

運用リソースとノウハウの限られた企業の方へ

Web・アプリの接客ツール運用を

● ● ●
内製化 して

成果を出す方法

Repro

はじめに



より細かなマーケティングコミュニケーションを実現し、
大きな成果を出していくためにWeb・アプリ接客ツールの導入は必要ですが、
その運用を内製で行うか、外部に委託するかは大きな差です。

この資料では特に、Web・アプリ接客ツールを導入したいと考えているものの、
社内にノウハウやリソースがなく、インハウス化が難しいために迷っている
方向けに、現状の体制の中で最大限成果を出すための方法をご紹介します。



Web・アプリ接客ツール運用における 内製vs外注のメリット・デメリット

Web・アプリ接客ツール運用におけるメリットとデメリットを整理しました。

	内製	外注
メリット	・ 人件費のみで対応可能 ・ ノウハウを内部に貯めることができる ・ コミュニケーションフローが一つ減るため、PDCA が早く回る ・ 自社サービスや市場に関して知識のある担当者が施策を打てるため精度が高くなる	・ 外注先のノウハウを活かして早く成果を出すことができる ・ 社内にリソースがなくてもすぐに始められる ・ 細かな作業も含めて依頼できる
デメリット	・ ノウハウのある担当者がいることは少ない ・ リソースがない場合他の業務とトレードオフになる ・ 細かな作業も含めて社内で行う必要がある	・ 外注費がかさむ ・ 社内にノウハウが残りにくい ・ サービス知識のインストールが必要なため時間がかかり、精度も落ちる ・ コミュニケーションフローが増え、PDCA に時間がかかる

うまく体制を作ることができれば、内製化のほうが成果が出やすく、
ノウハウが蓄積されPDCAのスピードも上がる。

Web・アプリ接客ツールは内製化することで成果が加速する

Web・アプリ接客ツールは、ほかのマーケティングツールと比較しても、
その特性上、内製化によって得られるメリットが大きいと言えます。

施策の精度

ポップアップやプッシュ通知は最もユーザーの目に触れやすい
コミュニケーションであり、サービスやユーザーに関する
知識・感覚が強いほうが精度が高まる。

プッシュ通知の種類: **スタンダード** | カスタム (JSON)

タイトル (任意)
iOS 8.4以上、もしくはAndroidで表示されます。
タイトルをここに書いてください

本文
本文をここに書いてください
最大表示文字数 (目安): 80~160文字

リッチ通知メディア (任意)

- 画像、GIF
URLもしくはアップロード
- 動画
URLのみ
- 音声
URLのみ

メディアを表示できるのはiOS 10以上、Android 4.1以上です。
またAndroid SDK 2.2.0以上が必要です。詳細

通知プレビュー: **iOS** | Android

プレビュー
プレビューと実際の通知の表示は異なることがあります。配信時には実際のアプリに
設定されているアプリアイコンとアプリ名が使用されます。

Demo: sales

プレビューを見ながらメッセージを作成可能。
ユーザーのイメージが強いほどリアルなメッセージが作れる。

高速PDCA

エンジニアに頼らず、マーケターがライトにメッセージを
作成・実施できることで高速PDCAが回る。
完全外注では制作を委託しているのと変わらない。

配信対象者を各パターンに振り分ける

コントロールグループ: **パターン1** | **パターン2** | **パターン3**

コントロールグループ	パターン1	パターン2	パターン3
10 %	30 %	30 %	30 %

均等に振り分ける | 均等に振り分ける (コントロールグループなし)

