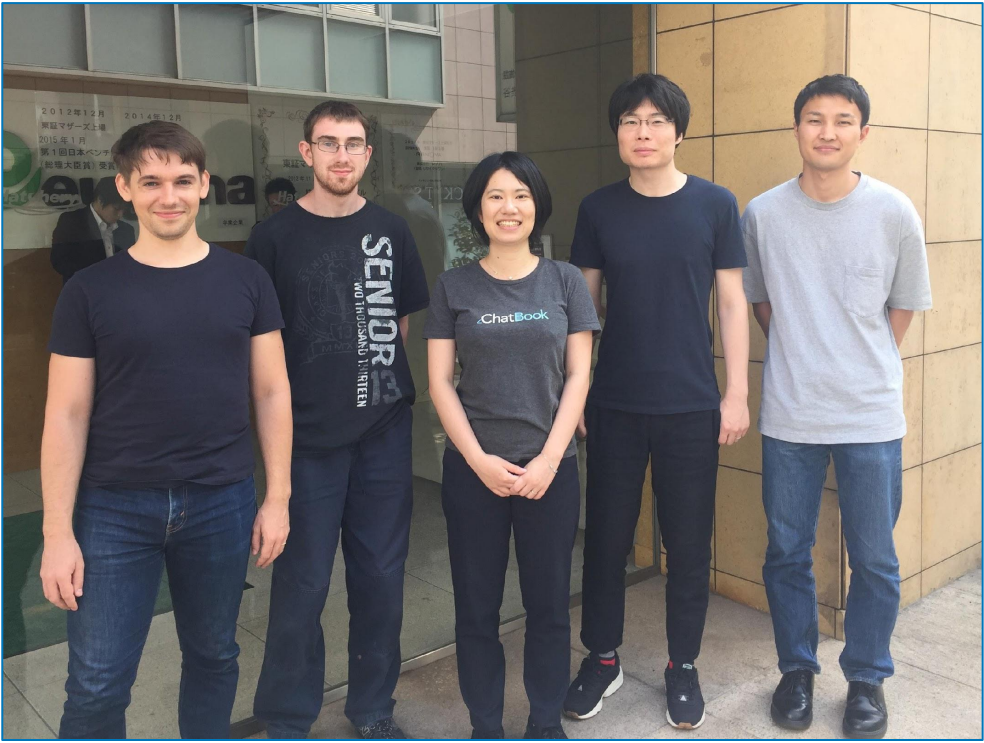


Craft Chat

コミュニケーションの自動化で
リード獲得と顧客体験の向上

Instagramチャットボット編

株式会社クラフター



会社名	株式会社クラフター
住所	東京都港区赤坂一丁目12番32号 アーク森ビル25階
代表取締役	小島 舞子
資本金	6億円
グループ会社	マネックスグループ株式会社
事業内容	新規顧客獲得を促し、企業のDX支援をするマーケティングオートメーションツール「CraftChat」の企画運営。ChatGPTを企業・自治体が安全に使える「Crew」の企画運営。

API連携ツール

CRM



MA



Working Share



CRM



メディア掲載実績

日本経済新聞

朝日新聞
DIGITAL



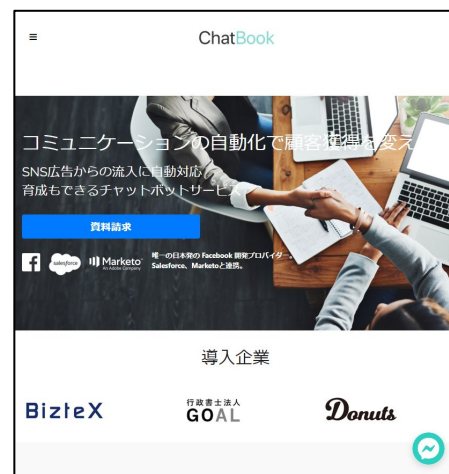
CraftChatのご紹介

企業の顧客獲得・DXを支援するサービスを提供。
2018年の創業から累計300社以上を支援

CraftChat for SNS

CraftChat Web接客

データ連携先一覧



- CraftChat for SNSは、企業のSNSでの販促活動の支援
- CraftChat for Webは、企業のWebサイトにおける顧客体験の改善やデジタルトランスフォーメーションの推進を支援

