Repro

Magic Number Analytics



マジックナンバー分析とは?

マジックナンバー分析とは、、初回利用時の特定のアクションとその実行回数が継続率にどう影響するかを調べ、アプリの成長に寄与する重要なイベントを特定するための分析手法です。マジックナンバー分析の事例としては Twitter 社の「初日に 5 人以上フォローしたユーザーは継続率が高い」というマジックナンバーの発見が有名です。同社はこの発見に基づいて Twitter の初回登録時におすすめユーザーのレコメンド機能と 5 人以上のフォローを必須にし、ユーザーの継続率を大幅に上昇させることに成功しました。



アプリの継続利用につながるトリガーとなる条件 (= マジックナンバー) を特定することで、その条件を KPI として改善し、1 ユーザーあたりの 収益 (LTV) を上げることができます。

手順1.

Reproのリテンション分析で各機能を利用した新規ユーザー数と継続率を調べる

Repro 管理画面の「リテンション分析」でアプリのイベント (機能)を選択し、任意の日においてそのイベントを実行した新規ユーザーの数とリテンションレートを記録します。 任意の日にアプリを初めて使ったユーザーのうち「イベント A」を 1 回以上実行したユーザーのリテンションレートを見て見ましょう。

コッ「すべてのユーザー」ではなく「新規ユーザー」にすること

新規ユーザーがそのイベントを継続することによる定着度合いを見たいので、「すべてのユーザー」ではなく「新規ユーザー」にしてリテンションレートを見ます。

コッ 任意の日はなるべくノイズが入らない日をえらぶこと

全てのイベントについてリテンションレートを調べるのは大変なので、新規ユーザーの継続率に繋がりそうなイベントをある程度絞り 込んだほうがいいでしょう。

コツ アプリ内メッセージの最適化により物件見学数 2 倍に。

全てのイベントについてリテンションレートを調べるのは大変なので、新規ユーザーの継続率に繋がりそうなイベントをある程度絞り 込んだほうがいいでしょう。



手順 2.

イベントごとの継続率をグラフ化

横軸にイベントごとの初回利用時利用ユーザー数、縦軸に N 日後のリテンションレートをとると以下のようなグラフができます。

コツ

グラフの見方

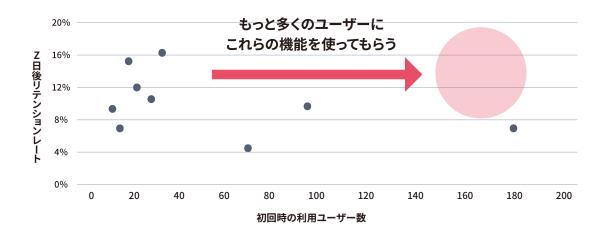
横軸は初日にそのイベントを発生させたユーザーの数です。右に行くほど最初に使っているユーザーが多いイベントと言えます。縦軸はイベント発生からN日後のリテンション率です。上のほうにあるイベントほど継続して使われていると言えます。

コツ

隠れた人気イベントはグラフの左上

グラフの左上にあるイベントは「あまり初回利用時に多く使われる機能ではないが、その機能を使った新規ユーザーの継続率が高いイベント」です。これら左上にあるイベントをより多くの新規ユーザーに経験させることで新規ユーザーの継続率が上がるのではないかという仮説を立て、そのイベントを目立たせるような UX 改善を行うといった施策を実行することができます。

利用機能別リテンションレート分析(実例)



マジックナンバー分析を活用してユーザーの離脱防止に成功!



POKER × POKER AppBank 株式会社

『POKER × POKER』は、ポーカーゲームの一種である『テキサスホールデム』がいつでも簡単に遊べるスマホゲームアプリ。1vs1 に特化しているため、1 試合の時間も短く気軽に楽しむことができます。日本のトップポーカープレイヤーと肩を並べる実力を持つ GACKT氏や、世界中のプレイヤーとポーカーで対戦することができます。

課題

ゲームの魅力認知に時間がかかる

『POKER × POKER』では、ゲームを楽しむ前に「ルール」や「役職とランクの種類」などを理解してもらう必要がありました。ゲームを「面白い」と思ってもらい、定着してもらうための前提条件が多いため、面白さが伝わりにくいというのが大きな課題でした。



マジックナンバー分析を活用してユーザーの離脱防止に成功!