有意差判定のベースラインをなる対象を設定する | 有意差判定の対象となる指標を設定する

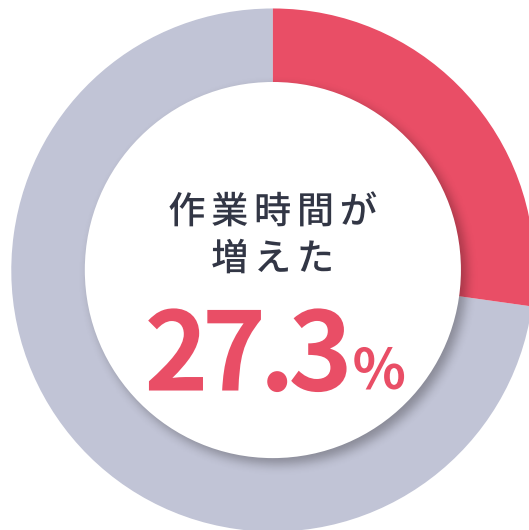
コントロールグループ | 開封率

ABテストも複雑な配信条件の設定も、管理画面上でサクッと設定可能。
エンジニアに頼らずPDCAが回せる。

しかし、限られたリソースで Web・アプリ接客ツールを使いこなすのは難しい

Reproが行ったアンケート調査によれば、
導入企業・未導入企業いずれにおいても、運用リソースが課題に挙がっています。

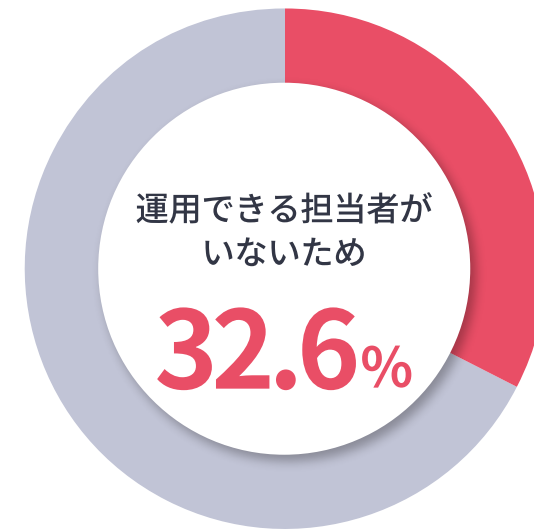
接客ツールの導入後に感じた結果は？



『Web/アプリ接客ツール利用実態調査』より

接客ツール導入企業の27.3%が、
「作業時間が増えた」と回答

接客ツールを導入しない理由は？



『Web/アプリ接客ツール利用実態調査』より

接客ツール未導入企業の32.6%が、未導入の理由に、
「運用できる担当者の不在」を挙げた

Web・アプリ接客ツールは
「今までできなかったことができるようになる」ツール。
成果は出しやすいが、マーケターの仕事は増える。



では、リソースやノウハウが
ない企業はどうすれば？

限られたリソースとノウハウで 運用を内製化するために重要な3つのポイント

運用の難しいツールに真正面から取り組むのは、リソースやノウハウが限られている局面ではリスクが高いと言えます。そこで私たちがおすすめするのが、「ツールを見極めること」「カスタマーサクセスや運用支援などをうまく使うこと」です。



