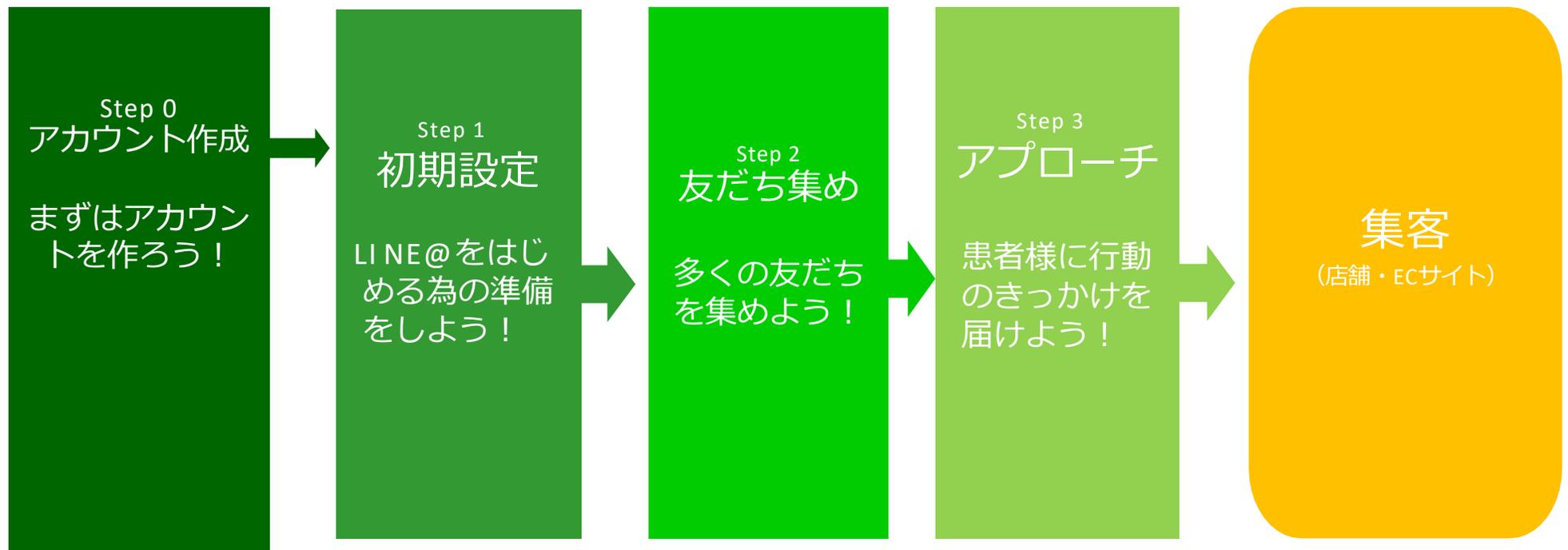
配信数によってコスト増



セグメント・パーソナル配信が必要

LINE運用の注意点

LINE公式アカウントの運用の流れ



失敗する人の特徴

友だちを集める努力をしない人

使わない人

お友達増やすために

- **患者様が足を止める場所に常にポスターなどを配置する。
※レジ前、打ち合わせスペース、客席
トイレ、入り口**
- **WEB、SNSで発信する**
- **名刺、パンフレットなどにも掲載する**

LINEで成功するには

- 1。友だちは自分たちで集める
- 2。運用する

LINEで運用ミスや注意点

- 他者を宣伝してはいけない
- キャラクターを使ってオリジナルの販促物を作ってはいけない
- ロゴマーク等の規約に沿った表示をつい間違えてしまう

絶対にダメなパターン→

ArtsWebの自治体様向けLINEサポート

反応率アップ パーソナル配信
& 半自動化/自動化でLINE運用効率化が叶う

LINEのコミュニケーション管理汎用パッケージ LINEAW 医療パッケージ

機能紹介



※1.2はオプション機能となります

Copyright ArtsWeb

LINEで弊社に相談の多い内容

- LINEが進化するので分からなくなるので助けてほしい
- 気づかないうちに規約違反をしていたらしい
- 代理店に相談しても解決しないから教えてほしい
- 凝った使いかたや、システムとの連携をしたいので教えてほしい
- リッチメニューやリッチメッセージの画像作成代行や設定を行ってほしい

ArtsWebのLINEサポート

- ・ 反応率アップ パーソナル配信
& 半自動化/自動化でLINE運用効率化が叶う
LINEのコミュニケーション管理汎用パッケージ
LINEAW 医療パッケージ

- ・ LINE運用サポート
 - ・ LINE研修
 - ・ SNS/WEBコンサル
 - ・ SNS/WEB設定代行
 - ・ 各種セミナー
 - ・ 社内研修
- <勉強会>
- ・ SNS/WEB設定登録会
 - ・ SNS/WEB運用勉強会

LINEID:xtt6888k



<業務効率化をお考えの医療機関様に>
事務員不足の方におすすめ

単調なお仕事に関しては、自動化する時代
自動化のご提案も可能です

ArtsWebの広報

TVCM キャンペーン

TV局とタイアップ企画

先着 **3社** 限り

TV CM 5 枠 + 撮影 がついて

通常 **250万** → **120万** (税抜)