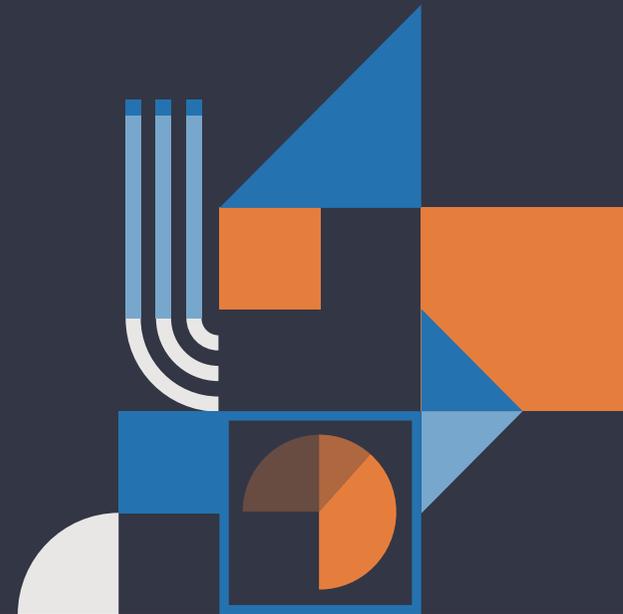
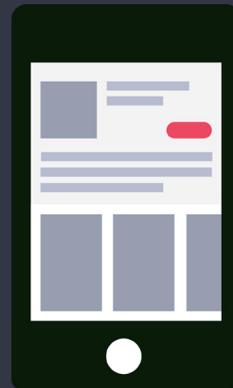
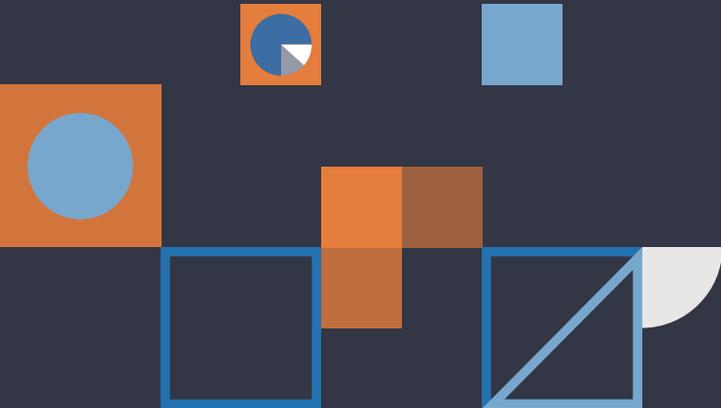


Repro

ASO Review Optimization



目次

1

ASO とは

2

「DL 後」にできるASO施策

3

高評価レビューの集め方

4

レビュー改善のTips

1

ASOとは

「ASO」とは？

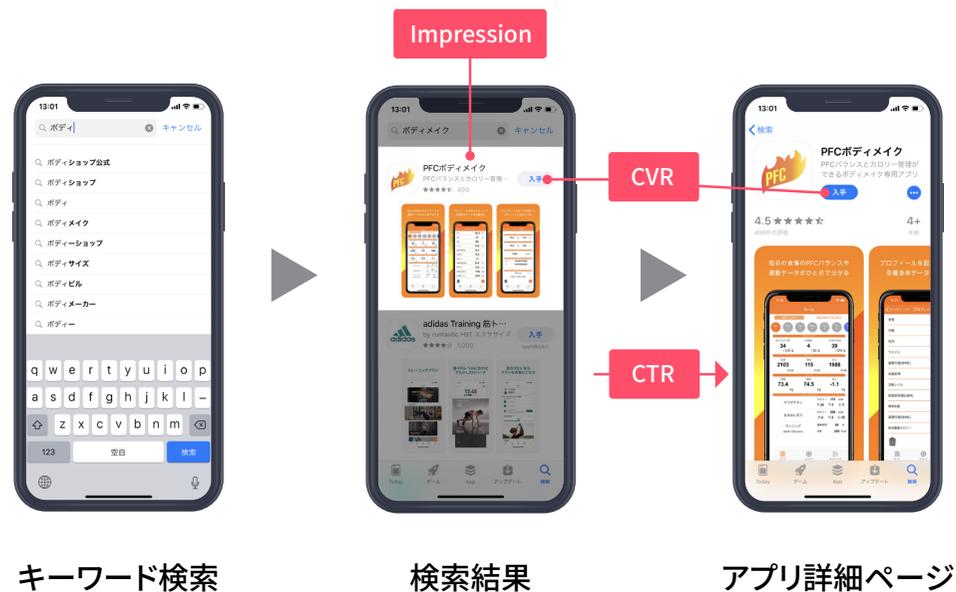
ASOとは、ストア検索での順位を上昇させて自然流入数を増やしなが、ストアページからのインストール率の向上を図る施策です。web ページで上位表示を狙うSEO(検索エンジン最適化)のアプリ版ともいえますが、アプリストア独自のノウハウとテクニックが必要になっています。