**管理画面のUXが直感的で、
動作が軽く安定している
ツールを選ぶ**

管理画面が重かったり、操作が直感的でないと、その分だけ時間がかかってしまうことに。必ずデモを見て、触っているイメージをつけるようにしましょう。



**カスタマーサクセスを
フル活用する**

カスタマーサクセスは、そのツール運用のノウハウを持ち、施策考案と実装をサポートしてくれます。フル活用して運用を軌道に乗せましょう。



**運用代行を活用し
内製化をサポートしてもらう**

運用代行と言えば外注ですが、初期の土台づくり入りやノウハウ提供までを行ってもらい、後からインハウス化するという手段も取れます。

管理画面のUXがわかりやすく、 動作が軽くて安定しているツールを選ぶ

管理画面が重かったり、操作が直感的でないと、その分だけ時間がかかってしまうことに。
必ずデモを見て、触っているイメージをつけるようにしましょう。

よくある間違い

価格は安いが作り込まれておらず、
直感的でない

多機能だが管理画面が重い

最適なツール

直感的に操作方法が分かる

管理画面がサクサク動く

カスタマーサクセスをフル活用する

カスタマーサクセスは、そのツール運用のノウハウを持ち、施策考案と実装をサポートしてくれます。
フル活用して運用を軌道に乗せましょう。

カスタマーサクセスによるオンボーディングの流れ ※Reproの場合

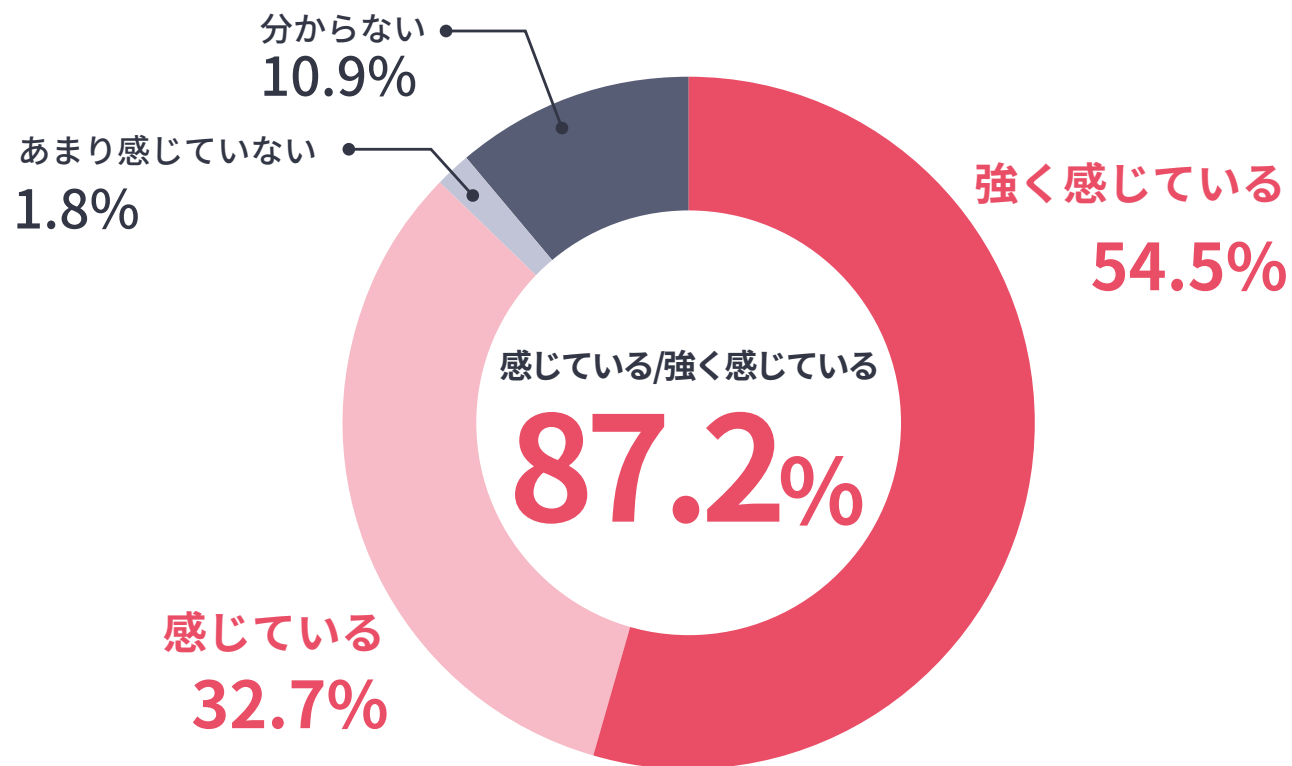


優れたカスタマーサクセスは、顧客のゴールをともに考え、
それを自分ごと化し、顧客が成功するための道筋を示します。
会社と個人に蓄積されたノウハウを提供することにより、スムーズに内製化することを支援します。