会話を通じたデータ取得でマーケティングを促進するチャットボット

ユーザーに合わせた最適なチャネルでコミュニケーション



Facebook Messenger

顧客とのコミュニケーションチャネルとして、豊富なデザインメッセージで自動応答。広告との併用で集客アップに。



Instagram

国内3300万以上のアクティブアカウントへリーチできる。ストーリーやコメントに対するリアクションを自動化したり、DM内で商品紹介・診断でサイト誘導や購買をサポート。



LINE

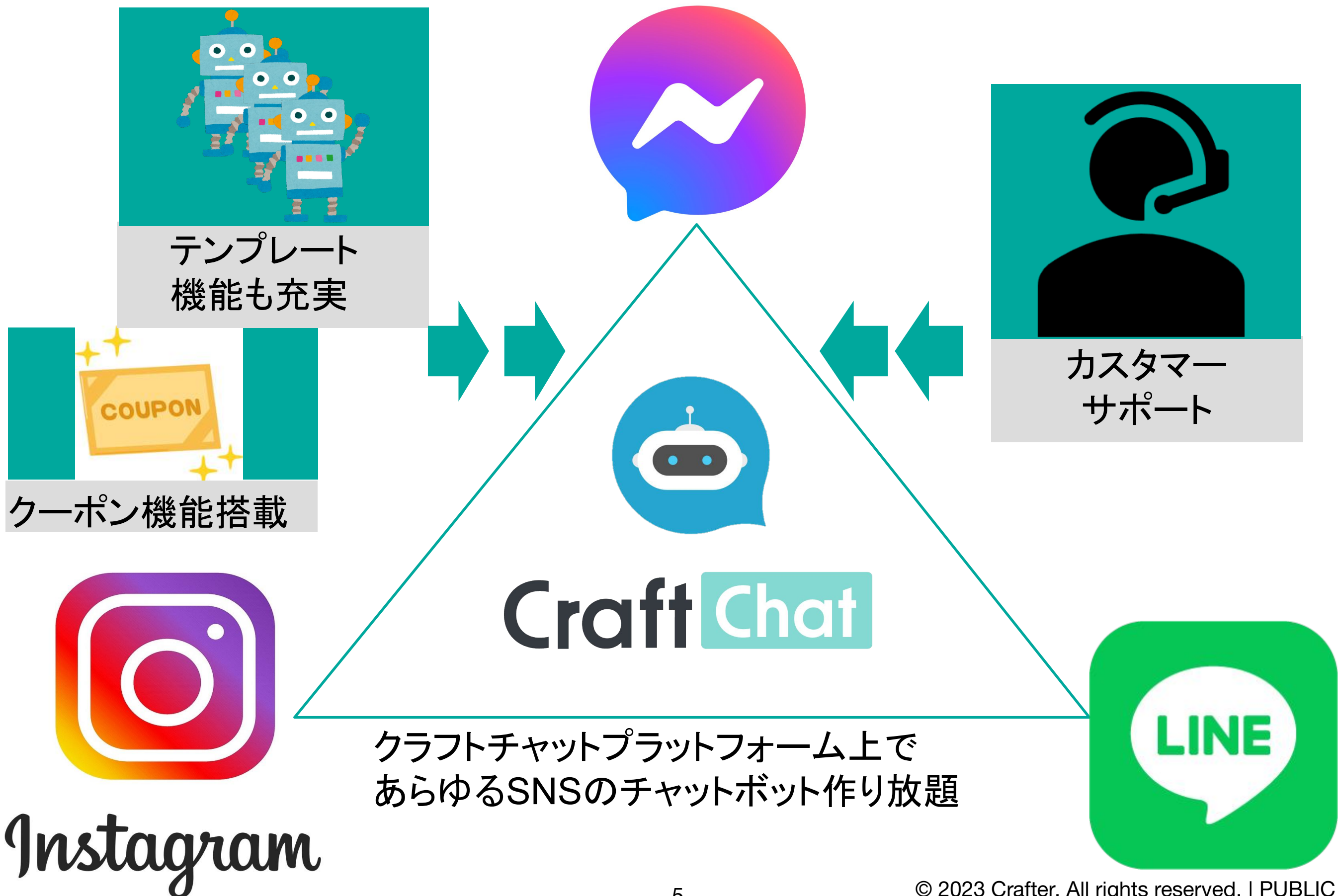
メールよりも圧倒的に既読率の高いLINEで効果的なナーチャリングを実現。全世代に手広くアクセスできる手軽な顧客接点ツールとして活用。