ASO の2つの要素

ここからは、アプリストアを最適化するための手順を具体的に紹介しましょう。ASO には、web での「SEO」と、「CRO」の2つの要素があります。

ASO における SEO(Search Engine Optimization) とは、アプリのタイトルや説明文を最適化し、狙いたいキーワードで検索順位を高めるための施策です。指標としては、インプレッション数およびクリック率 (CTR) に関与します。



2

「DL後」にできる ASO 施策

レビュー対策の重要性

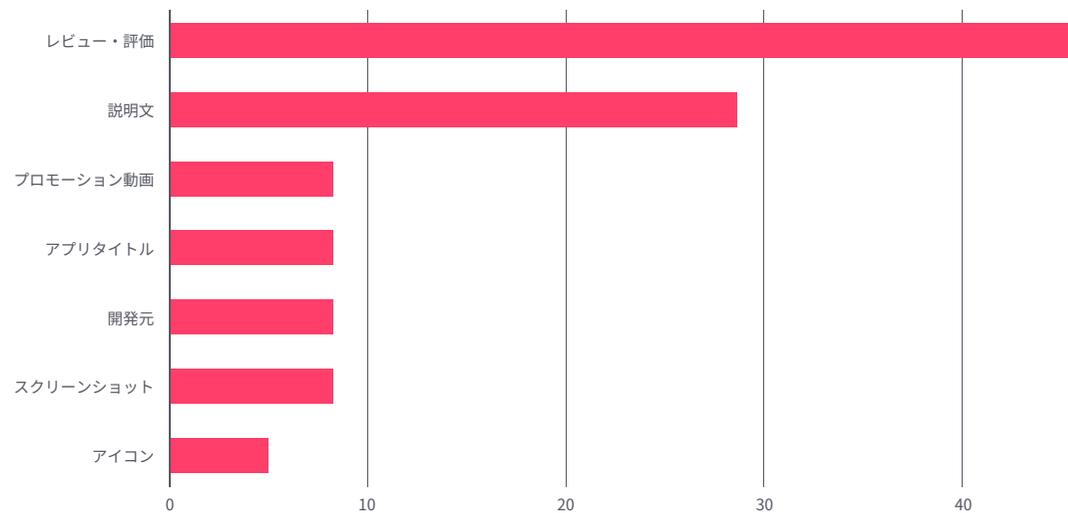
ASO といえば、キーワード対策による順位向上や、クリエイティブの最適化にのみ目を向けられがちですが、実はその他にも、評価・レビューやアンインストール率など DL 後のパフォーマンスが大きな意味を持っています。今回はこの「誰も知らない ASO 施策」=DL 後のレビュー改善の方法について詳しく解説しましょう。



CVR に最も影響する要素とは？

実は CVR に最も影響する要素が、「評価・レビュー」だとも言われています。あなたは食事をするレストランを選ぶとき、「食べログ」など web 上のレビューを参考にして入るお店を決めますよね。アプリストアも同じように、DL するアプリを選ぶときにユーザーが一番気にする要素は見た目 (スクリーンショット) や店名 (アプリ名) ではなく、「レビュー」なのです。

カテゴリ別CVRの平均値 (%)



Source: APP STORE OPTIMIZATION BLOG (<https://splitmetrics.com/blog/good-app-store-conversion-rate%E3%80%80>)

iOS・Androidの検索アルゴリズムとの関係

iOSの基本的なアルゴリズムでは、DL数のほかに評価・レビュー数が約20%を構成しているといわれています。

Androidにおいても、GoogleのWeb検索スコアなど評価要素がiOSよりも多いものの、同様にレビュー数も重要な要素の一つであることは間違いありません。



iOS

Apple App Store algorithm = $0.8(8 * \text{today's installs} + 5 * \text{yesterday's installs} + 5 * \text{installs from 2 days ago} + 2 * \text{installs from three days ago}) * 0.2(\text{Star rating} + \text{Reviews} + \text{Usage Rates} + \text{Sales})$



iOSは結構シンプル



Android

Google Play Store algorithm = [Install Rate - Uninstall Rate] + [Install Velocity - Long install] + Web Click-Throughts to Google Play Store + User Reviews + SEO, Google Search + Sales + GeoSignals Locations + Location of Servers + Freshness + Social Media Reputation + Speed/Usability Performance + Engagement + Funnel Analysis + Google Play Services

