

Repro

App Success Stories



アプリ内メッセージの最適化により KPI 達成、物件見学数 2 倍に。

1



カウル
Housmart Inc.

『カウル』は、「かしこく家を買う」をコンセプトにした不動産サービスアプリ。人工知能によって推定相場を算出、相場よりも安価なお部屋を見分けることができるのが特徴。

課題 新機能開発の前に行うべきグロースハックの実践

少人数のチームにおいて新機能開発の前に「ボトルネックを解消する」開発、つまりグロースハックを実践することはとても重要です。闇雲に新機能開発を行ったため、「せっかく作った機能がユーザーに理解されないまま使われず、結果的にサービスが思う様に伸びていかない」という悪循環に陥ってしまわないために『Repro』の分析機能を使って定量的に現状を把握し、そこから数値改善のための施策を実施する必要性がありました。



アプリ内メッセージの最適化により KPI 達成、物件見学数 2 倍に。

2

施策

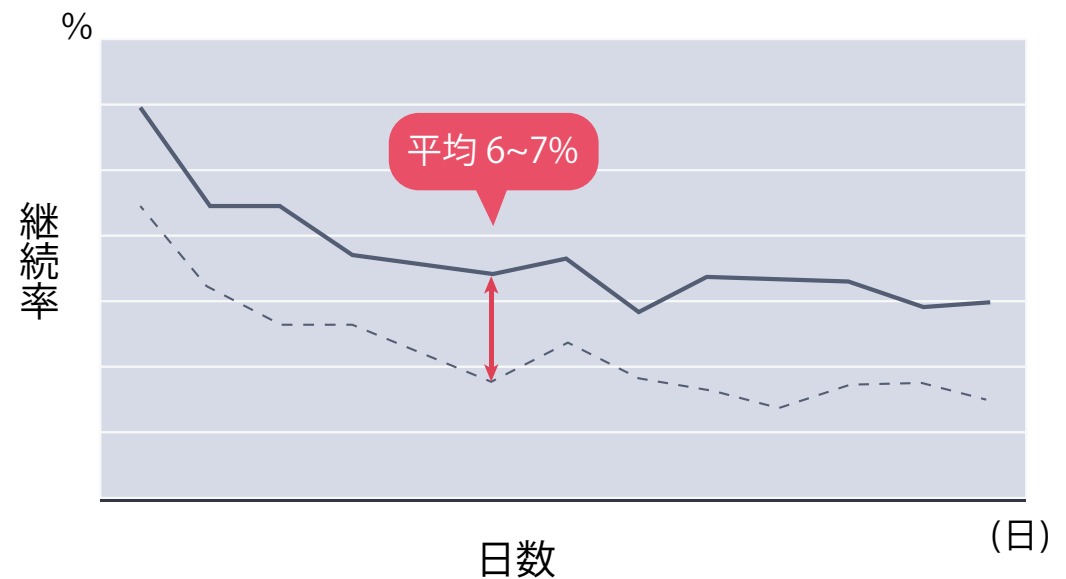
ユーザーストーリーにおけるステップごとの
阻害要因に基づいて施策を実行

ボトルネックを解消する手段として、ユーザーにプッシュ通知を送れる機能を利用しました。『Repro』では、通常のプッシュ通知だけでなく、アプリ起動時に表示されるアプリ内メッセージも提供されています。ユーザーの行動別にセグメントを作り、そこに属するユーザーに対して様々なコンテンツを提供することができます。

成果

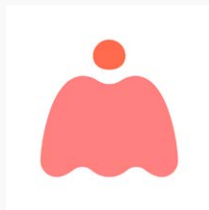
アプリ内メッセージの最適化により物件見学数 2 倍に。

『カウル』のユーザーストーリーは「初回チュートリアル突破→部屋の提案を見る→お気に入り→部屋の見学申請」としています。これらのステップの間で止まっているユーザーに対して、次のステップを促したり知られていない機能の使い方をアプリ内メッセージなどで訴求することで、各継続率が平均 6~7%、KPI としている「物件見学の申請数」が 2 倍に増加しました。



素早い仮説検証サイクルを構築しプッシュ通知の開封率が20%増加

1



ママリ
コネヒト株式会社

月間閲覧数約2億回、2018年に出産した女性の3人に1人が会員登録をしている、国内最大級のママ向けサービス。アプリではQ&Aや記事配信を通じてユーザーが出産、育児、ママ友との関係、再就職などの悩みを解決できる場を提供している。特にQ&Aの投稿数は月間約250万件以上にもなる。

課題 開発リソースを最小限に分析から仮説検証を行いたい

『Repro』導入前は『Mixpanel』という分析ツールを使ってコホート、リテンションなどの分析を行っていましたが、分析はできてもその分析で浮かび上がった仮説を検証するマーケティング施策の実行スピードに課題がありました。社内の開発リソースが限られているため「その施策、本当に開発の工数をかけてまでやるべきなの？」というエンジニアサイドの意見に対し、ファクトをもって立証できませんでした。



素早い仮説検証サイクルを構築しプッシュ通知の開封率が20%増加

2

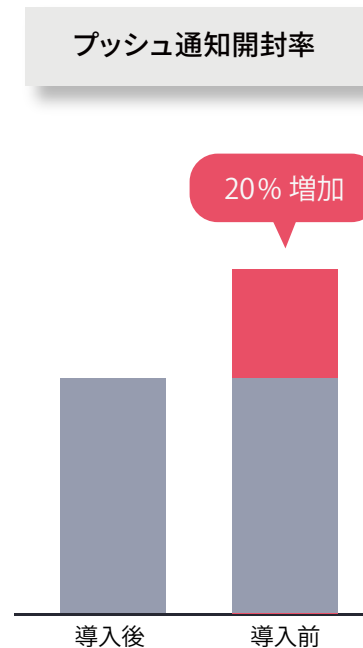
施策 アプリのNPSを高めるアプリ内メッセージの活用

アプリ利用初期に他ユーザーの質問に回答したユーザーはNPS(Net Promoter Score。顧客のロイヤルティの程度を把握するための指標)が高い傾向にあることが分かったため、「質問への回答」を促すようなアプリ内メッセージの配信を試みました。施策のPDCAを回す過程で、ユーザーアクションの阻害要因をひたすら洗い出し、この中から改善によるインパクトと施策実行にかかる工数を考慮して優先順位をつけ実行していきました。

成果 プッシュ通知開封率が20%増加

『ママリ』は『Repro』のプッシュ通知機能を使い、「時間帯別」「コンテンツ」「文言」の3ステップに分けてプッシュ通知施策のPDCAを回し最適化をしていきました。その中でプッシュ通知の勝ちパターンを見つけました。

このプッシュ通知の最適化によってプッシュ通知の開封率は20%ほど改善しました。分析から施策の実行までにかかる時間も以前の10分の1以下になり、エンジニアも無駄な 이슈に開発リソースを割く必要がなくなりました。