Webサイト

各CRM/MAと連動しパーソナライズされた情報提供でサービスの認知度向上。ユーザーの全方位的な活動を取得し顧客体験向上に役立てる。

CraftChat for プラットフォームとは



よくいただく声

こんなお悩み、ありませんか？

エンゲージメントに向上の仕方が
わからない



施策の実施が全て人力になっ
ている



リソースが割けない



DMに対応できない



購入につながらない



管理が複雑になっている



クラフトチャットできること

Instagramボット①

DMを通してInstagramでエンゲージメントの向上

日々、ストーリーやコメントをいただいたユーザーとDMを行うことにより、relationshipを構築します。

Instagramのアルゴリズムによるとエンゲージメントが高いほど、上部に表示されやすくなります。

おすすめ商品を提案

店舗での接客同様に、お客様が欲しい商品を自動でご提案。

画像とECサイトへのリンクがついたメッセージを送ってよりお客様にイメージを持ってもらいやすくなります。

お客様がモバイルで欲しい商品を探す手間を省き、顧客満足度・売上共に貢献します。

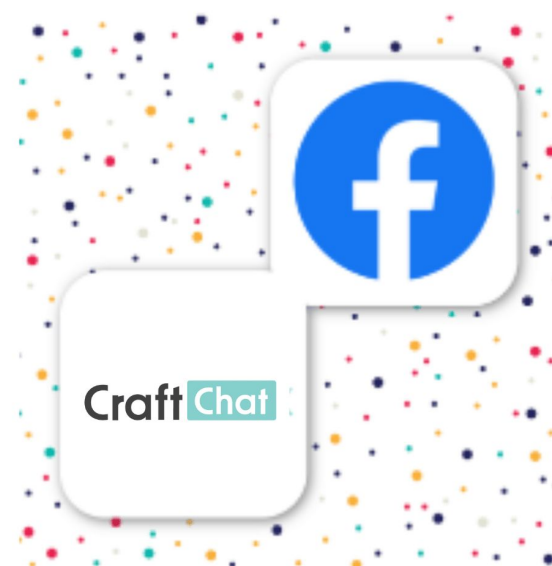
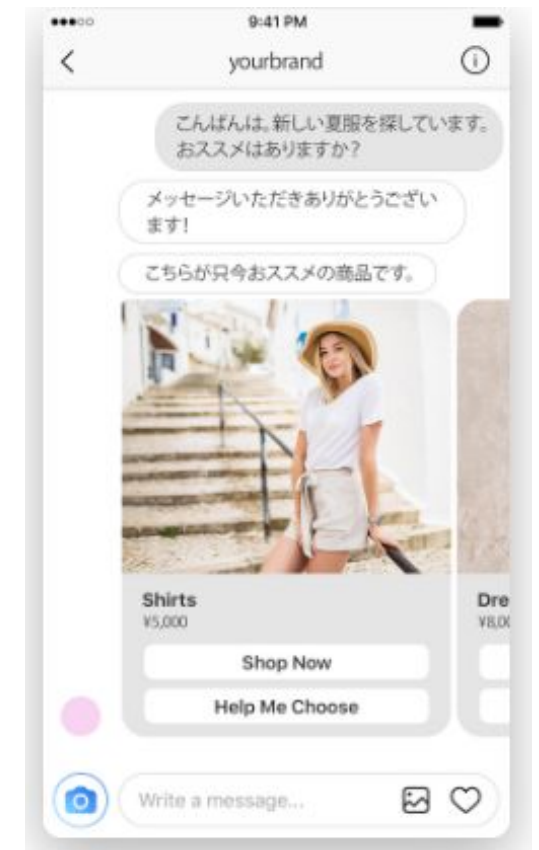
Shopify連携で商品を自動でメッセージ内に取り込み、クーポンを適用した状態で購入画面へ誘導できます。