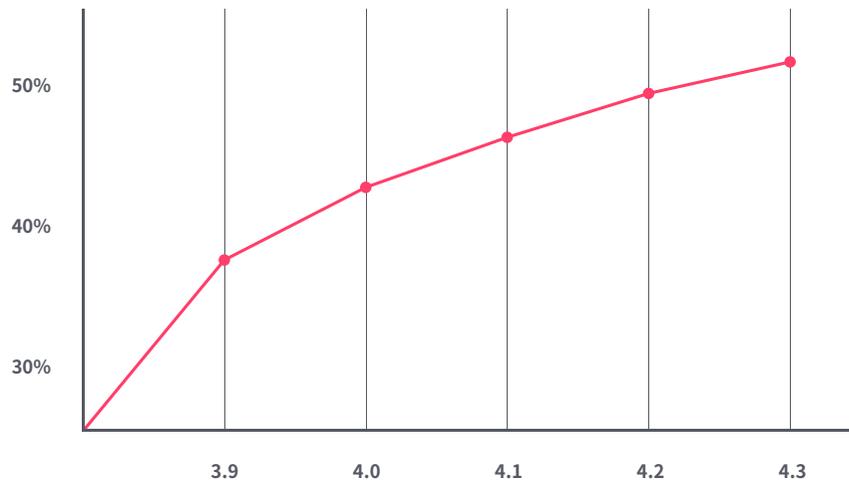


とにかく関わる要素が多い

レビュー数や評価の目標値

レビュー評価が「3.9」から「4.2」(+0.3) になるだけで CVR は 10% 上昇するという結果が出ています。そこで、基本的には「4.0」を目指すことが重要だといえるでしょう。下の表からもわかるように星 4 と星 5 の場合を比較すると CVR に大きな差はありません。

評価とCVRの相関性



元の評価	上昇後の評価	CVRの上昇率(最大値)
★	★★	30%
★	★★★	340%
★	★★★★	730%
★	★★★★★	770%
★★	★★★	280%
★★	★★★★	540%
★★	★★★★★	570%
★★★	★★★★	89%
★★★	★★★★★	97%
★★★★	★★★★★	4%

Source: The Journal Blog (<https://blog.usejournal.com/how-much-your-app-ratings-reviews-affect-your-conversion-rate-4dfa458c1c2e>)

Source: Apptentive (<https://www.apptentive.com/blog/2015/05/05/app-store-ratings-reviews-guide/>)

3

高評価レビューの集め方

iOS でのレビューの集め方

ここまでで、レビュー数や評価が CVR に大きな影響を持つことがわかりましたが、ではどうすれば効率的に高評価レビューを集めることができるでしょうか？ iOS の場合、「評価」を得るためには公式のレビュー訴求プロンプト (API) である SKStoreReviewController を使用しなければいけません。iOS 公式プロンプトは、簡単にワンタップで評価ができるため「評価」の数量、というメリットがあります。しかし一方で「レビュー」においては、「評価」後に「レビュー」を書くという二段階の手順を踏まなければならない、数と質という面では別の対応策が必要であるといえます。

Ratings, Reviews, and Responses

Customers provide ratings and reviews on the App Store to give feedback on their experience with an app and help others decide which apps they'd like to try. You can ask for ratings and respond to reviews to improve your app's discoverability, encourage downloads, and build rapport with people who use your app.

[Watch the film "Responding to Reviews" >](#)



Source: App Store (<https://developer.apple.com/app-store/ratings-and-reviews/>)