8割以上の企業がカスタマーサクセスの重要性を実感

Reproが実施したアンケートによれば、8割を超える企業が接客ツールにおいて「カスタマーサクセスが重要である」と回答しています。

カスタマーサクセスの重要性をどの程度感じているか



運用代行を活用し内製化をサポートしてもらう

運用代行と言えば外注ですが、初期の土台づくり入りやノウハウ提供までを行ってもらい、後からインハウス化するという手段も取れます。

ヒアリング

KPIツリー作成

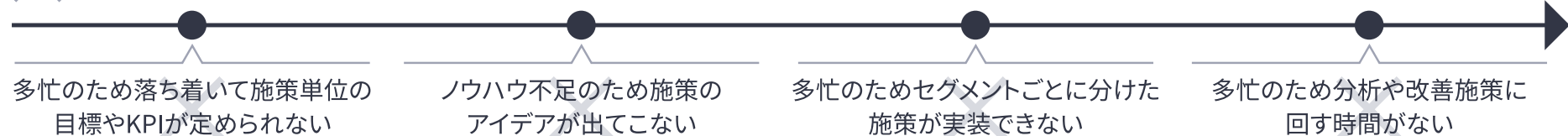
ユーザー成長
シナリオ作成

初期施策設定

レポート

改善施策

× 内製化にチャレンジして失敗するパターン



○ 運用代行を使った内製化サポート



ノウハウを共有してもらいながら徐々に内製化にシフトする

運用代行は、外部企業提供型ではなく ベンダー提供型を選択すべき

外部企業に運用代行しているベンダーは多いですが、
内製化を目指すのであれば柔軟な対応が可能なベンダー提供型が望ましいです。

	外部企業提供型	ベンダー提供型
概要	大手ITアウトソーシング企業や総合コンサルティング企業などが、接客ツール等の運用代行を請け負う形式。	接客ツールベンダーの中に運用代行チームが存在し、1社完結で運用代行を行う形式。
メリット	•運用委託を請け負う専門企業であるケースが多く、リソースが潤沢にある •他ツールや広告の運用も合わせて委託する場合、総合的なマーケティング戦略も踏まえた運用が可能	•自社のツールについて深いノウハウを持っている •ビジネス構造上、必ずしも運用代行の提供が必要なわけではなく、フラットにインハウス化支援が可能 •ツールの開発部門と距離が近く、技術的な問題が解決しやすくスピードが早い •トータルでコスト安
デメリット	•接客ツールの運用以外にも多岐にわたった運用委託を受けており、高いノウハウを有しているわけではない •ビジネス構造上、いかに長く運用委託を受けるかが重要であり、インハウス化に消極的 •ツールベンダーとは会社間のやりとりになるため対応に時間がかかることがある •トータルでコスト高	•ベンダー自らが確保しているプロフェッショナルであるため、リソースが潤沢というわけではない •他ツールも含めた運用代行は難しい

総合的・継続的に外部委託を行うなら外部企業提供型でもよいが、
単体の運用を委託し、内製化を前提に進めるならベンダー提供型が望ましい

総合的・継続的に外部委託を行うなら
外部企業提供型でもよいが、
単体の運用を委託し、内製化を前提に進めるなら
ベンダー提供型が望ましい

内製化に成功した企業のストーリー

最初の3ヶ月は運用支援サービスを活用し、 アプリマーケティングの改善を実施

! 概要 about

『GANMA!』は、オリジナルマンガにこだわったWebマンガサービス。マンガ家のリクレーティングから、必要なアドバイスや資材・環境の提供などを行う「マンガ家支援プラットフォーム」のような一面も持つ。『GANMA!プレミアム』というサブスクリプションモデルのサービスも。

? 課題 problem

以前のアプリ接客ツールでは、プッシュ通知の配信がユーザー数の増加とともに割高に。また、ツール自体の機能不足によりやりたい施策ができないことが増えていた。



マーケターによる改善のインハウス化が定着。

1日に1回は施策の設定や確認を行うように



導入・施策 action

知人からの紹介でReproを知る。アップデートの頻度や知人の評判などを元に、導入を決定。最初の3ヶ月だけReproの運用支援サービス「Professional Growth Service」を利用し、PDCAの回し方を学習。ともに行う施策の中で「平日と休日のユーザー行動の違い」や「ファネルを元にした分析・提案」により、打つべき施策が明確になった。



成果 result

これまではエンジニアに依頼して打っていた施策が、マーケターだけで完結できるように。「貴重なエンジニアのリソースを、プロダクトの改善に割けるように」になった。

インハウスでPDCAが回せるようになり、担当者が1日に1回は施策の設定や数字の確認を行うように。さらに、機械学習とReproを組み合わせアプリの利用継続を促すような発展的な施策も行うように。



マーケティングの経験がなく、 PDCAが適切に回せていなかった

! 概要 about

フリー株式会社は、国内プリントシール機シェアNo.1の実績を持つ東証一部上場企業。『HARUHARU』は、Webとアプリで展開されるティーン向けWebマガジン。女子中高生をターゲットに、最新のトレンド情報を届けている。

? 課題 problem

担当者にマーケティングの経験がなく、指標も不明瞭でPVと継続率をなんとなく見ていた状態。明確な共通認識がなく、PDCAが適切に回せていなかった。
当時は無料のプッシュ通知配信ツールを使っていたが、不安定だった。



カスタマーサクセスの活用で初めて「ちゃんとチームでPDCAサイクルを回せているな」と感じた



導入・施策 action

コンサルタントからの紹介でReproを知る。アプリ内メッセージなどの機能やサポート体制などを元に、導入を決定。カスタマーサクセスのサポートを受けながら施策を進めた。

オンボーディングプロセスで「初めてちゃんとチームでPDCAサイクルを回せている」と感じる事ができた。リテンション分析を通じて、どんなコンテンツが強いのかなどを分析、プッシュ通知で仮説検証を繰り返した。



成果 result

「韓国系のコンテンツを読んでいるユーザーはリテンション率が高い」という事実が明らかに。これを元にコンテンツの方針も変換した。仮説に基づいたプッシュ通知の配信により、1ヶ月でリテンション率が5ポイント改善。連続口グインキャンペーンでは、応募した新規ユーザーのリテンション率が40ポイントも改善した。カスタマーサクセスが伴走しながら、チームのPDCAを回せる体制が整った。

