

## 「ユーザーの声」で発掘！新たな施策チャンス ユーザーに寄り添った集客手法を活用して獲得数増加に貢献

コイニー株式会社「LFN インサイトサーベイ」導入結果を公開  
固定施策以外にもサイト訪問のきっかけになった施策が明らかに

株式会社Lifunext（本社：東京都港区、代表：田村 一将、以下Lifunext）は、ユーザーのリアルな声を集めるサイト内アンケートツール「LFN インサイトサーベイ」の提供を12月より開始し、先行導入企業であったコイニー株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：卜部 宏樹、以下コイニー）にて良好な導入結果を得ることができたことをお知らせいたします。



### オフライン施策を定量化するための「インサイトサーベイ」

コイニーは、「お金の流れをまるくする」をビジョンにクレジットカードや交通系電子マネー、QRコード決済などに対応した事業者向けのキャッシュレス決済サービスを提供しています。TVCMをはじめオフライン施策においてどのようにサービスが認知され、サイト来訪へ誘導しているのか、定量化することを目的に2019年3月より「LFN インサイトサーベイ」の導入に至りました。

### 「来訪きっかけ」の定量化により新たな施策を発掘！

コイニーでは、はじめてサイトを訪れたユーザーへ「何を見てサイトを訪れましたか？」という質問に対する回答データを取得し、TVCMなどのオフライン施策による来訪数を測定することで施策の優先度を明らかにすることができました。またそれにより、新たな施策の発掘にもつながり、加盟店登録数増加への貢献もありました。

### 導入の決め手は、Google Analyticsとの連携

「LFNインサイトサーベイ」導入にあたっては、アンケート結果をGoogle Analyticsのデータと掛け合わせて分析できる点がポイントとなりました。これまでのアンケートツールでは、アンケートがサイト外に設置されている場合が多く、サイトのデータと別々に分析を行う必要がありましたが、「LFN インサイトサーベイ」はアンケート自体をサイト内から取得できるため、Google Analyticsとの連携が可能になりました。また、Google Analyticsに取り込んでいたサイト内行動履歴などのいわゆる定量データとユーザーのリアルな声である定性データをクロス分析することで、特定の行動をしているユーザーに向け、特定の施策を展開するなど、新しい施策の策定にも役立っています。



このように、デジタルマーケティングと一言で言っても、業界、規模、宣材の特性により、企業が“本当にやるべき施策”は異なります。ラストクリックを指標としたリターゲティング広告が流行し、一定の成果を上げていたとしても、自社にあった施策が何かを策定することで、より効果的な指標を持ち、デジタルマーケティングを戦略的に進めることができます。

2020年は、世界最大のスポーツの式典が行われる年でもあります。それまでに「ユーザーの声」を反映し、自らが“本当にやるべき施策”とはなんなのかをもう一度見つめなおしてみませんか？

Lifunextは、これからもお客様のより高度なマーケティング戦略のお手伝いを目指し、スキルの継続的な向上ならびにサービスの品質向上に手を緩めることなく、真摯に取り組んでまいります。

## **コイニー株式会社について**

コイニーは、お店のキャッシュレスサービス「Coiney (コイニー)」を提供している企業です。クレジットカードも、電子マネーも、QRコード決済も。インターネット環境があれば屋内外問わず、いつでも、どこでも、だれでもかんたんに使えるサービスです。

### **【株式会社Lifunext 概要】**

- 会社名：株式会社Lifunext (ライフネクスト)
- 所在地：〒106-0047 東京都港区南麻布五丁目10番37号 Esq広尾 5階
- 代表：田村 一将
- 事業内容：1.デジタルマーケティングコンサルティング事業、2.メディア事業

※ライフネクスト、LifunextおよびLifunextロゴは、株式会社Lifunextの登録商標です。

---

【メディアお問い合わせ】

株式会社Lifunext 広報担当：河村

Tel : 03-6456-2592 Email: pr@lifunext.com