日本唯一のFacebook公認チャットボットプロバイダー

ChatBookは2018年からFacebookMessengerで動作するチャットボットで、多くのお客様の顧客獲得を支援しています。

初めてInstagramの自動化を試みるなら、

プラットフォームとの関係性の深い私達にお任せください。



Instagramボット②

よくある質問

ストーリーズ返信

ストーリーズメンション

有人チャット

カルーセルメッセージ

メディアシェア

キーワード返信

コメント返信

ライブコメント

メッセージ誘導広告

カレンダーメッセージ



気軽に話しかけやすい会話 スターター

ボットからよくある質問形式で会話内容をご提案します。
選択肢式でボタンをクリックするだけで気軽にボットを活用
してもらえ、ボットとのコミュニケーションを創出します。

抽選機能の特徴

- ✓ 当選者に自動で当選メッセージを送信
- ✓ 抽選対象、当選人数、キャンペーン期間等を自由に設定可能
- ✓ 当選者・非当選者一覧を簡単閲覧し、CSVダウンロード可能
- ✓ DMに注目するようになり、エンタメ要素を取り入れ

プッシュ通知機能の特徴

- ✓ 会話したことのあるフォロワーにいち早く情報を共有
- ✓ 予約機能を使えば指定した時間に情報をお届け
- ✓ 分析の機能で送信や既読数等のデータを確認
- ✓ 特定のユーザーにだけ情報を送信できる

エンゲージメントの重要性

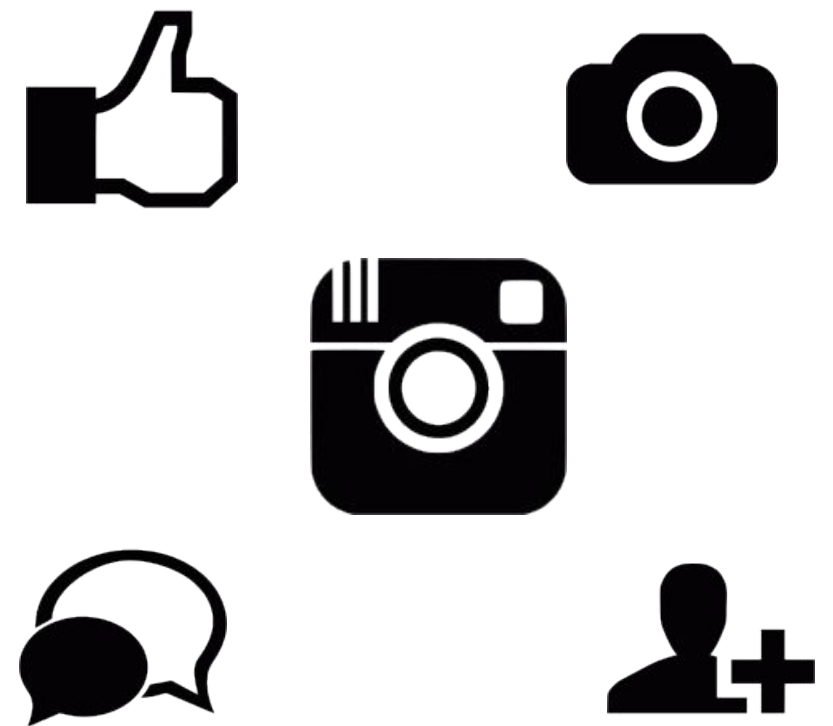
Instagramのアルゴリズム

Instagramの投稿表示は利用者ごとのアクションにより、
パーソナライズされています！

- **投稿に関する情報**: 投稿の人気度、何人がその投稿に「いいね！」したか
- **投稿者に関する情報**: 関心の度合いを表すシグナル、何回やり取りがあったか
- **あなたのアクティビティ**: あなたが「いいね！」した投稿数
- **あなたと特定の利用者とのやり取りの履歴**: 相手の投稿にコメントしたかどうか