『Repro』はディレクターやマーケターからするとやりたいことを直感的に実行でき、エンジニアからすると仮説検証にリソースを奪われずに開発に集中できる、両者をハッピーにするツールです。より短期間でPDCA回したい方にはおすすめです。」一コネヒト株式会社 藤澤様

『Repro』 サポート体制を利用して売上が20%増加

1

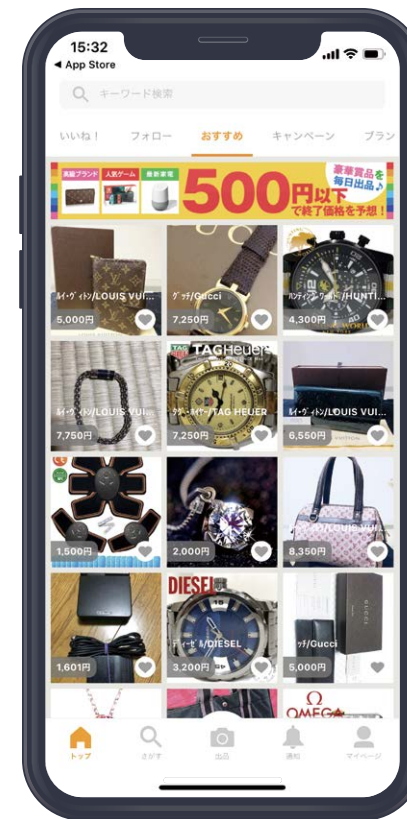


モバオク
株式会社モバオク

ファッションアイテムを中心に家電やインテリアなども扱うオークションアプリ『モバオク』を運営。何度出品しても出品手数料も落札手数料も一切かからないことから、2011年のリリース以降多くのユーザーに利用されている。現在(2017年5月時点)、DL数が200万を超えるアプリ。

課題 マーケターのノウハウ不足

『モバオク』は出品・入札の際に手数料が一切かからないという点で他サービスと差別化を図り、マネタイズは有料会員からの月額料金からなっているビジネスモデルです。そのため、アプリ内マーケティングはとても重要になりますが、アプリ成長のノウハウは世の中にもほとんど出回っておらず、プッシュ通知やアプリ内メッセージをいつ・どこで・誰に打つべきかというところについて細かくプランニングしたり効果検証を行っていませんでした。



Reproサポート体制を利用して売上が20%増加

2

施策 重要機能の使い方をアプリ内メッセージで訴求

『Repro』のアプリ内マーケティングの運用代行サービスはマーケティングの知識がない場合に代わりにお客様の目標 KPI に向けて施策のプランニングから改善提案までを行います。重要機能の一つであり、商品の入札状況を追う「ウォッチ機能」の使い方を訴求するアプリ内メッセージでは、『Repro』のディレクションによる画像を利用することで、この機能の利用者を2倍に増加させることに成功しました。

成果 重要 KPI を高め、短期間で売上 20% 増加に成功

『モバオク』のマネタイズポイントであり、重要 KPI であった有料会員の登録率です。上記のような機能訴求により、多くのユーザーを無料会員から有料会員にすることができ、結果売り上げを 20% 増加させることに成功しました。

「『Repro』はオークションアプリの導入実績が豊富なこともありサービスのかなり深いところまで理解した質の高い提案をしてくださいました。クライアントである我々目線でモバオクのことを考え、負担を厭わずにコミットしてくれるので安心して任せられました。」

—株式会社モバオク 小田切様 稲本様

有料会員転換率
2% ↑

新規ユーザー継続率
3% ↑

入札率
3% ↑



A/B テストを活用し各アクションの KPI 改善に成功

1



あすけん
株式会社ウィット

2018年12月現在で260万人以上に利用されているヘルスケアサービスである『あすけん』。食事を記録すると管理栄養士のキャラクターである未来（みき）さんからアドバイスがもらえる機能があり、一人で取り組むことが難しいダイエットや健康管理をサポートしてくれる。

課題 手薄になっていたアプリ内マーケティングの実践

『あすけん』は日々の食事管理をサポートすることでユーザーの減量を手助けするサービスのため、いくら集客のプロモーション施策が成功していても、アプリをDLし、継続して利用してもらえないと意味がありません。そのために、施策を数値化し確実に検証できる環境がアプリのグロースには不可欠でした。



A/B テストを活用し各アクションの KPI 改善に成功

2

施策 セグメントごとの A/B テストの活用

『あすけん』は、ユーザーを「ユーザー登録」「初回食事記録」「記録忘れ」の有無でセグメントし、それぞれに合ったプッシュ通知で訴求を行うことで各アクションの完了率・リテンションが改善されました。『Repro』のプッシュ通知機能は開封率を明確に数値化できるため、A/B テストを簡単に行うことができ、それによって PDCA を素早く回すことが可能です。

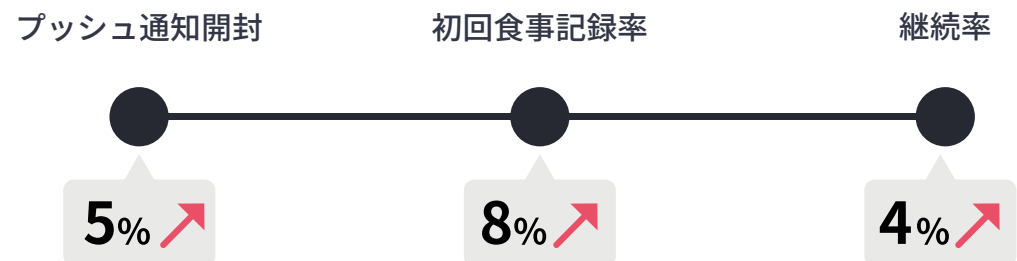
成果 継続率 7% 増加! 各アクションの数値も改善。

セグメント別に、A/B テストで見つけた勝ちパターンのプッシュ通知を行うことで、各セグメントに属するユーザーへのアクションの訴求を確実に行うことができました。その証拠として、「新規ユーザー 7 日後のリテンション率 4% 増加」や「初回食事記録率 8% 増加」など各アクションの数値が大幅に改善したという結果が出ています。

「担当者さんにももちろん、チャットサポートにもお世話になっています。私はかなりサポートに問い合わせをするタイプなのですが、数あるサポートの中でも『Repro』は 1、2 を争うレスポンスの早さです。技術的な質問にも迅速に回答いただけてるので助かります。」

—株式会社ウィット事業責任者 マーケティング担当の松尾様

ユーザーの離脱ポイント



カスタマーサクセスによるサポートで継続率10%増加

1



HARUHARU
フリー株式会社

『HARUHARU』は国内プリントシール機シェア No.1 (2016 年夏フリー調べ) を誇っていることで有名なフリー株式会社が、「情報格差=オシャレ格差」の構造を解消すべく「頑張って情報を追わなくてもこれだけでトレンドが手に入る」をコンセプトに立ち上げたメディア。