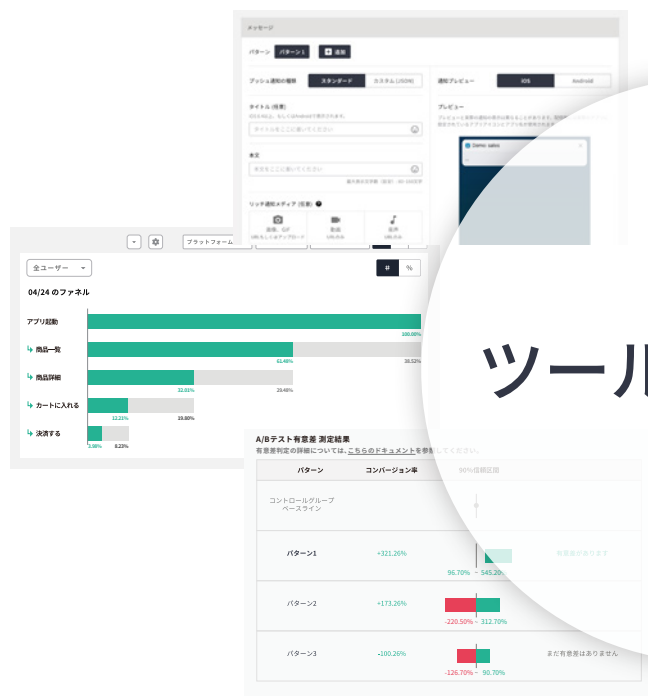
FuRyu

Precious days, always



Reproのサービス概要

Repro



ツールの力



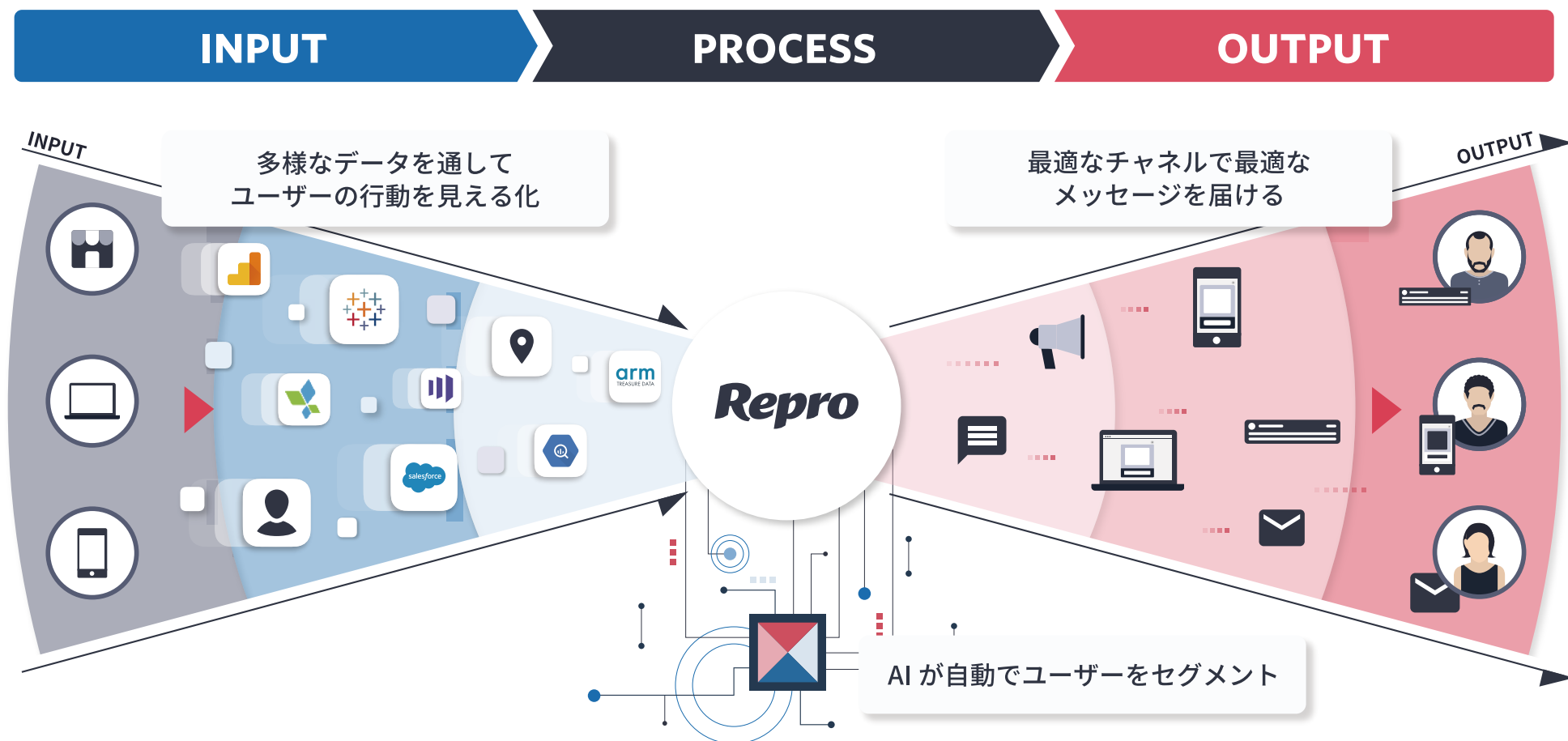
人の力



Reproは、**ツールの力×人の力**で
カスタマーエンゲージメントを実現し、
お客様のビジネス成果を向上するサービスです。

カスタマーエンゲージメントプラットフォーム「Repro」

カスタマーエンゲージメントプラットフォーム「Repro」では、Web・アプリ上の行動データや外部データを元に、最適な人に・最適なチャネルで・最適なメッセージを届けることができます。良い顧客体験を継続的に提供することで、カスタマーエンゲージメントの向上を実現します。



導入時から始まる手厚いサポート

豊富なドキュメントを元にスムーズに導入。
カスタマーサクセスが伴走して初期施策を実行する「オンボーディング」

導入