【パーソナライズされる代表的な要素】

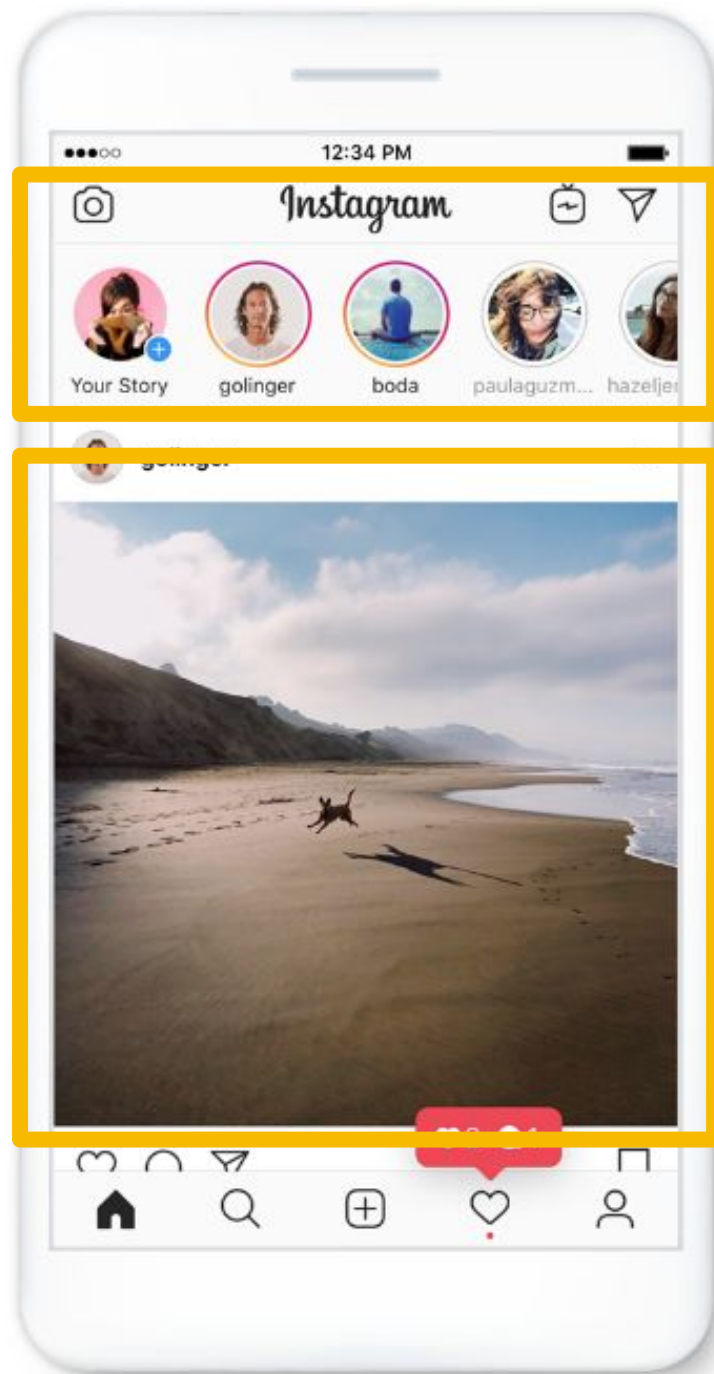
- コメント
- いいね！
- 保存
- DM
- 滞在時間
- シェア
- プロフィールへの訪問



<https://about.instagram.com/ja-jp/>
<https://pin.it/316ZTwA>

①Instagramでエンゲージメントの向上

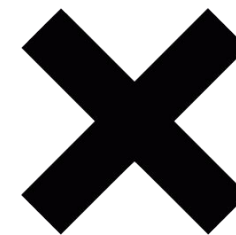
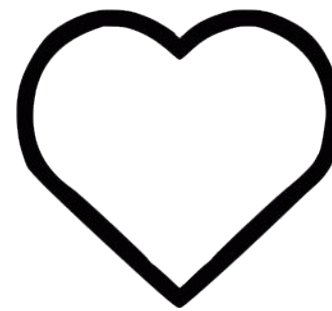
相互コミュニケーションが表示に影響



【ストーリーズ】

★エンゲージメントが高いほど、左側に表示される

Interest



Relationship



【フィード】

★関心の高い投稿ほど、上部に表示される

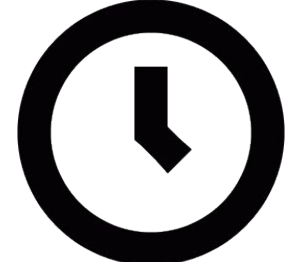
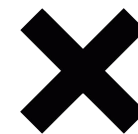
Interest



Relationship



Timeliness



<https://business.instagram.com/>
https://about.meta.com/ja/technologies/instagram/?utm_source=about.facebook.com&utm_medium=redirect