課題 PDCA を適切に回したい

立ち上げ当初、手探り状態で運営を始めた『HARUHARU』。マーケティングに関する「明確な共通認識」がなかったため、分析に使用する各指標が主観的で、明確な KPI もありませんでした。運用の参考にする数値も PV 数など基本的なもののみで、分析やそこからの仮設検証にまで至っていませんでした。



カスタマーサクセスによるサポートで継続率10%増加

2

施策 カスタマーサクセス・『Repro』サポート体制の活用

『Repro』導入初期、『HARUHARU』にはツールを活用しきれなかったという懸念があったため『Repro』サポート体制であるカスタマーサクセスによる支援を利用しました。カスタマーサクセスチームから提示された施策案の中から施策を月に1~2個選んで実施していくことでツールを適切に使いPDCAを回したり、定点観測するというマーケティングの知見を蓄えることができました。

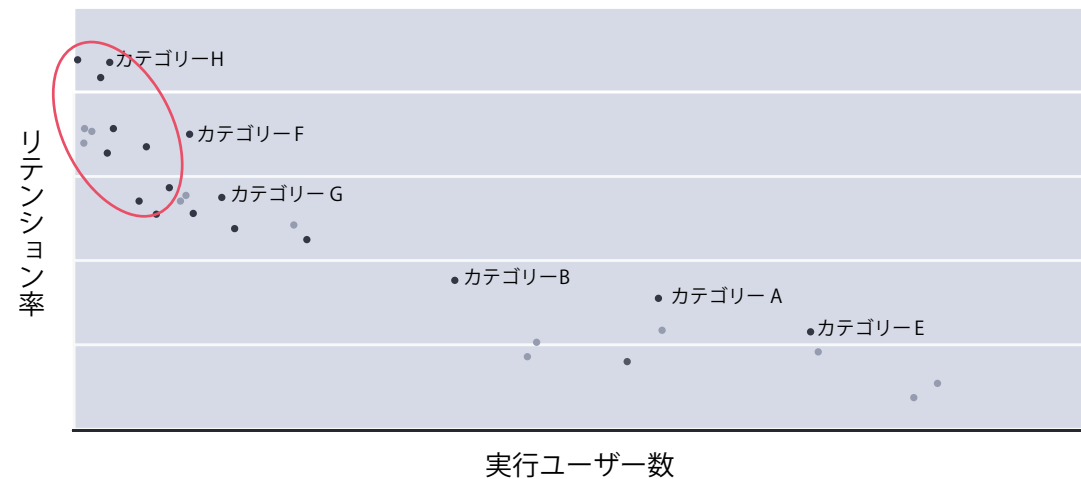
成果 継続率10%増加

『HARUHARU』はリテンション改善施策を進めていくうちに、「韓国系コンテンツを見ているユーザーのリテンション率が高い」ということに気付きました。そこからコンテンツの方向性を大幅に変更、結果的に翌週の継続率10%の改善に成功しました。

「色々な施策を試しましたが、実施していくうえで「分からないことがあれば担当者さんに聞こう！」という関係性があったのが心強かったです。」

—フリー株式会社メディア事業推進部メディア制作課長 大西様

記事カテゴリ別リテンション



機械学習による最適化で新規ユーザー読書率、継続率が大幅増加

1



GANMA!
コミックスマート株式会社

多彩なジャンルとここでしか読めないマンガタイトルを提供することで、多くの若者から支持を得ている『GANMA!』。マンガ家のリクルーティングも行っているのが特徴。現在では180作品を公開し、昨年末にはサブスクリプションモデルの『GANMA! プレミアム』をリリースした。

課題 施策実行性を高め、一歩進んだマーケティングを。

他マーケティングツールを利用していた『GANMA!』は、ツールの機能不足を感じ、頻繁なアップデートと知人から定評のある『Repro』を導入しました。主観的な判断軸で施策を行うのではなく、数値に基づいてユーザーのリテンション改善を目指しました。



機械学習による最適化で新規ユーザー読書率、継続率が大幅増加

2

施策

『Repro』のデータを活用した機械学習施策による
レコメンド最適化

『GANMA!』は「早期に最適なコンテンツを訴求すれば継続率が上がるのではないか？」という仮説を立てました。『Repro』で取得したデータを機械学習プラットフォームに入れ仮説検証を行うことで、ユーザーのニーズに対し最適なコンテンツは何かを分析・予測、『Repro』のアプリ内メッセージでユーザーにレコメンドしました。

成果

週のユーザーの平均読話数が9.3%増加

『Repro』で取得したユーザーデータを機械学習に活用し、ユーザーが次に読みやすい作品を予測して、その作品を2日目以降に配信することで、初週のユーザーの平均読話数が9.3%増加、翌週の再訪率も2.5%増加しました。

『Repro』でAIを活用した機能が実装されるのを楽しみにしています。笑今後も『Repro』を活用しながら、共に成長していければと考えているので、引き続きよろしくお願いしますね！」

—コミックススマート株式会社の取締役 福西様



ASOグロース計画でアプリDL数が昨年対比 150%に増加

1



アットホーム
アットホーム株式会社

日本で初めて不動産事業者間情報流通サービスを提供し、近年はメディアの運営でも有名なアットホーム株式会社。ネット領域にも注力し、アプリ『アットホーム』のリリースはもちろんのこと、2018に『学生のためのお部屋探し』をリリースし、これまで接触が薄かった学生層にもアプローチを進めている。

課題 社内のリソース・ノウハウ不足

『アットホーム』では『Repro』導入前、チーム内でアプリ運用・マーケティングまでのリソースが確保できていない状態でした。ASOについても別の代理店に任せたまま手付かずの状態、エンドユーザーに対して、「適切な価値提供ができているのか？」という疑問を常に抱いていました。