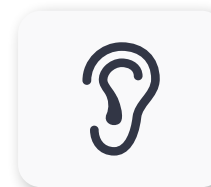


豊富なドキュメントがあり、
ほとんどのお客様が
ヘルプなしで
導入完了します。

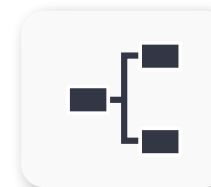


サポート専門の
エンジニア部隊が
スタンバイ。
技術的な不明点も
すぐに解決します。

オンボーディング



ヒアリング



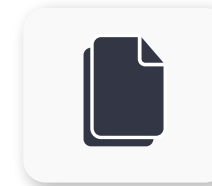
KPIツリー作成



ユーザー成長
シナリオ作成



目標設定



初期施策提案

導入後、いち早く結果を出していただくため
カスタマーサクセス部隊が手厚くフォロー。
ノウハウを提供しながら施策の実現をサポートします。

独自の分析機能 & 分析ノウハウで仮説を立てる

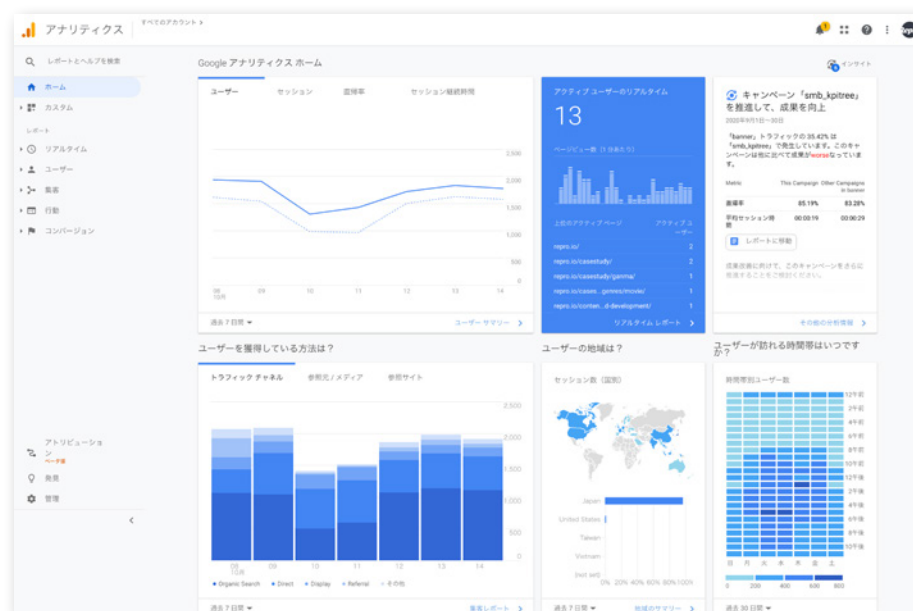
Reproの分析機能を使ってキーファクターを見つける「マジックナンバー分析」
Google Analytics等、他の解析ツールからの課題仮説出しもサポート可能です。