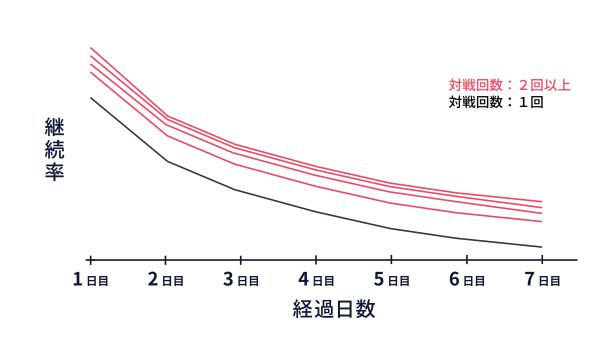
『Repro』のマジックナンバー分析

『Repro』のマジックナンバー分析を使って勝利回数と継続率の関係 や対戦回数と継続率の関係を見ると、勝利すればするほど、そして 対戦すればするほど継続率が上がることがわかりました。 そこで、なるべく早い段階で勝利のコツを教え、対戦回数を増やし 勝ってもらうことが定着につながると考えました。

成果 ユーザー継続率改善、離脱率も大幅に減少

当初はユーザーの強さにかかわらず、ルールやコツを伝えていたた め、勝利できているユーザー数はなかなか増えませんでした。

しかし、『Repro』の機能の一つであるアプリ内メッセージを使い、 勝利するまではコールをしてもらうアプリ内メッセージを表示し、 一度勝利したらレイズを行ってもらうアプリ内メッセージを表示す るなど、ユーザーの行動に合わせた設計を行い、結果、新規ユーザー の継続率が上がり、離脱率も大幅に減少しました。



導入事例

モバオク!

重要KPI120%向上! 大人気オークションアプリが実践する、 売上につながるプッシュ通知運用とは?

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大人気オークションアプリ、『モバオク』。2004年に親会社のディー・エヌ・エーが携帯電話専用オークションサイトとして開始したのが始まりで、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ます。Reproと共同で施策の実践と人材の育成に取り組んだ結果、新規ユーザーのリテンション率が3%ほど改善。また、ユーザーの利用状況に合わせてプッシュ通知とアプリ内メッセージを使い分けることで、有料会員登録率は2%、入札率と出品率においては約20%もの向上を実現させています。

課題

アプリ内マーケティングに取り組むもノウハウとリソース不足が課題に

『モバオク』では出品や入札の際に手数料は一切かからず、それが競合サービスとの 差別化につながっています。オークションアプリではありますが、マネタイズのポイントは手数料ではなく有料会員から得られる月額料金です。そのため有料会員の登録 率や有料会員になってからの出品率、入札率が特に重要な KPI になっており、その向上を目指して Repro の導入を決めました。

元々、スピード感をもって施策を行うには社内だけでは限界がありました。 人的リソースも足りていませんでしたし、アプリ内マーケティングについてのノウハウもな

かったので、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の細かいプランニングや効果検証ができていなかったのです。

Repro 導入後は、その日のおすすめ商品を毎日プッシュ通知で紹介するなど、従来マーケティング施策の中心だったメルマガに替わってプッシュ通知を活用し、一定の成果は挙げていました。

しかし、効果測定に関しては定期的に行っていたキャンペーンの開封率などを計測するくらいで、アプリのゴールを見据えた運用はできていませんでした。

施策

高速でPDCA を回すためRepro のノウハウに期待

さらにアプリを成長させたいというのを Repro に相談したところ、アプリ内マーケティングの運用代行をご提案いただきました。

簡単に言うとプッシュ通知やアプリ内メッセージといったマーケティング施策の運用を代行してくれるサービスなのですが、我々が目標としている KPI の上昇にフルコミットして、施策のプランニング、実行、効果検証、改善提案までの PDCA を一気通貫でやってくれるという点に惹かれました。

導入にあたって、「今もプッシュ通知をそれなりの頻度で打っているのにこれ以上増やすとアンインストールが増えるのでは?」という懸念もあったのですが、Repro の担当者との打ち合わせを通して、細かくセグメントを絞って打ち分けるので一人あたりの受信数がそこまで増えないことがわかりました。

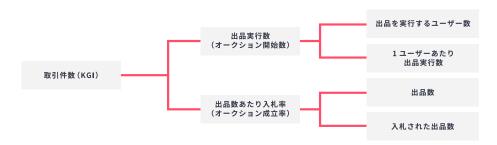
アプリ内マーケティングを駆使したアプリ成長のノウハウは世の中にもほとんど出回っていないので、Repro さんに任せてみようと導入を決めました。

アプリ改善のプロが成果にコミット

アプリ改善のプロが成果にコミット

運用代行のキックオフで Repro の担当者とまず行ったのは、達成したいゴールに関しての認識合わせです。

弊社アプリのビジネスモデルに基づいた、以下のような KPI ツリー図や予定している施 策の一覧をいただき、「誰に」「何を」「いつ」「どういう狙いで」アプリ内マーケティング 施策を行うか話し合いました。



ディスカッションの結果、まずはダウンロードしてくれた新規ユーザーの定着率向上を行い、ある程度定着率が上がってきたら出品や入札といった、KGI に直結するアクションの実行を促すというステップでやってみようという話になりました。

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、キックオフ MTG の時点で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れました。