ASOグロース計画でアプリDL数が昨年対比150%に増加

2

施策 『Repro』のASO・マーケティング支援

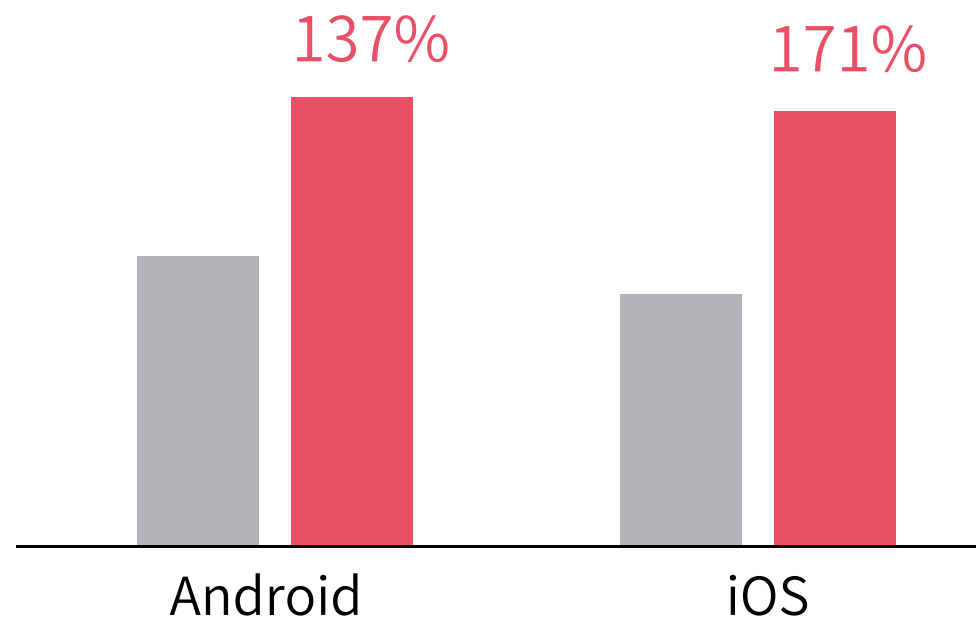
課題に対して『Repro』は、ASO支援とマーケティング支援を実施しました。『Repro』のマーケティング支援では、「最終的にインハウス化も目指せる知見を得たい」という『アットホーム』の意向から、アプリマーケティングのノウハウを蓄積させることを意識しながら支援をすすめることになりました。

成果 アプリのDL数が昨年対比で約150%改善

ASO支援を必要とした『アットホーム』に対し、『Repro』はまず「ビッグワードを狙わないのではなく、競合の対策が手厚いので長期的に狙っていく」「競合の対策が手薄なミドルワードを短期的には狙う」というご提案をしました。結果、この方針で施策を進め、アプリのDL数が昨年対比で約150% (iOS137%/Android171%)と大きく改善しました。

『アットホーム』というアプリをちゃんと理解いただき、忌憚なく情報共有してもらいながら、寄り添って支援いただいていることの安心感があります。なので、今後も引き続きサポートをよろしくお願いしますね！

ーアットホーム株式会社 オンラインメディア事業部
メディアマネジメント室 瀧澤様



セグメント別施策により継続率の大幅改善

1



バイトル
ディップ株式会社

仕事情報サービスを運営していることで有名なディップ株式会社のアルバイト・パート求人情報メディア『バイトル』。CRMの観点から2010年頃アプリ版『バイトル』をリリース、UXを最大化するという視点で「応募する」際のオンラインだけでなくオフラインにおけるユーザー体験にも重点を置いたコンテンツを配信している。

課題 チーム内のノウハウ・リソース不足

『バイトル』はWebをメインに担当していたマーケターがネイティブアプリのマーケティングを担当することになり、ノウハウ不足を感じていました。またリソースの問題もあり、『Repro』を最大限活用できるイメージがあまり持てなかったため、「マーケティング支援」も同時に導入することになりました。



セグメント別施策により継続率の大幅改善

2

施策 『Repro』 マーケティング支援

『Repro』のマーケティング支援チームが、『バイトル』と同じチームの一員として施策の提案をしていくことで、ノウハウ不足を補うことに成功しました。アプリマーケティングに関する知識を持った『Repro』マーケティング支援チームの存在によって施策実施のスピードが速まるだけでなく、エンジニアとマーケターのアジャイル化が進みました。

成果 セグメント別施策により継続率の大幅改善

「アプリの初回起動1日後～7日後までのリテンション率（RR）改善施策」など『バイトル』と『Repro』のマーケティング支援チームはディスカッションをしながら施策を進めました。ユーザー調査の結果、「仕事探しの方法がわからないユーザー」に対して「ユーザーの心情に立ち、バイトを応募するまでに不安となる要素をプッシュ通知にてサポートする」という方針で改善といった結果、継続率が大幅に改善しました。



「『Repro』を数年間使ってみて、プロダクトの進化が実感できて、ツールにも期待をしなくなるというのが個人的に好きなポイントです。「誰に、どのように」というマーケティング施策の設計がとてもやりやすくてできているなども感じています。」
—ディップ株式会社 商品開発本部 システム開発部アプリケーション開発課長 小松様

カスタマーサクセスとツールの活用によってCVR2倍に

1

Seel

Seel
ニューアーチデザインング

2017年に、子育てママ向け写真共有サービスとしてスタートし、現在は写真をアップロードするだけで自宅にシールが届くサービスとして刷新された『Seel』。「写真から誰でも作れるハンドメイドギフト」をサービスコンセプトとして、家族の思い出だけでなく、友人やパートナーへのギフトのサービスとしても愛されている。

課題 データドリブなアプリ運用

アプリ運用では、広告やアプリUX改善など新しく取り組むことが多く不安を感じるマーケターも少なくありません。『Seel』のアプリ担当者も例外ではありませんでした。そのため簡単な設定でユーザーについての具体的な数字を集計できる、またその数字を生かすノウハウを蓄えることが必要でした。



カスタマーサクセスとツールの活用によってCVR2倍に

2

施策 充実した分析機能と『Repro』のカスタマーサクセス

『Repro』カスタマーサクセスと『Seel』は運用開始時にディスカッションを通してサービスの問題点を共有したり、運用中に課題が出てきた場合などは、カスタマーサクセスが手厚くサポートすることで『Repro』の分析機能を最大限使うことができました。

成果 カート落ち対策でクーポン配布を実施し、CVRを約2倍に改善

『Repro』を使って分析をしているうちに、『Seel』アプリがほかの類似アプリに比べて「プッシュ通知許諾率は高い一方、継続率は低い」ことが分かりました。これに対し「リテンション率の改善を目指したプッシュ通知施策」として「カート落ちをしているユーザー」へのクーポン配信を行ったところ、CVRが約2倍と大幅に増加しました。



ファネル分析を活用してオンボーディングを大幅改善

1



au 占い
株式会社 mediba

国内有数の有料会員数 1500 万人を誇るスマートフォン向けサービス『au スマートパス』を運営していることで有名な株式会社 mediba。『au 占い』は Web 版からスタートしたこのサービスのアプリ版は 2017 年 12 月にリリースされ、占いのニーズに合わせて UX を最適化しているのが最大の特徴。

課題 アクティブユーザーが増えない

もともと Web 版では一定のユーザーアクティブが生まれていた『au 占い』。アプリをリリースすると自然とアプリへの移行が実現されると考えていましたが、実際にはそうではありませんでした。認知度の高さから、一定の DL 数は保っていたものの、ふたを開けてみると、サービス内容を理解しないまま離脱するユーザーがたくさんおり、“Web to App”が思うように進んでいないことがわかりました。