マジックナンバー分析

対象ユーザー		日数						
		1	2	3	4	5	6	7
07/31 金	6,012	20.80%	19.29%	19.63%	19.80%	15.23%	12.12%	12.80%
08/01 土	5,924	22.97%	20.28%	18.80%	19.63%	13.12%	14.80%	13.81%
08/02 日	5,824	21.29%	20.12%	18.81%	18.80%	15.63%	13.63%	13.25%
08/03 月	5,765	20.80%	19.63%	19.12%	18.81%	12.80%	12.80%	8.28%
08/04 火	5,987	20.10%	18.80%	19.80%	19.12%	13.45%	13.81%	7.81%
08/05 水	5,722	22.80%	18.81%	19.63%	19.80%	12.14%	8.25%	13.25%
08/06 木	6,211	20.80%	19.12%	18.80%	19.12%	14.80%	12.15%	12.80%
08/07 金	5,721	20.81%	19.80%	18.81%	16.28%	13.28%	14.18%	5.81%
08/08 土	5,673	20.12%	22.84%	19.12%	15.23%	7.15%	3.25%	
08/09 日	6,532	23.80%	23.72%	19.80%	13.12%	10.18%		
08/10 月	6,123	24.84%	23.23%	19.12%	19.80%			
08/11 火	6,827	28.72%	23.23%	19.80%				
08/12 水	5,736	23.23%	18.93%					

ユーザーのエンゲージメントに直結する「継続率」「リピート率」を、
ユーザー行動などの条件ごとに細かく分析することができます。

アクセス解析



Web・アプリ改善の実績を積んだプロフェッショナルが、
解析ツールからの課題仮説分析もサポートいたします。

マーケターだけで、多様なコミュニケーションが実現可能

ユーザーの行動に合わせて、最適なメッセージを。
豊富なテンプレートと、「速くて」「わかりやすい」管理画面が施策の可能性を広げます。

キャンペーン告知



カート落ち防止



プッシュ通知



アプリインストール時のチュートリアル



レコメンド



閲覧時間表示



スピーディな改善を実現する効果検証機能

A/BテストはPDCAの要。如何にすばやく回せるかが重要です。
Reproなら、複数のパターンを簡単にテスト可能。面倒な効果測定に時間を掛けることもありません。

A/Bテスト

A/Bテストの設定は非常に簡単。施策効果を検証するための
「コントロールグループ」設定も可能です。

配信対象者を各パターンに振り分ける



コントロールグループ パターン1 パターン2 パターン3

10 % 30 % 30 % 30 %

 均等に振り分ける  均等に振り分ける(コントロールグループなし)

有意差判定のベースラインとなる対象を設定する 有意差判定の対象となる指標を設定する

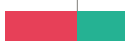
コントロールグループ ▼ 開封率 ▼

有意差自動判定機能

A/Bテストの有意差を、アルゴリズムが自動判定。
結果が出たかどうかを頭を悩ませる必要はありません。

A/Bテスト有意差 測定結果

有意差判定の詳細については、[こちらのドキュメント](#)を参照してください。

パターン	コンバージョン率	90%信頼区間	
コントロールグループ ベースライン			
パターン1	+321.26%	96.70% ~ 545.20%	 有意差があります
パターン2	+173.26%	-220.50% ~ 312.70%	
パターン3	-100.26%	-126.70% ~ 90.70%	 まだ有意差はありません

カスタマーサクセスとユーザーコミュニティが 運用担当者の成長を支援

オンボーディング後もカスタマーサクセスが末永く伴走。
コミュニティなども通じ、「運用担当者が成長できる」サービスを目指しています。

Customer Success



定期的なノウハウ提供、Slackグループやメールでのスピーディなやり取りなど、密なコミュニケーションでスムーズな運用を支えます。

ユーザーコミュニティ『Pluto』



利用者同士が学び合い、成長できるユーザーコミュニティ『Pluto』。事例の共有はもちろん、企業同士がフラットに改善案を出し合う改善イベントなども開催。

分析～改善運用まで全てをお任せにできる 「Professional Growth Service」

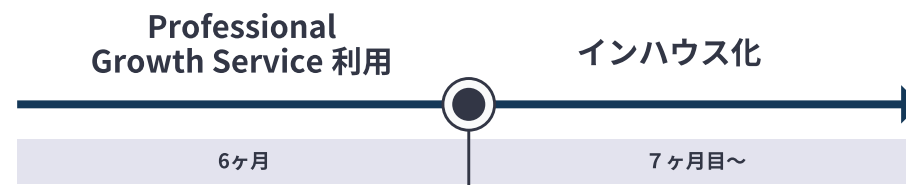
社内に運用担当者がいない……という企業様も安心。数々のサービスの成長を支えてきたプロフェッショナルが、施策案の考案から細かなチューニングまで、全てを代行可能です。

Professional Growth Service



Reproのグロース代行専門チームが、分析・施策考案から実行・レポートまで対応。お客様は施策内容をチェックしていただくだけで、手を動かす必要はありません。

インハウス化を目指す組み合わせ方も



初期の6ヶ月は本サービスを利用いただき、学びながらインハウス化を目指していくという活用方法も好評です。

総合コンサルティング

カスタマージャーニー全体を踏まえ、マルチチャネルで理想的な体験のために必要な機能要件を明らかにします。
デジタルマーケティング戦略策定からアプリ・Webサイトの企画立案、開発、リリース後の運用まで、
一気通貫の支援を行うことができます。