効果

精緻なセグメンテーションとメリット訴求で新規ユーザーのアクティブ化に 成功

最初に改善に取り組んだのは新規ユーザーの定着です。

アプリのことをまだよく知らないユーザーに対してどういったコミュニケーションを取るべきかを Repro の担当者と詰め、初回起動の翌日、翌々日、3 日後、5 日後、そして7日後に「出品数 200 万品以上!」「手数料無料」など『モバオク』のウリを様々な角度からプッシュ通知で訴求しました。その結果、じわじわと継続率は上がり、新規ユーザーの7日後継続率は施策実施前から3%ほど改善しました。

「この文言で開封しなかったユーザーに対しては別のメリットを訴求しましょう」と、 新規ユーザーにモバオクの魅力を知ってもらうための切り口を沢山ご提案いただいた のが良かったですね。

経過日数	1日後	3 日後	7 日後
Push文言	出品数 200 万品以上、運営実績 10 年以上で安心	即決価格なら、すぐ売れる! すぐ買える!	オークションなら高く売れるかも! リサイクルショップに持っていく前に 出品してみよう!
訴求ポイント	出品数の多さサービスの運営実績	・「即決価格」の機能説明	・リサイクルショップと比較した モバオクの優位性

マネタイズ面でのKPI も120% アップし、プロモーション予算も拡充

『モバオク』のマネタイズポイントである有料会員の登録率も伸びています。

施策の大きな方向性は、無料会員として『モバオク』を使ってくれているユーザーを 有料会員しか利用できない「入札」「出品」といったアクションに導くため、入札や 出品につながりやすい機能の使用を促すというものでした。

例えば気になる商品の入札状況を追う「ウォッチ」という機能があるのですが、まだ一度もこの機能を使ったことのないユーザーに対して使用メリットを訴求するアプリ内メッセージを送りました。この施策に関しては画像のクリエイティブも Repro 側にディレクションしてもらい、「ウォッチ」機能の利用者は2倍に増えました。



他にも、「アプリを定期的に利用しているが、入札は未経験のユーザーに入札の手順を訴求」「出品の情報入力画面で離脱しているユーザーに出品のリマインド」などユーザーの利用状況に合わせてプッシュ通知とアプリ内メッセージを使い分けることで、有料会員登録率は2%、入札率と出品率に関しては20%ほど上昇しました。

また、アプリ内マーケティングによって有料会員が増え始めてから社内で「アプリにもっと投資しよう」という機運が起こり、プロモーション予算も 1.3 倍に増えました。

アプリへの積極投資を追い風に、親会社にもノウハウを共有へ

これまで手探り状態だったアプリ内マーケティング施策ですが、今は各フェーズのユーザーに対してどういった施策を行うべきか具体的にイメージできるようになりました。Repro の習熟度も上がったので、これからもどんどん施策を実行していきたいですね。

今後は引き続き有料会員登録率や入札、出品率を向上させるための施策を行いつつ、 『モバオク』の取り組みで得たノウハウを親会社の他のアプリにも共有していきたい と考えています。

データドリブンなママ向け コミュニティアプリ



mamari コネヒト株式会社 様

ジャンル:メディア



目的

エンゲージメント改善

施策

- ❷ 各時間帯・曜日ごとに配信するコンテンツの種類を変更
- ☑ プッシュ通知の文言を PDCA を回して最適化



ユーザー努力の『継続』を 支援する健康管理アプリ



あすけん 株式会社ウィット 様

ジャンル:ヘルスケア



目的

ユーザー継続率改善

施策

- ❷ ユーザーの成長度に合わせて3通りのプッシュ通知を配信
- 図 ReproのA/Bテストを活用して通知文言を最適化



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。

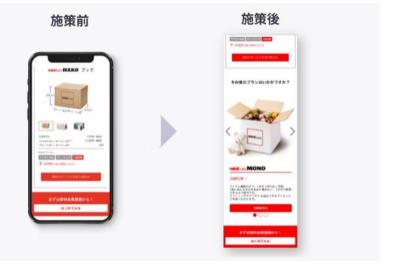
CASE1

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



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



事例の詳しい内容はこちら >

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

- 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



事例の詳しい内容はこちら >

Repro Booster



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。



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・滴用比率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 LGoogle 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。



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。



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。



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。



事例の詳しい内容はこちら >

Repro App





夏物最大30%オフ!お気に入りのアイテム



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

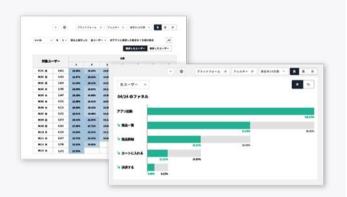
- ◆ さまざまなデータに基づき、必要なユーザーにだけプッシュ通知を 送信
- 他ツールで困難な大規模・高速配 信にも対応





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

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



Repro App 導入事例

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』/インクリメント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

事例の詳しい内容はこちら >

アプリマーケティング

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



事例の詳しい内容はこちら >

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

マッチングアプリ 「マッチング」 圏外 (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





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 >

ASO (アプリストア最適化) 対策 導入事例

「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 >