ファネル分析を活用してオンボーディングを大幅改善

2

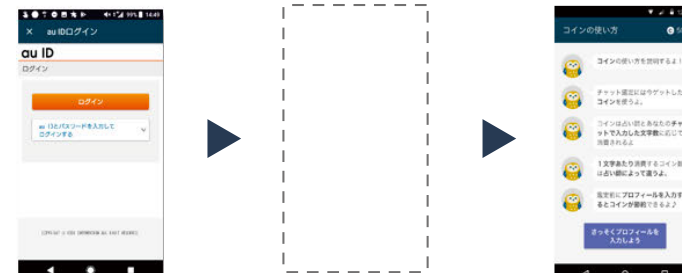
施策 ファネル分析によるオンボーディング改善

まずユーザーがアプリをDLしてからサービスを利用するまでのオンボーディングにおいて、どのタイミングで離脱するのかを「ファネル分析機能」を利用し、把握しました。『Repro』は各ファネルのユーザー離脱率を簡単に、そして定量的に見ることができます。より離脱率の高いアクションに対して、優先順位をつけて施策を実施しました。

成果 各ファネルの離脱率が改善

各ファネルでの離脱ポイントを塞ぐように、例えば、「チュートリアルをスキップ出来ることを伝えるアプリ内メッセージ」や「プロフィールを入力しなくても大丈夫なことを伝えるメッセージ」などを行うことでオンボーディングの最後のファネルである「プロフィール突破率」が約7%改善しました。

施策前



施策後



ログインで500コイン無料訴求

離脱防止

ユーザーの再訪サイクルを生み出して継続率が 1.6 倍に増加

1



ポリグロッツ
株式会社ポリグロッツ

100万人が使う英語学習アプリとして有名な『POLYGLOTS (ポリグロッツ)』。どんな人でも学習を続けられるために「好き」を“学び”に”というコンセプトで改善を進めた結果、2018年2月には「英語力の向上を実感できる英語学習アプリ」「継続しやすい英語学習アプリ」「ユーザー満足度」で3冠を達成した。

課題

各ユーザーに合わせたコンテンツを届けることでアプリをグロースさせたい

『Repro』導入前は、全ユーザーの85%がTOEICスコア500以上、「ある程度英語ができる人」が主なユーザーでしたが、日本のマジョリティである「英語が苦手な人」にもフォーカスしたいと考えました。英語学習の目的や趣味関心は人によって違います。そこでユーザーに合わせたコンテンツを届けることでユーザーの離脱を防げるのでは、という仮説を立てました。



ユーザーの再訪サイクルを生み出して継続率が 1.6 倍に増加

2

施策

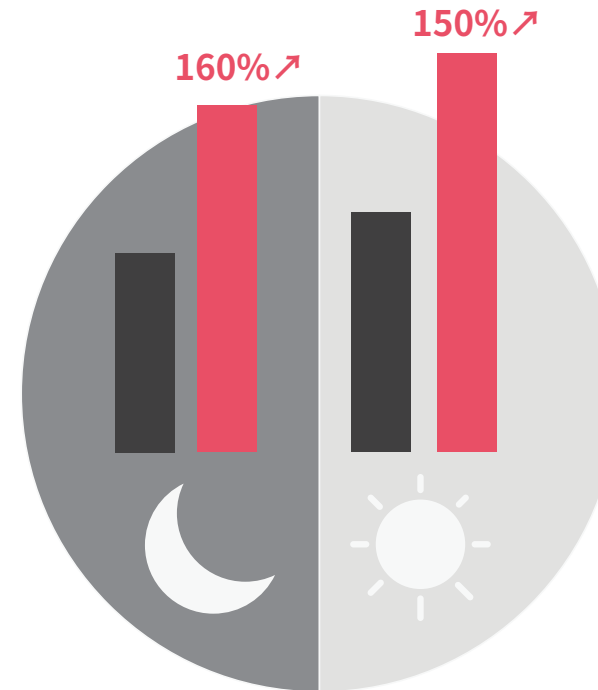
ツールを活用してプッシュ通知や A/B テストの施策・効果測定を行う

『Repro』の「エンジニアによる実装なしで管理画面上で操作するだけで施策の実行から効果測定まで行える」という利点を生かして、1カ月に60個ほどの施策実行・効果測定を行いました。効果の良かった施策を少し時間が経ってから再度試し、再現性をみることもできます。

成果

ユーザーの再訪サイクルを作り継続率の大幅改善に成功

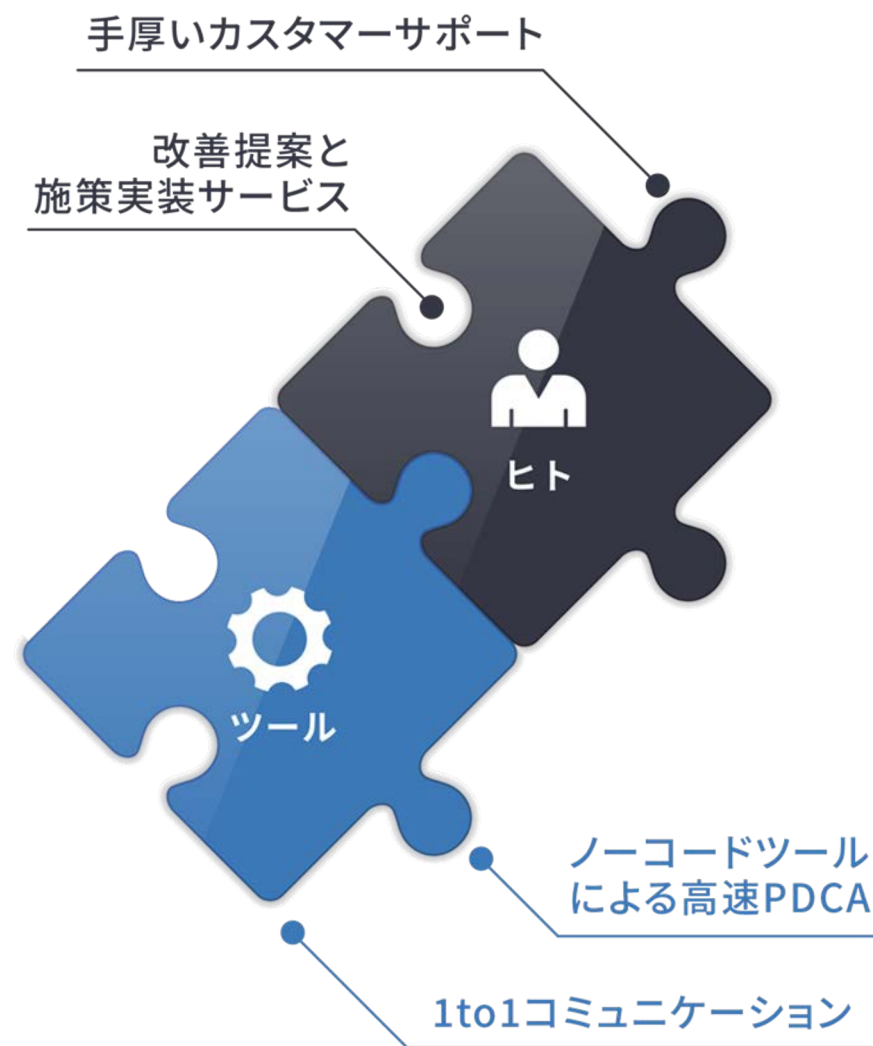
もともと『POLYGLOTS』のユーザーアクセスは通勤時間の朝 7~8 時がピークでした。このユーザーアクセスのピークをほかの時間帯でも作るべく、お昼休み・帰宅後の時間帯にユーザーのレベル別に少しずつメッセージ内容を変えてプッシュ通知を配信しました。この施策により、結果的にお昼休みである昼間の時間のユーザーアクセス数が 150%、帰宅後の時間となる夜間では 160%改善、ユーザーが定期的にアプリに再訪問するサイクルを作ることに成功しました。