レビュー訴求の Tips

このようなデメリットに対して多くのアプリでも導入している「アプリ内メッセージ」の別実装は大変有効です。

これは、レビュー・評価用の独自アプリ内メッセージにストアページへのディープリンク入れることで、レビューを誘導するものです。（※Androidのみで実施可能）

ユーザーが離脱しにくくなるだけでなく、アプリに不満があるユーザーの受け皿を別途用意（別フォームへ誘導など）することによってレビューの質を維持することができます。

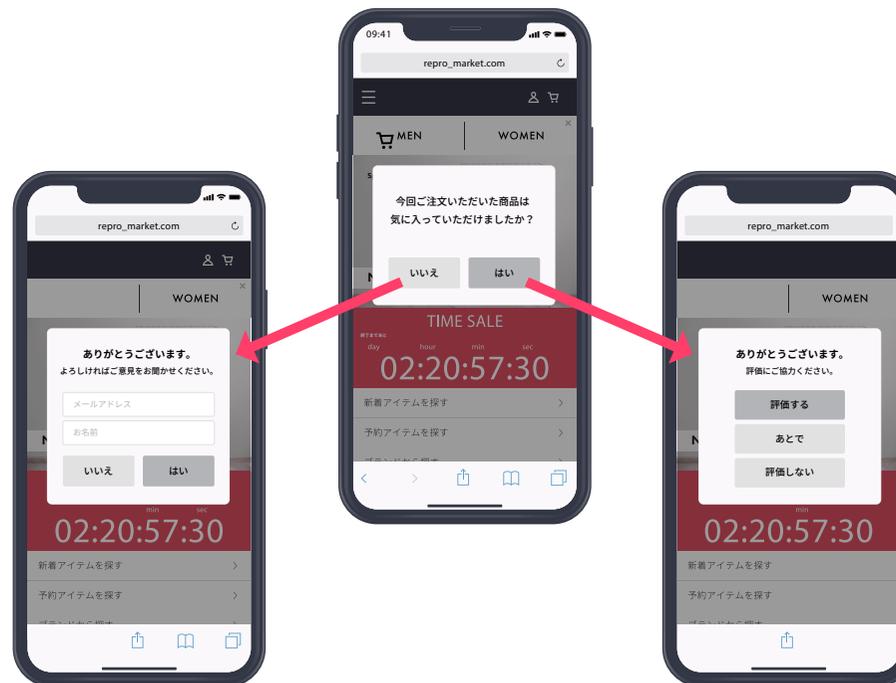


アプリ内メッセージの実例

例えば、下の画像のようにアプリ内メッセージでレビューと評価を集めようとしたとします。

ユーザーが「満足」を押すと「ストアページに遷移」→「レビュー記入」となる一方で、プロダクトに満足していないユーザーに対しては「意見を送る」→「Web フォームのリンクに遷移」→「フィードバック送信」という仕組みになっています。

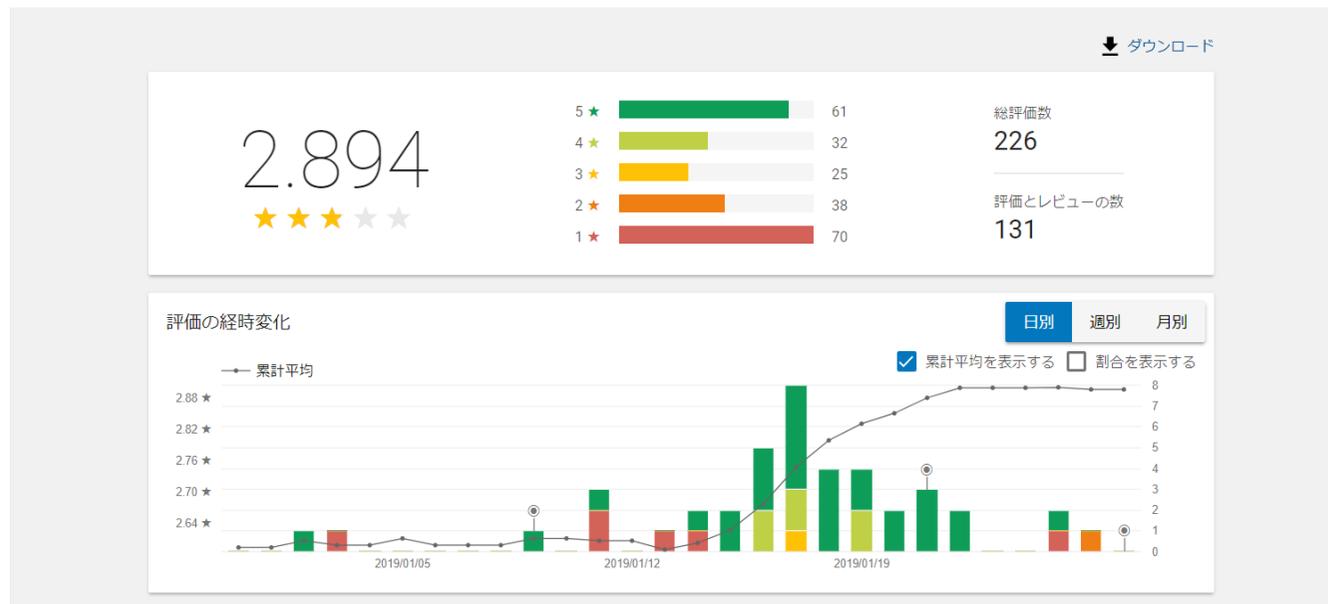
これは、ASO に関わる低いレビューの投稿を避け、同時にフィードバックをプロダクトの改善に役立てることができるという利点があります。



改善事例

このように「アプリ内メッセージ」の別実装を行うことでレビューの数・質ともに大幅に向上することもわかっています。

とあるマンガアプリはストアレビューの評価が悪く、DL率が低いという問題がありましたが、前述の施策をたった「1週間」実施したことにより、iOSは3.1→3.3、Androidは2.627→2.897まで評価が上昇しました。施策を開始して10か月のスパンで見ると、なんとAndroidは3.6まで改善されています。



レビューへの返信 (iOS&Android)

「批判的なレビュー」やバグなどの「技術的な問題」を報告しているユーザーを優先的に全てのフィードバックに素早く返信することを目指しましょう。

iOS については、iOS11 から実装されたレビュー返信機能を活用して返信したユーザーからのレビュー見直しが期待できます。

An example of a review on the AppFollow console

Lyhnet

★★★★☆

Very good and easy to use but login and sharing is buggy (for me) This App is really great for new parent who, like me want to keep excessive track of their newborn progress through life. I love the interface of the App. Two taps from the home screen to log any detail like sleep, breast feeding or diaper change.

I have only one small complain and that is to the sharing settings, where i have been unable to login via SMS code and share link with my wife so she can enter info into the App.

That might be an edge case problem specifically for me. DEFINATELY worth a buy. (If i could give 4.5 stars i would.)