運用支援

アプリ・Webリリース後の運用およびプロモーション全体を支援いたします。

1ヵ月 2ヵ月 3ヵ月 4ヵ月 5ヵ月 6ヵ月

施策企画・導入 実装が軽い施策/鉄板施策 2次改善/実装が重い施策

KPIツリーと優先度整理 ユーザー行動ファネル ステージ別CV貢献度分析 webサイト基礎分析

ユーザーテスト動

テキストを入力

実店舗中心の購買ファネルは限界に近づいている

コロナ禍の中、長期の外出自粛などをトリガーとして実店舗変調型の企業は競争力を失い、今後は「実店舗 + デジタル」を併用したサービス設計の重要性が更に増していきます。

デジタル売上は好調 実店舗の不調

Percentage Change

E-commerce sales growth outperforms but slowing

Digital Purchasing Power [Digital Economy Index (U.S.) Source: Adobe Analytics]

Real Expenditure

© 2020 Repro Inc.

Repro



コンサルティングチーム
責任者パートナー CSO

越後 陽介

- 1979 年、北海道出身。戦略コンサルタント、エンジェル投資家。
- 大手コンサルティングファームにおける 10 年以上のキャリアの中で、あらゆる業種の成長戦略立案、ターンアラウンド戦略立案、M&A 支援業務に従事。
- コンサルティングファーム退職後、自らも事業の立ち上げ、投資を行う傍ら、2015 年から Repro に参画、現在に至る。

お客様の事業成功を請け負うプロフェッショナル



取締役 CSO
越後 陽介

大手コンサルティングファームで10年以上のキャリア。あらゆる業種の成長戦略立案、ターンアラウンド戦略立案、M&A支援業務に従事。



取締役 CMO
中澤 伸也

ソフマップにて大規模EC立ち上げ後、GDOのマーケティング責任者、外資マーケ支援企業の執行役員CMO、IDOMのデジマ責任者を歴任。



Customer Success責任者
山中 啓介

2018年にReproに参画以来、最前線でカスタマーサクセスに従事。売上成長率200%など数々のアプリマーケティングを成功に導く。



Customer Success
正木 友佳

エンジニア出身で複数アプリの開発・設計を担当。その後ディレクターに転向、女性向けメディアやECサービスのディレクターやPMを歴任。



Customer Success
高橋 奈々

Webディレクターとしてデジタルプロモーションの企画・制作PMを担当。ReproではECやポータルサイトの成長支援を行っている。



Growth Marketer責任者
鈴木 拳太郎

会員CRMのグロースやアナリストとして大手企業の分析や改善を経験しReproに参画。様々なアプリやサイトの改善実績あり。



Growth Marketer
班目 和也

アナリストとしてWEBのCROプロジェクトを担当。Repro参画後は複数クライアントのユーザー獲得から定着まで支援。



Growth Marketer
井手 耕太

広告会社にてプラットフォーム事業のリーダーとして売上拡大に寄与。Repro入社後はApp・Web問わず多様なクライアントの運用支援に従事。

Reproの特徴

ワンチーム体制

ツールの力を最大化するカスタマーサクセス

導入から運用まで、お客様と Repro カスタマーサクセスがワンチームとなり施策の実行をアシストします。

業界最大規模のユーザーコミュニティ Pluto（プルート）

ノウハウの共有や顧客体験の最大化を目的とした業界最大規模のユーザーコミュニティを運営しています。

高速PDCAに最適

洗練された必須機能

エンゲージメント向上に必要な機能を厳選し、すべての施策がエンゲージメントの向上に付与します。

マーケターの為に作られた直感的 UI/UX

Repro の UI/UX はマーケター目線で開発されているため、やりたい施策を直感的に実行することが出来ます。

確実な施策実施

高い安定性から生まれる信頼性

遅延の無いプッシュ通知、止まらない管理画面、高い安定性と信頼性を担保します。

おわりに

Reproは、今回紹介した機能やサービスにとどまらず、ツールの力・人の力を総合してお客様のマーケティングを成功に導きます。

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

Reproの支援事例をベースに、
ハーバード・ビジネススクールでも
レクチャーされている
最新のマーケティング手法を
ご紹介



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。

資料をダウンロードする

コミュニケーションはより柔軟に。
顧客とのつながりはより強く。

Repro

Customer Engagement Platform