Repro サービス紹介

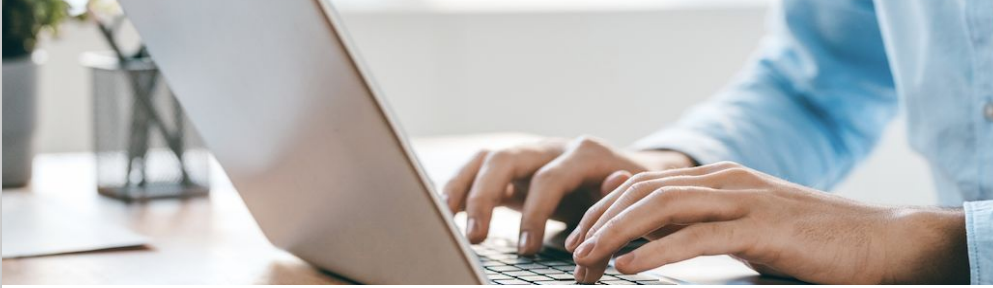
ツールとヒトの力で Webとアプリの売上を 最大化

Reproは、マーケティングツールと運用支援を
ワンストップで提供しお客様の成果創出まで
伴走します。



Reproのサービスラインアップ

Webマーケティング



コンバージョン最大化サービス

- Webサイトの売上アップを実現する
Webマーケティング支援
- 施策の立案から実行までを担う精鋭チームを
ツールとともに提供

Repro Booster

- タグを入れたその日からWebサイトが速くなる
サイトスピード改善ツール
- かんたん・すぐにWebサイトを高速化
さらに運用レス

アプリマーケティング



Repro App

- プッシュ通知ツール導入数 No.1※
アプリの売上・LTV最大化ツール
- 多彩なコミュニケーションを実現し、アプリの
売上・LTVを最大化

※アプリ プッシュ通知ツール導入数 No.1 (data.ai 有料利用のみ可能なプッシュ通知
カテゴリSDK検出アプリ数 2021年7月~2022年8月)

ASOエキスパート支援

- アプリダウンロード最大化を実現する
ASO (アプリストア最適化) 対策支援
- 「Organic流入数の増大」と「CVRの改善」を
ASO対策のエキスパートがトータルで支援

コンバージョン 最大化サービス (Repro Web)



コンバージョン最大化サービス

サイト改善ツール「Repro Web」の提供に加えて、マーケティングのプロが施策の立案、実行、PDCAまでを徹底的にサポート。あらゆるWebサイトにとって重要なコンバージョンの最大化を実現します。



コンバージョン最大化サービスは、ノウハウ・リソース課題をすべて解決

専門的なノウハウを持ったプロフェッショナルチームが、あなたのWebサイトの課題を分析し、施策を立案。コーディング不要のサイト改善ツールを用いて施策を実施し、売上アップを実現します。



＼ Webサイトの売上アップの実現、ぜひご相談ください ／

コンバージョン最大化サービスについて相談する >

コンバージョン最大化サービスの施策事例

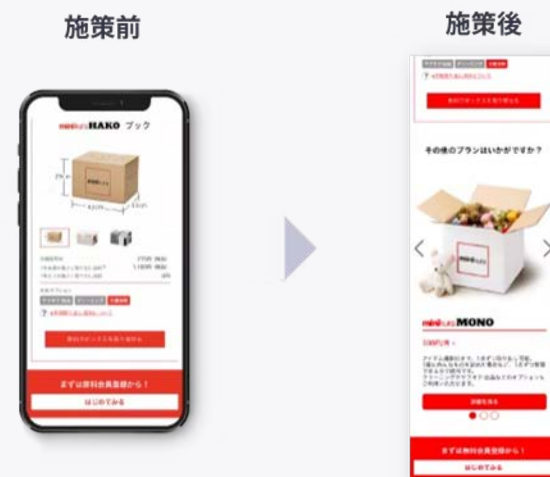
Reproのプロフェッショナルチームが立案した施策によって、コンバージョンが大きく改善しました。

CASE1

離脱率を改善、会員登録率を向上 CVR向上率：10.68%

施策前は1プランのみを訴求していたため、ユーザーを取りこぼしていた。他のプランを訴求するコンテンツを作成し、離脱率や直帰率を改善する施策を実施。

『minikura』 / 寺田倉庫株式会社 様



CASE2

期間限定ポイントを訴求し、購入率を改善 CVR向上率：5.83%

ポイント表示をするだけでは改善効果が見えなかった。コンバージョン最大化サービス導入後、期間限定ポイントを表示する施策に切り替え、損失回避性を刺激し購入率を改善。

『d fashion』 / マガシーク株式会社 様



料金やサービスの詳細を聞きたい >

コンバージョン最大化サービス 導入事例

実行した施策は200以上！細分化と分析が勝ちパターンにつながった。
Reproを使ったECの改善でCVR180%、ROI863%を実現

『WEGO』 / 株式会社ウィゴー様



導入前の課題

チャンネルごとのユーザーに対して適切な施策を打つことができない

導入後の成果とポイント

- ユーザーのセグメント化や施策の細分化などを通して、**CVR180%、ROI863%**を実現
- ハードルが高そうな要望にも**スピーディーかつ丁寧**に対応してくれた
- デジタル領域に**専門性がないマーケティング担当にもわかりやすく知見を提供してくれた**

スタッフおすすめコーデへの導線を追加



事例の詳細な内容はこちら >

料金やサービスの詳細を聞きたい >

コンバージョン最大化サービス 導入事例

かご落ち対策でCVR272%を達成！2カ月で即効性のある施策が打てたのはReproならではの視点があったから

『d fashion』 / マガシーク株式会社 様



導入前の課題

売上伸長のために取り組みたい施策をスピーディーに実践できない

導入後の成果とポイント

- 「かご落ち対策」により、**たった2カ月間でCVR272%**を実現
- クーポンのお知らせポップアップ施策で**CVRが115%**に改善
- **打率の高い施策の提案と実装**が「コンバージョン最大化サービス」の魅力