[Template](#) [Reply via Console](#) [Note](#) [Find user](#) [Translate](#) [Tweet](#) [Mail](#) <#> [+ Add tag...](#)

Developer replied on July 18, 2018 at 08:40:

Hello! Thank you for trusting such important moments of your life to our application! We are really glad to be helpful for you! Can you write us through the feedback form in the application? We will help to solve the problem with synchronization.

[Edit reply](#)

APPFOLLOW

Source: APPFOLLOW (<https://appfollow.io/blog/how-and-why-to-reply-to-reviews-in-app-store-an-google-play>)

評価リセット (iOS)

iOS の場合は、アップデート時にこれまでの評価をリセットすることが可能です。アップデート前までの評価が思わしくない場合はリセットすることも有効な ASO 対策の一つと言えるでしょう。Android の場合はこの方法は使えないことに注意が必要です。

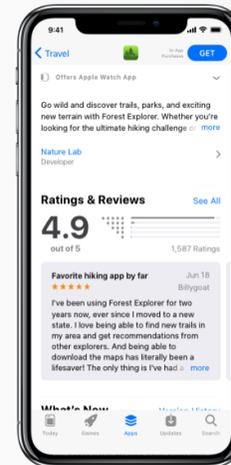
Ratings and Reviews

Ratings and reviews influence how your app ranks in search and can encourage users to engage with your app from search results, so focus on providing a great app experience that motivates users to leave positive reviews.

Ask users to rate your app on the App Store, but don't ask for a rating too soon — wait until they have enjoyed a few sessions before prompting them. Ensure that the app is stable before you ask, and choose an appropriate time in the session to make the request. Look for moments when users are most likely to feel satisfaction with your app, such as when they've completed an action, level, or task.

To give users an easy way to provide feedback, use the [SKStoreReviewController API](#). You can prompt for ratings up to three times in a 365-day period. Users will submit a rating through the standardized prompt, and can write and submit a review without leaving the app. Make your support channels and contact information easy to find in your app and on your App Store product page, so that if users encounter difficulties they are able to discuss them with you directly and resolve negative experiences that may otherwise lead to poor reviews.

Your app has one summary rating on the App Store, specific to each territory. You have the option to



Source: App Store (<https://developer.apple.com/app-store/product-page/>)

4

Repro ASO

「ブラックハット ASO」 に注意！

「ブラックハット ASO」と呼ばれるものがあります。これは中国の業者などに依頼し、短期間 DL 数にブーストをかけることによって、強引にキーワード検索の順位を上昇させる ASO 施策のことです。しかし、前述の通り「順位の向上」が ASO のゴールではありません。当然、Apple や Google に不正が露見すれば、アプリの公開停止どころかデベロッパーアカウントごと永久に凍結されてしまうケースもあります。

「キーワード検索結果上位表示」を謳い文句にしている ASO サービスもありますが、これには注意が必要だといえるでしょう。



iOS

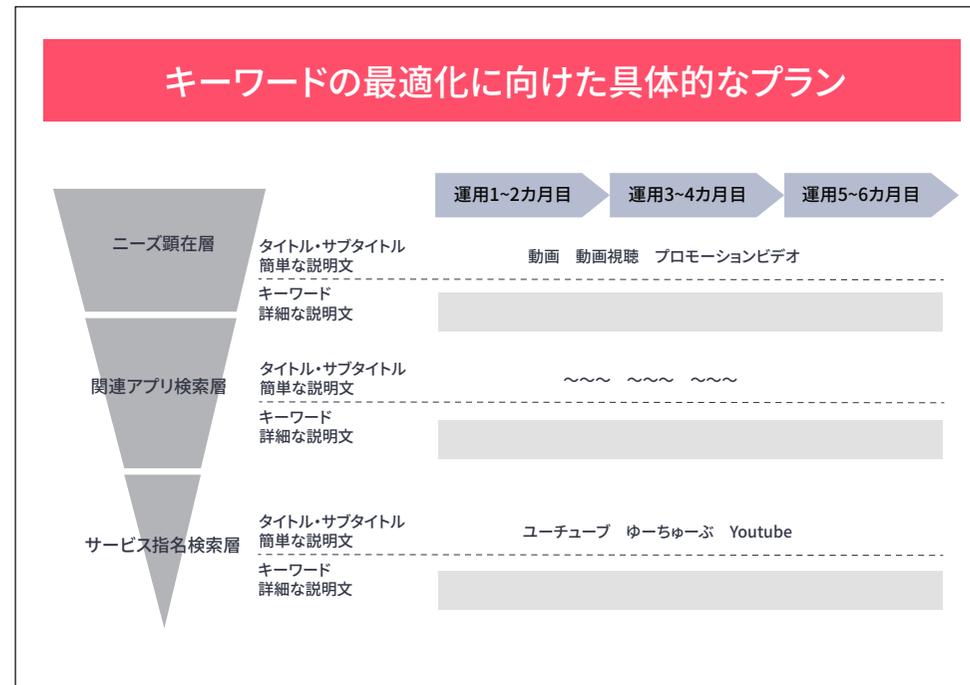


android

Repro は「DL数」「DL率」 に直接コミット！

Repro ASO の強みは、機械的に順位を向上させるだけではなく、豊富な施策経験をベースに、それぞれのアプリに合わせた「DL 数」最大化へのベストアプローチを選択できる点です。