②Instagramでエンゲージメントの向上

【フィード】表示に影響する3つの要素

- Interest(関心度): ターゲット層の関心にあったコンテンツであるか
- Relationship(親密度): アカウントと利用者がどのくらい親密であるか
- Timeliness(鮮度): 最近の投稿であるか

Interest



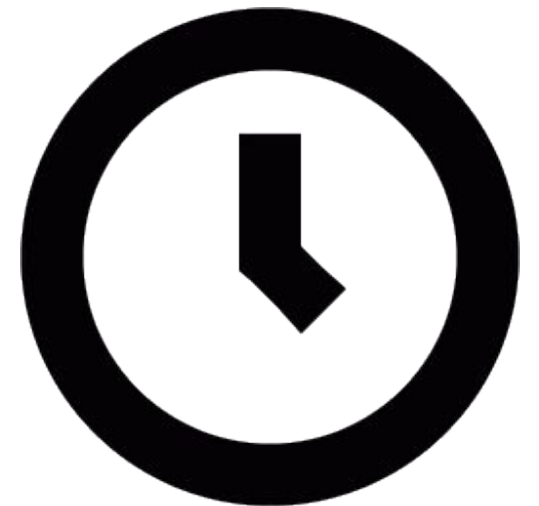
関心度

Relationship



親密度

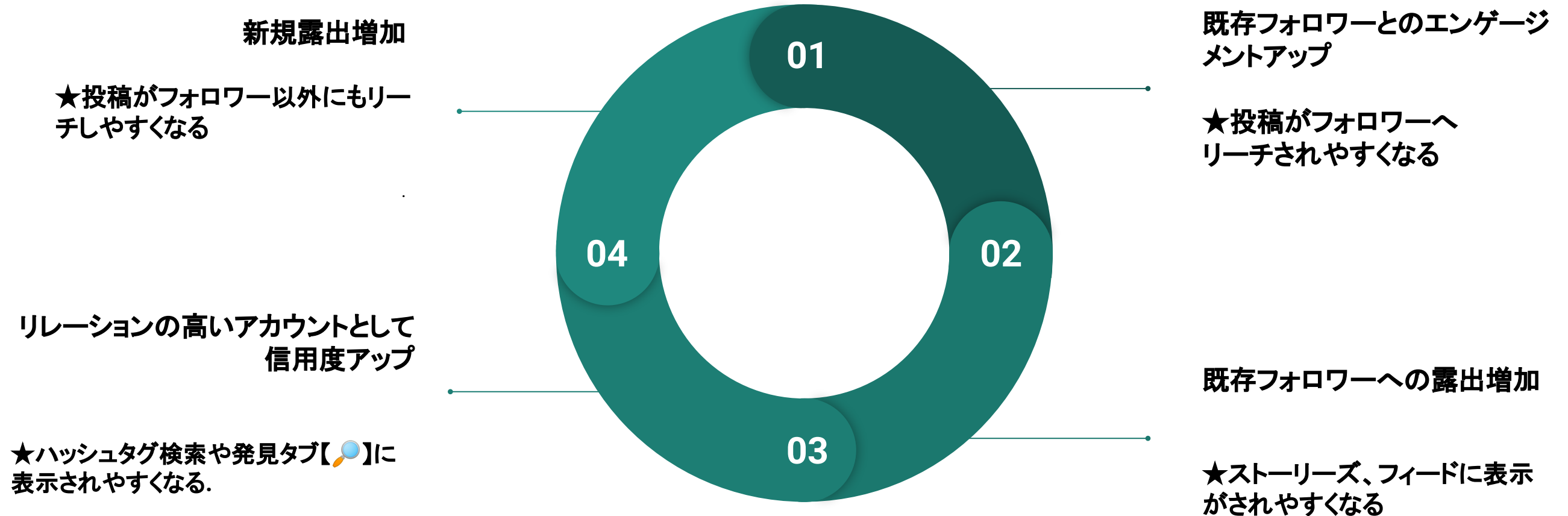
Timeliness



鮮度

エンゲージメント強化が新規フォロワーに相互作用

アカウントが既存フォロワーとコミュニケーションする
エンゲージメントが重視されているInstagramの設計



<https://business.instagram.com/>

導入事例

キャンペーンでフォロワー 2,635人アップ！ エンゲージメント率が175%増加

+186%
コメント数

+175%
エンゲージメン
ト率

2,635人
増加したフォロワー
数



目的

- インスタキャンペーンでフジッコアカウントのフォロワー増加と認知度向上
- 既存フォロワーとの関係性作り
- Instagramビジネスアカウントのシグナルづくり