事例の詳細な内容は [こちら](#) >



料金やサービスの詳細を聞きたい >

Repro Booster



Webマーケティング

Repro Booster

サイトスピード改善ツール

タグを入れたその日から、Webサイトが速くなる

特許取得の独自技術でWebサイトの表示速度を“かんたん”かつ“飛躍的”に高速化。サイトを訪れるすべての人の体験を改善します。



※分割出願による

これまでの手法と比べて圧倒的にかんたん・すぐに速くなる

POINT 1

導入したその日から
Webサイトの
表示速度が向上

POINT 2

高度なノウハウや
時間と手間を要する
HTML改修が不要

POINT 3

機能のON/OFFを
目で見て比較可能
効果が見える

コアウェブバイタル指標を大きく改善する導入効果を実現

コアウェブバイタル(Core Web Vitals)指標のひとつ、LCPを大きく改善。
関連指標であるFCPにも大きな改善効果が表れています。

※ 2024年9月22日～2024年10月5日に実施したスプリットテストの結果(モバイルユーザー・適用比率1:1)
※ Repro Booster導入済みのECサイト(個別コンサルティング対応を除く)を対象としGoogle Analytics 4で収集した各指標の中央値を比較

LCP平均改善率

30.5%↑※

FCP平均改善率

33.5%↑※

Repro Boosterの機能

体感速度を圧倒的にアップさせる独自の特許技術&画像変換

Repro Boosterのサイトスピード改善を支えるのは特許取得済みの「クリック予測&リンク先読み」。さらに次世代画像フォーマットへの自動変換を加えることで、ページ遷移と画面表示の2つの側面からサイトスピードの高速化を実現。

クリック予測&リンク先読み

- ページ遷移の高速化 -



特許技術によって、ユーザーが次にクリックするリンクを予測し、リンク先を先読みします。

画像フォーマット自動変換

- 画面表示の高速化 -



PNGやJPEGに比べて圧倒的な高圧縮率を誇る、次世代画像フォーマット（AVIF・WebP）にWebサイト上の画像を自動変換します。

Webサイト 表示速度診断 同業種Webサイトとの比較

項目	診断結果	同業種Webサイトとの比較
CDP (Critical Display Panel)	3.993秒	1.523秒
First Contentful Paint (FCP)	10.051秒	7.032秒
TTFB (Time To First Byte)	1.100秒	0.406秒

Legend: A... (Best), B... (Good), C... (Average), D... (Poor)

表示速度の現状を分析！
Webサイトの表示速度診断 実施中

診断の内容を見る >

＼ 画像の最適化できていますか？ ＼

Repro Boosterについて相談する >

Repro Booster 導入事例

Repro Boosterで表示速度が約1秒、UUベースのCVRは116%改善 サイト高速化で顧客体験とKPIの向上を実現

『オミカレ』 / 株式会社オミカレ様



導入後の成果

- 平均読み込み速度が**約1秒改善**
- 1ユーザーあたりの**訪問回数改善率105.4%**
- セッションベースの**CVR改善率110%**
- ユニークユーザーベースの**CVR改善率116%**

お客様の声

「タグを入れることでサイトが速くなると聞いて、それが具現化するのであれば「本当に魔法のようなことだな」と感じました。実際に導入した結果、平均読み込み速度をはじめ、すべての指標が向上しました。」



事例の詳細な内容はこちら >

料金やツールの詳細を聞きたい >

Repro App



Repro App

プッシュ通知ツール導入数 No.1 アプリの売上・LTV最大化ツール

多彩なアプリマーケティング施策をマーケターの手だけでスピーディに実装可能。
アプリのエンゲージメントを高めることにより、LTV・売上改善を実現します。

導入後はマーケターだけで様々な施策を実現



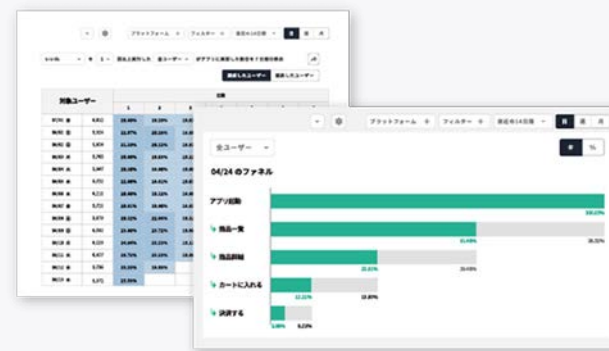
プッシュ通知

- 驚くほど簡単にプッシュ通知の設定が可能
- さまざまなデータに基づき、必要なユーザーにだけプッシュ通知を送信
- 他ツールで困難な大規模・高速配信にも対応



アプリ内接客ポップアップ

- アプリ起動中のコミュニケーションにポップアップなどのアプリ内接客を活用できる
- ユーザー属性やアプリ内の行動に合わせて、一人ひとりに最適なメッセージが可能



アプリ解析／分析

- 継続率を把握するための「リテンション分析」や、コンバージョンのボトルネックを把握する「ファネル分析」など、分析機能が充実
- 誰でも簡単にアプリ改善のための気づきを得られる

Repro Appについて相談する >

専門のプロフェッショナルチームが課題をカバー

アプリマーケティングの実行には専門的なノウハウと多くのリソースが必要です。Reproでは専門のプロフェッショナルチームがノウハウやリソースといった課題をカバーします。



必要なノウハウとリソース、ツールを一緒にご提供

専門的なノウハウを持ったプロフェッショナルチームが、アプリの課題を分析し、施策立案をサポート。各施策は独自のマーケティングツールを用いて実施し、アプリ収益の最大化に貢献します。



＼ アプリマーケティングのノウハウも一緒に提供！ ／

導入に関するお問い合わせはこちら >

Repro Appの施策事例

Reproのプロフェッショナルチームが施策立案をサポート。確かな成果につながりました。

CASE1

アプリ間相互プロモーション施策などを通して 導入1年でMAUは150%にまで改善

『モトクル』のみを利用しているユーザーには、『グーバイク』の利用を促進するメッセージを送信。『グーバイク』しか利用していないユーザーには、『モトクル』を訴求するメッセージを送りMAUを改善。

『モトクル』『グーバイク』 / 株式会社プロトコーポレーション 様



CASE2

オンボーディング施策とキーアクション導線強化で 利用率が21%向上、店舗送客数も大幅改善

顧客ステージごとのキーアクションを促すことで、アプリ利用率の向上が図れるかを検証。アプリ利用を習慣化することで、アプリ起点での店舗想起と利用促進につなげた。

『ブックオフ公式アプリ』 / ブックオフコーポレーション株式会社 様

オンボーディング施策

- ブックオフ 10分前
アプリDLありがとうございます！
ログインはお済みですか？
会員でない方は無料登録でポイントをゲットしよう！
- ブックオフ 10分前
お気に入り登録してみよう
よく行く店舗をお気に入り登録すると、
限定クーポンがゲットできるかも…！
- ブックオフ 10分前
気になる商品をチェック！
オンラインストアで気になる商品を探してみよう！
キャンペーンやセールも定期的に開催中！