ストアページのパフォーマンスに関して丹念な現状分析を行った上で、その分析データを元に対策キーワードやページ内の変更箇所を1ヶ月ごとに決定していきます。



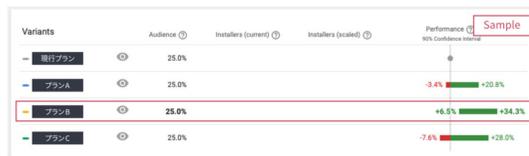
クリエイティブ提案に 強み

前述の通り、DL 率を向上させるためにはクリエイティブに対するテコ入れが不可欠です。しかし、自社で制作し、効果検証するリソースがないというアプリ事業者様がほとんどでしょう。

『Repro』では、「ASO 専門」のデザイナーが 1 対 1 でサポート。訴求軸に合わせたクリエイティブを複数パターン作成し、高速で PDCA を回しながら最もパフォーマンスの高いスクリーンショット・レビュー動画を作成致します。

前回検証の結果

AB テストの結果、「プラン B」が最も優位性の高い結果となりました。



結果に対する考察(仮説)

表現による差とコピーとの相乗効果

現行に比べ、全てのプランで有意差が出ており、「最短 20 分」と「スマホでサクッとかんたん注文」のプランが最も優位性が高かった。「スマホ」「20 分」の要素から「利便性」のマインドが強く訴求できたと考えられる。「パーティー」から連想できる「シチュエーション」系のマインドも一定の優位性はあるが、「利便性」のマインドの方が優位性が高いと考えられる。

今回の検証

キャプチャ画像のレイアウト検証

「利便性」をイメージできる、キャプチャ画像の枚数やレイアウトの検証を行う。

Repro

現行プラン

全店10,000店舗から注文！
スマホでサクッとかんたん注文！
累計最大額 1000 突破！

プランA

全店10,000店舗から注文！
パーティーでもおひとり様でもサクッと注文！
累計最大額 1000 突破！

プランB

最短20分でお届け！
スマホでサクッとかんたん注文！
累計最大額 1000 突破！

プランC

最短20分でお届け！
パーティーでもおひとり様でもサクッと注文！
累計最大額 1000 突破！

検証プラン

下記4プランで検証を行います。

掲載順 →

現行プラン

最短20分でお届け！
スマホでサクッとかんたん注文！
累計最大額 1000 突破！

かんたんに予約
アプリをインストールしアプリから注文！
累計最大額 1000 突破！

評価がわかる
本家の口コミを見て安心して注文
累計最大額 1000 突破！

すぐ探せる
本家の店舗マップに誘導
累計最大額 1000 突破！

キャッシュレス
現金いらず、スマホで決済
累計最大額 1000 突破！

プランA

最短20分でお届け！
スマホでサクッとかんたん注文！
累計最大額 1000 突破！

クリエイティブ1

プランB

最短20分でお届け！
スマホでサクッとかんたん注文！
累計最大額 1000 突破！

クリエイティブ2

プランC

最短20分でお届け！
スマホでサクッとかんたん注文！
累計最大額 1000 突破！

クリエイティブ3

新規ご制作いただく画像

アプリマーケティングについての豊富なノウハウ

世界 59 개국 6,500 アプリ以上の導入実績を持つ『CE (カスタマーエンゲージメント) Platform Repro』だからこそ持っている独自のノウハウがあります。iOS/Android とも、ストアページの仕様や検索アルゴリズムは日々更新されるため、昨日まで有効だった ASO 施策が突然意味をなさなくなる、といったことが頻繁に起こります。『Repro』は海外事業者とも連携し、常に最新の ASO テクニックをキャッチアップし続けているのです。



