

NEWS RELEASE



報道関係者各位

2016年1月22日
株式会社ブレインパッド

ブレインパッド、マーケティングオートメーションプラットフォーム 「Probance Hyper Marketing」と「LINE ビジネスコネク」との 連携ソリューションを提供開始 LINE で One to One メッセージの送信が可能に

株式会社ブレインパッド（本社：東京都港区、代表取締役社長：佐藤 清之輔、以下ブレインパッド）は、マーケティングオートメーションプラットフォーム（*1）「Probance Hyper Marketing（プロバンス・ハイパー・マーケティング）」（開発元：仏 Probance SAS）と、LINE 株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：出澤 剛、以下 LINE）が提供する「LINE ビジネスコネク」（*2）をシームレスに連携したソリューションの提供を開始いたしました。



近年、スマートフォンの急速な普及により、ソーシャルメディアの利用者が大幅に増加し、コミュニケーションアプリなどのモバイルコミュニケーションが著しく発展しました。その中でも、LINE はコミュニケーションサービスとして、グローバルで月間約 2 億 1,200 万人（2015 年 9 月実績）のアクティブユーザーが利用しています。

また、企業と顧客が One to One でコミュニケーションし、エンゲージメントを高める One to One マーケティングにおいては、あらゆるチャネルを横断して、企業からのメッセージを届けるためのオムニチャネル（*3）化が進んでいます。そして、LINE はそのチャネルの一つとして、各企業での利用が増加しています。

「Probance Hyper Marketing」は、複数のチャネルを横断した最適な顧客コミュニケーションを、高度かつ精緻に実施可能なマーケティングオートメーションプラットフォームとして、2013年より日本での販売を開始し、大手EC企業を中心に国内数十社の導入実績があります。

「LINE ビジネスコネク」は、企業とユーザーの One to One や双方向のコミュニケーションを可能にする有力なチャネルとして、顧客への普及度およびエンゲージメント効果の高さが注目されています。

このたび、「Probance Hyper Marketing」と「LINE ビジネスコネク」が連携したことで、より多彩なチャネルを横断したマーケティングシナリオ（*4）の構築と運用が可能となりました。

企業は、マーケティングオートメーションを利用してマーケティング活動を行う際に、メールやダイレクトメールなどといった従来のチャネルに加え、新たにLINEによるコミュニケーションを選択したり、組み合わせることで、これまでよりもきめ細やかな One to One マーケティングが実施できます。

また、「Probance Hyper Marketing」に搭載されているキャンペーンマネジメント機能（*5）や、レコメンデーション機能（*6）などを使用することで、過去の顧客行動から学習した興味対象商品のレコメンデーションや、配信タイミングの最適化を行うなど、LINEでのコミュニケーションそのものの機能強化も可能です。

ブレインパッドは、「Probance Hyper Marketing」と「LINE ビジネスコネク」の連携による効果を最大限に活かし、企業と顧客のコミュニケーション強化のために、今後も両製品の連携と機能強化を行ってまいります。

- （*1）マーケティング活動のプロセスの自動化を支援するシステムの総称。データベースに蓄積された各種データをもとに顧客や見込み客とのコミュニケーションや、セグメンテーションや効果測定などを行う。
- （*2）LINE 株式会社が公式アカウントの各種機能を企業向けに API で提供し、各企業がカスタマイズして活用できるサービスです。「LINE ビジネスコネク」を活用することにより、従来の公式アカウントのような、LINE ユーザーへの一方通行のメッセージ配信だけでなく、特定のユーザーに対してより最適化されたメッセージを送り分けることができるようになります。さらに、ユーザーの同意のもと、企業の持つ既存のデータベースや、自社システムと LINE アカウントを連携させることで、メッセージ配信ツールとしての域を超え、顧客管理（CRM）ツールや、業務ソリューションツールとしての利用も可能になります。なお、LINE 株式会社では、LINE アカウントに紐付いた各企業の顧客データを保持することはありません。
- （*3）オムニチャネルとは、流通・小売業の戦略の一つで、実店舗、通販カタログ、ダイレクトメール、オンライン店舗（EC サイト）、モバイルサイト、SNS、コールセンターなど、複数の販売経路や顧客接点を有機的に連携させ、顧客の利便性を高めたり、多様な購買機会を創出すること。
- （*4）マーケティング施策のターゲットとなる顧客を、どのような方法を用いて、次のアクションへ誘導するのか、その行動結果によって、次にどのようなアクションに誘導するのかというプロセスを設計したもの。
- （*5）メールやフォームなどの複数の「メディア」を使用し、顧客一人ひとりに対して最適なチャネルで最適なオファーを行うための PDCA の仕組みのこと。
- （*6）利用者が関心を持ちそうな情報を推薦する機能のこと。

■ご参考情報

●Probance Hyper Marketing について <http://www.brainpad.co.jp/solution/probance/>

Probance Hyper Marketing は、キャンペーンに必要なデータの整備、顧客分析、キャンペーンシナリオの作成、運用、効果検証といったマーケティングに必要な一連の作業を支援する SaaS 型マーケティング・オートメーション・プラットフォームです。キャンペーンの自動化により、マーケティングにおける PDCA サイクルの短縮と、マーケティング ROI の飛躍的な改善を実現し、マーケティング担当者の負荷軽減を支援します。

●株式会社ブレインパッドについて <http://www.brainpad.co.jp/>

(東京証券取引所 市場第一部：証券コード 3655)

本社所在地：東京都港区白金台 3-2-10 白金台ビル

設立：2004年3月

代表者：代表取締役社長 佐藤 清之輔

資本金：331百万円（2015年9月30日現在）

従業員数：166名（連結、2015年9月30日現在）

事業内容：アナリティクス事業／ソリューション事業／マーケティングプラットフォーム事業

■お問い合わせ先

●製品・サービスに関するお問い合わせ

株式会社ブレインパッド

ソリューション本部 営業部

TEL：03-6721-7002 e-mail：info@brainpad.co.jp

●本ニュースリリースに関するお問い合わせ

株式会社ブレインパッド

コーポレート本部 経営企画部 広報担当

TEL：03-6721-7700 e-mail：pr@brainpad.co.jp

*本ニュースリリースに記載されている会社名・商品名は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

*本ニュースリリースに掲載されている情報は、発表日現在の情報です。

以上