キーアクション 導線強化



料金やツールの詳細を聞きたい >

プッシュ通知とアプリ内メッセージでDAU目標810%達成！ カスタマーサポートのコストと顧客満足度も大幅に改善

『トリマ』 / インCREMENT P 株式会社 様



導入前の課題

動画広告の視聴率改善に向けたリテンション施策、ユーザーのアクティブ化施策の実装が必要だった

導入後の成果

- **A/Bテストを繰り返し、ユーザーコミュニケーションを最適化。DAUは目標の810%を達成**
- 問い合わせ件数が減って**カスタマーサポートのコスト削減にもつながった**

実施したA/Bテストの例



イラストを強調した方が動画の閲覧率が高いことがわかった

事例の詳細な内容はこちら >

料金やツールの詳細を知りたい >

Repro App 導入事例

2週間でアプリ評価が☆2.9→☆4.0に！ チュートリアル閲覧促進で継続率を121%に改善。 リアル×デジタルでグロースを目指す

『ブックオフ公式アプリ』 / ブックオフコーポレーション株式会社 様



導入前の課題

ユーザーのアプリ内行動データが可視化できていなかったほか、アプリ内マーケティングの経験やリソースが不足していた

導入後の成果

- 利用頻度の高いユーザーにレビューを促進する施策を実行し、2週間でアプリ評価が☆2.9から☆4.0に改善
- 初回チュートリアルの閲覧を促進する施策を実行し、**閲覧ユーザーの継続率が平均121%改善**

利用度の高い
ユーザーにレビューを
促進



アプリのメリットを
チュートリアル的に
表示



事例の詳細な内容はこちら >

料金やツールの詳細を聞きたい >

ASOエキスパート支援

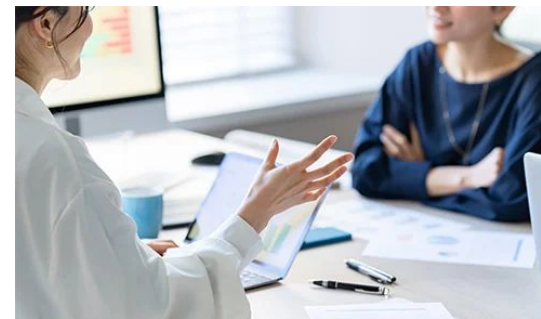


ASOエキスパート支援

アプリストア最適化対策によるアプリダウンロードの最大化

初めてでも安心。ASOの分析&施策提案をプロにお任せ

「ノウハウがない」「必要なときにだけサポートを受けたい」といった企業様へ、ReproのASOエキスパートが分析から施策提案までをトータルでサポートします。



プロのノウハウとリソースを“必要なときに必要なだけ”

POINT 1

Organic流入数の増大
×CVRの改善により

アプリダウンロード
を最大化

POINT 2

必要なときに
必要な分だけ依頼できる※
柔軟なプラン設計

POINT 3

キャッチアップが難しい
Apple・Googleアプリストアの
最新情報を提供

支援実績

検索順位の改善実績

ゲームアプリ
「RPG」
5位
▼
1位

マッチングアプリ
「マッチング」
圏外
▼
1位

動画アプリ
「ドラマ」
3位
▼
1位

転職アプリ
「転職」
8位
▼
1位

クリエイティブ最適化の改善実績

クリエイティブ改善実績例（ダウンロード数）

検証1回目	検証2回目	検証3回目
112.6%	108.3%	107.9%

累積ダウンロード数改善率：131.6%

※最短契約期間を4カ月とし、ご要望に応じて「ASO分析レポート作成」「ASO施策のご提案」のそれぞれを最大月1回ご提出できることを示しています。

※「ASO施策のご提案」の実施は「ASO分析レポート作成」とあわせてご依頼いただく必要があります。

ASOエキスパート支援サービス詳細

キーワード、クリエイティブの分析からサポートまで

市場・競合調査から改善プランの提案、施策の実施・効果検証までを、ご担当者様と並走しながら進めてまいります。ASOに関するナレッジ・ノウハウも同時にご提供することで、継続可能なASO対策を実現し、アプリダウンロード数最大化に貢献します。

検索順位の向上

- 市場・競合調査とキーワード分析
- キーワード対策のご提案と実行

▼1-6. 両OS 競合調査対象アプリと各種KPI比較

▼競合比較 iOS

No. アプリ名	iOS		月平均 DAU	レビュー数	月平均レビュー数	月平均レビュー評価	レビュー率
	DAU	レビュー数					
1	-	-	4.3	2	-	-	2
2	804	26,816	71,648	4.1	3	2	2
3	707	21,214	37,384	4.1	2	3	3
4	615	18,438	24,795	4.1	13	4	4
5	1,009	30,278	123,644	4.1	6	1	1
6	545	18,347	24,342	2.8	2	5	5
7	706	105	104	4.0	3	-	-
8	706	105	104	4.4	0	-	-
9	706	105	14,223	4.1	2	-	-
10	706	105	104	2.9	10	-	-
11	706	105	104	4.1	4	-	-

▼2. iOS、タイトル・サブタイトルのキーワード分析

▼iOSのタイトル・サブタイトルのキーワード分析

キーワード	出現回数	出現率	出現順位
ASO	100	100%	1
ASO	100	100%	1
ASO	100	100%	1
ASO	100	100%	1
ASO	100	100%	1
ASO	100	100%	1
ASO	100	100%	1
ASO	100	100%	1
ASO	100	100%	1
ASO	100	100%	1

クリエイティブ最適化

- クリエイティブ分析
- クリエイティブのPDCAのご提案と実施



アプリストア診断結果

アプリストアの最適化できてますか？
無料アプリストア診断 実施中

無料診断に申し込む >

アプリダウンロードを向上させるなら /

ASOエキスパート支援について相談する >

「doda」 / パーソルキャリア株式会社 様



導入前の課題

- 広告に頼らない利用者拡大の仕組みが必要だった
- ASO運用の効率化、ノウハウの蓄積が必要だった
- キーワード「転職」の検索順位の改善

導入後の成果

- キーワード順位やKPIの確認などの作業時間が大幅に削減できた
- アドバイス・フォローによりノウハウの蓄積ができた
- 「転職」での表示順位が5位から1位に上昇※

※Google Playにおけるキーワード「転職」の表示順位（2023/1/1時点）



お客様の声

ASOの知見が社内に貯まってきていることは、大きな効果ですね。知見が貯まるスピードも、Reproさんと一緒だから速い。また、ASOの重要性を社内に知ってもらうきっかけにもなりました。おかげさまでASOの予算も確保でき、「継続すべきもの」という意識が社内で醸成され、非常に満足しています。



アプリストアの最適化できてますか？
無料アプリストア診断 実施中

[無料診断に申し込む >](#)

＼ アプリダウンロードを向上させるなら /

[ASOエキスパート支援について相談する >](#)

Repro