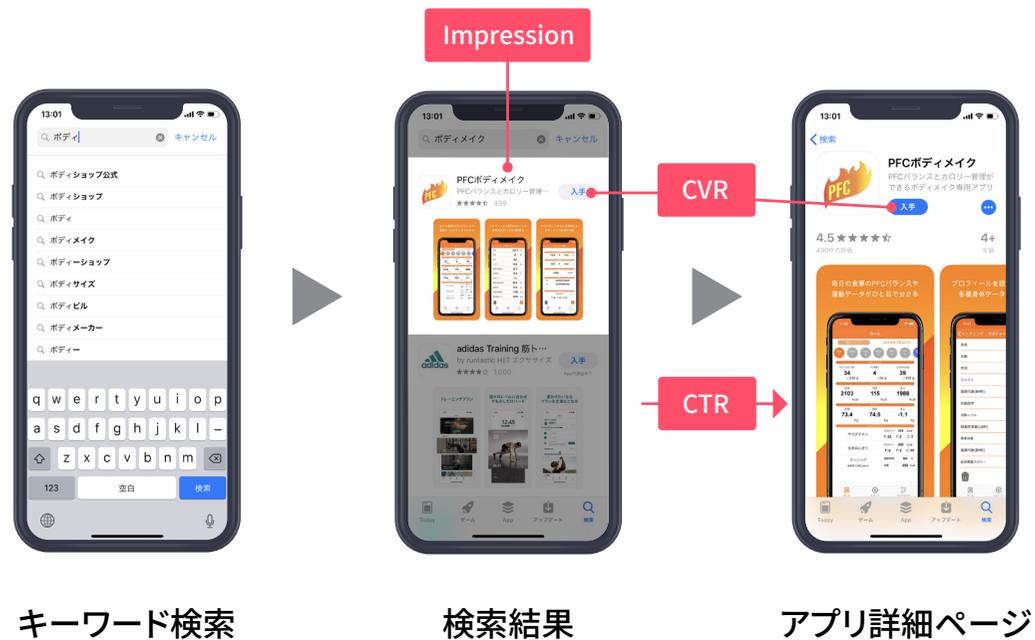
59ヶ国6,500件以上の実績



広告やアプリ内 マーケティング支援も！

また ASO 以外に、広告やアプリ内マーケティング（プッシュ通知など）に関する支援サービスを展開しているため、「Apple Search Ads との連携」や「ストアレビュー・評価の改善」などを含めた、DL 数最大化を目指した総合的な施策をご提案させていただきます。

DL 数改善のために Repro が保持しているナレッジは全て開示させて頂くため、将来的な ASO のインハウス化を検討している事業者の方には特におすすめです。



改善事例1 人気コミックアプリ

株式会社集英社
少年ジャンプ+



結果

DL 数成長率 (オーガニック、支援前比)
iOS : 221% android : 148%

課題

- 当時の流入はほとんど「ジャンプ」の指名検索であり、その他の単語での対策ができていなかった。
- マンガアプリゆえに使えるクリエイティブがたくさんあるのに、スクリーンショットのPDCAが回ってなかった

施策

- 「マンガおすすめ」「マンガ人気」といった検索回数の多いビッグワード+複合語を対策
- 映画 / アニメ化して検索ニーズが高まったマンガ作品のキーワードを対策
- 映画 / アニメ化した作品のキャラクターを積極的にスクリーンショットに起用し、他の



改善事例 2 人気お部屋探しアプリ

アットホーム株式会社
アットホーム

at home

結果

DL 数成長率 (オーガニック、昨対比、支援 3 ヶ月後)
iOS : 137% android : 171%

課題

- ✔ 繁忙期 (1月~3月) に向けて「短期間」でダウンロード数を向上させたかった
- ✔ ASO 施策を行うリソースも不足しており、何よりノウハウがなかった

施策

- ✔ ミドルワードを中心に、競合が対策していないキーワードを優先して対策



改善事例 3 人気貯金アプリ

ネストエッグ
finbee



結果

DL 数成長率 (オーガニック、iOS のみ、支援前比)

インプレッション:196% PV 数:180% DL 数:186%

課題

- ROIベースでの広告効果が低く、資産により ASO へ投資した方がベターだと判断した
- ASOに関するノウハウがなく、学習コストも高かった

施策

- 1年間の支援期間で、月1~2回の頻度でPDCAを回し、キーワード最適化を実施
- 縦長 or 横長、デザインコンセプト、文言、キャプチャの見せ方などの軸でクリエイティブのA/Bテストを繰り返し実施



まずは「ASO 無料診断」をお試してください！

アプリ名を教えていただくだけで、あなたのアプリのキーワード・クリエイティブの改善余地をご提案致します！

こちらのフォームからぜひお申し込みください。

申込フォーム

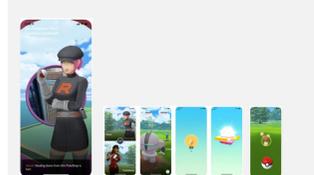
【Pokemon GO】キーワード無料診断結果 iOS 対策すべきキーワードリスト

各キーワードでのランキング・トラフィック比較

キーワード	ランキング				トラフィックシェア			
	表示件数	検索ボリューム	Pokemon GO	SP	ポケモンGO クラッシュ	ポケモンGO クラッシュ	ポケモンGO クラッシュ	ポケモンGO クラッシュ
ポケモン	250	83.3	1.0	4.5	15.7%	12.9%	-	-
ポケモンGO	250	82.6	1.0	52.1	18.1%	13.4%	-	0.2%
ポケモンGO	250	80.0	2.0	10.0	2.8%	1.9%	-	-
ワールド	250	79.8	2.0	10.0	1.9%	1.9%	-	0.3%
モンスター	250	75.8	9.3	29.0	0.1%	13.4%	-	-
go	250	75.4	1.0	10.0	9.8%	9.8%	-	-
st	250	75.3	1.0	10.0	8.2%	8.2%	-	0.1%
st	250	74.7	7.0	10.0	3.8%	6.0%	2.8%	7.6%
st	250	71.7	19.3	62.0	50.4%	50.4%	2.5%	-
st	250	71.7	3.5	67.9	11.0%	11.0%	0.1%	-
st	250	71.0	1.0	10.0	11.0%	11.0%	-	0.0%
st	232	70.8	5.5	10.0	0.4%	0.4%	-	-
st	250	70.7	1.0	11.1	11.5%	5.2%	2.5%	0.3%
位置情報	250	70.2	1.0	10.0	19.0%	19.0%	-	-
リアル	250	70.0	1.0	10.0	1.0%	1.0%	-	-
ポケモン	250	67.8	5.2	21.6	0.2%	0.1%	-	-
st	250	66.6	19.3	52.1	50.6%	50.6%	1.8%	-
st	250	65.8	5.0	10.0	4.1%	4.1%	0.3%	-
バーチャル	250	65.7	1.0	10.0	1.4%	1.4%	-	-
ポケモンGO	250	65.0	2.9	1.2	0.4%	1.9%	-	-
位置	250	64.9	1.0	10.0	1.0%	1.0%	-	-
st	250	64.7	1.7	10.0	1.4%	1.4%	-	-
ポケ	250	64.7	2.5	1.7	0.6%	1.0%	-	-
アドベンチャー	250	64.1	1.0	10.0	74.8%	74.8%	-	-
位置	250	64.0	1.0	10.0	12.8%	12.8%	-	-
位置	250	62.9	1.0	10.0	151.0%	151.0%	0.1%	-
あし	250	62.8	8.3	138.1	23.4%	23.4%	-	-
pokemon go	250	62.7	1.0	37.7	18.2%	2.2%	-	-
pokemon	250	62.2	1.0	10.0	2.4%	2.4%	1.6%	-
妖精	250	62.1	2.1	10.0	17.1%	17.1%	0.5%	-

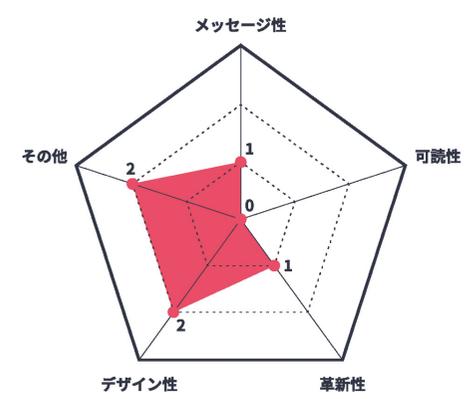
検索ボリューム：キーワードがアプリストアで検索されている回数を相対的に示す指標です。
トラフィックシェア：ストアの検索一覧ページから各アプリの詳細ページへの全遷移数に対して各キーワードが占める割合
※検索順位3位以内は赤、5位以内は黄で表示

【Pokemon GO】クリエイティブ無料診断結果 クリエイティブレーダーチャート



6/15 クリエイティブスコア

- メッセージ性 計 1/3(1.0 × 2.0 × 3.0)
- 可読性 計 0/3(1.0 × 2.0 × 3.0)
- 革新性 計 1/3(1.0 × 2.0 × 3.0)
- デザイン性 計 2/3(1.0 × 2.0 × 3.0)
- その他 計 2/3(1.0 × 2.0 × 3.0)



Reproを導入検討の方へ

あなたの課題にあった適切なプランをご提案いたします。
まずは下記フォームより貴社についてお聞かせください。



Reproから自社の課題に合わせた
最適な提案を受ける

その他おすすめ資料

詳しくお知りになりたい方は、
以下のリンクから資料をダウンロードしてください。

これから重要となる
マーケティングの概念
「カスタマーエンゲージメント」
についてご紹介しています！



資料をダウンロードする

Repro

本提案書は、Repro 株式会社の著作権法上の「著作物」と不正競争防止法上の「営業秘密」を含んでおります。本提案書に記載される当法人のアイデア及びコンセプト等は、貴社へ提案中の業務を提供する当法人のスキル・能力等ご評価頂くことを目的に使用されております。よって、貴社以外の第三者への配布はご遠慮頂きますようお願い申し上げます。本提案書で提案させて頂いております業務に係る責任等につきましては、貴社と別途締結させて頂く契約書の諸条項に従います。また、実際の業務受嘱にあたりましては、別途、当法人内での受嘱承認手続を経る必要があり、当該手続における承認が受嘱の前提となる点、あらかじめご了解ください。本提案書は、貴社に関する公開情報等を基に作成されており、当法人は当該情報等の検証業務は実施しておりません。従いまして、当法人は、当該情報に不正確な部分があったとしても、責任は負いませんので、あらかじめご了解ください。また、貴社への提供業務や条件等を変更される場合は、本提案書の内容（報酬の見積も含む）にも変更が生じる可能性があることも、あわせてご理解頂きますようお願い申し上げます。