効果

- コメント数が186%増加(過去類似キャンペーンとの比較)
- エンゲージメント数は175%の増加
- フォロワー数は2,635人増加
- キャンペーン実施後のオーガニック投稿のエンゲージメント率平均値も120%向上

プレゼントキャンペーン詳細

- フジッコ商品を抽選でプレゼントする企画を実施
- 該当投稿へコメントするとチャットボットがDMを送信
 - コメント内容は「🍙」の絵文字か、新米と一緒に食べたいフジッコ商品をA～Cを指定
 - アカウントのフォローも抽選条件
- DMでのメッセージで、数件のクイズに答えると当選率アップとし、ユーザーと数回やりとりをする

所感

- キャンペーン実施前と実施後でオーガニック投稿(6投稿)のエンゲージメント率平均値が120%向上しました！シグナルがたまったことが寄与したと考えても良いかと思います。
- 「北海道沖で収穫された昆布であること」や「昆布漁師さんにとって乾燥の作業は負担が大きいこと」について、DMでのコミュニケーションにより深く伝えることができました。
- チャットボットの活用は、企業メッセージの理解促進に効果的だと考えます。

キャンペーンでフォロワー増加数 4.8倍アップ、 UGG創出でクチコミ数が31倍に

31倍

外部レビュー
サイトのクチコ
ミ増加数

4.8倍

フォロワー
増加数

3.4倍

お問い合わせ
増加数

95%

応募者のうち
UGCを投稿した
人の割合

目的

- Instagram、外部レビューサイトでのUGC(クチコミ)創出
- アカウントリーチ数・インプレッション数の増加
- 既存顧客様との関係性作り

効果

- 外部レビューサイトのクチコミ数が約31倍に増加
- Instagramチャットボット導入前と比較して、フォロワー増加数が約4.8倍、お問い合わせ数が約3.4倍、LINE友達登録数約2.9倍増加
- 応募者のうち約95%以上が実際にUGCを創出

プレゼントキャンペーン詳細

フィード内投稿でプレゼントキャンペーンを案内。「#eggレポ」をつけて既存顧客様にはクチコミを、新規のお客様には気になるスタジオを投稿してもらう。その後、案内のフィード内投稿に「投稿しました!」とコメントいただきチャットボットがDMを送信。DMにて、関連が無いお願いとして外部レビューサイトへのクチコミを追加で案内。

所感

- DM自動化で「応募頂いたユーザーにキャンペーンとは関連がないお願いとして、外部サイトへのクチコミを”追加”で依頼する」というアップセル的なやり方によって、**オペレーションコストがゼロで効果的な訴求を実現**でき、大変助かりました。
- 広告も定期的には実施しているのですが、ここまで目に見えた成果(フォロワー増加数・お問い合わせ数等)が上がったことはありません。当施策の結果を見ると、**一方向的な訴求よりも相互的なコミュニケーションを行うことがアルゴリズムに良い評価を与えたことで、より多くのユーザーにeggfilmのコンテンツが表示されやすくなっている印象**があります。

Instagramライブで視聴者へ商品誘導

22.8%
商品リンクを
クリックした
割合

92%
商品に興味があ
ると回答したユー
ザー

5,000人
以上の合計視聴
数



目的

- インスタライブで紹介した商品をDM内でリストで表示しウェブサイトに誘導する
- ライブや商品に関するアンケート調査

効果

- 92%の視聴者が、アンケートで商品に興味があると回答
- DMしたユーザーのうち22.8%が商品のURLをクリック

NOIN Live企画

ニコニコNOIN(毎月25,26日にポイント還元率が高くなる)というセール日があり、26日のインスタライブでライバーが視聴者と相談しながら1万円までNOIN内で商品を購入する。購入して届いた商品を2日後に「開封ライブ」としてライブを開催。ライバーと視聴者が一体となって商品を開けるわくわく感を得る。

利用方法

- ライバーがライブの最後にキーワードを送信するよう視聴者に促す(左図)
- キーワードで専用のシナリオが起動し、ライブで取り扱った商品詳細とURLのリストを送る

所感:

- ライブは一過性で終わりがちだが、終わった後もライブと商品を繋げる事ができクリック率も高かった
- ライブ後のアンケートに回答してもらうことで、ライバーのモチベーションも副次的にアップできた

詳細: <https://www.CraftChat.ai/news/noin-instagramlive>

キャンペーン応募対応自動化、アンケート回収

270人
が応募50万円
顧客対応に要し
たコスト削減96.6%
のアンケート回収
率(応募完了数)

目的

- Wチャンスキャンペーンの応募自動化
- バッグに関するアンケートの実施
- エンゲージメントアップ

Wチャンスキャンペーン詳細

フィード内投稿へのコメントで応募出来るバッグプレゼントキャンペーンを行い、その落選した人の中からマスクケースをプレゼントするWチャンスキャンペーンを実施。バッグプレゼントキャンペーンの投稿にコメント(応募)した人に自動でDM上でWチャンスキャンペーンを案内。DMでのアンケートに全て回答で応募が完了。

利用方法

- フィード内投稿へのコメントでDMを送信
- DMでアンケートを実施
- 応募者リストの一覧化、CSVエクスポート

効果

- 270名がキャンペーンに応募
- 96.6%のユーザーが4つのアンケートを全て回答
- 手動でのやりとりの大幅削減。2人以上のコスト削減。

所感

- 今まで担当者が数名付きっきりで一人ひとりへの対応を行っていたが、ボットで全て自動化しお客さんに即レスしたことでお客様を待たせず、担当者が企画など本来の業務に専念することができた。
- チャットボットで人的オペレーションによるエラーや取り違えもなくなり、人間側の心理的負担も減少した。
- 今まで応募リストの抽出はアプリでDMを見て確認していたが、**CraftChatの管理画面で一瞬でまとめてCSVに書き出す**ことができ、応募以降のオペレーションの手間を大幅に削減できた。手応えを感じたので、二の足を踏んでいた別の大手アカウントでも実施したい。

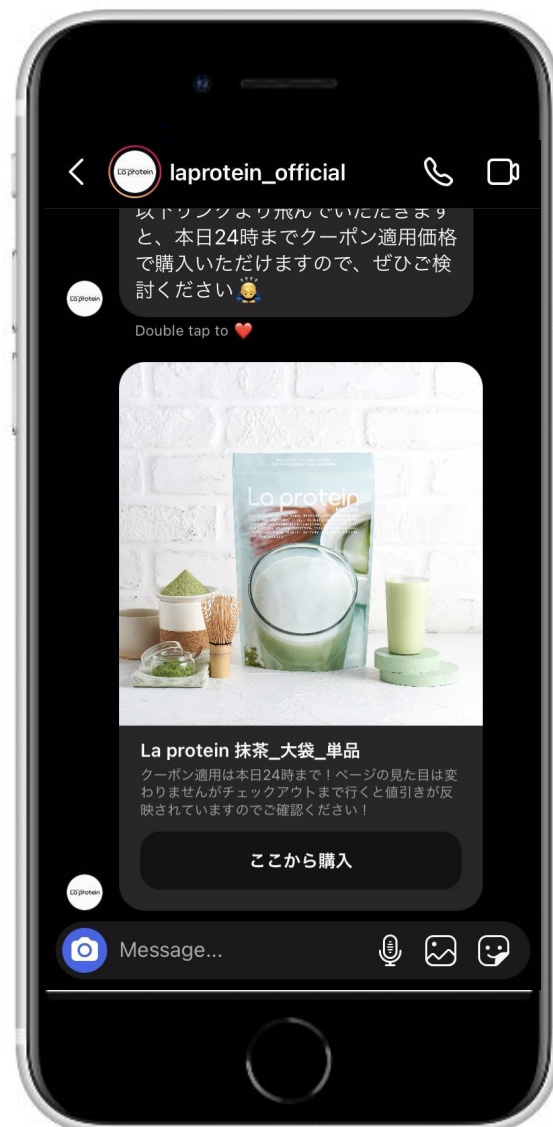
30分のライブコマースで1ヶ月分の売上を達成

13,000件
2時間の
チャット数

83.1%
DMエンゲージ
メント率

30倍
売上増加率
(1日)

700人
以上の同時視聴
数



目的

- インスタライブで視聴者へ新パッケージ販売開始のご案内インスタライブで紹介した商品の購入ページへ誘導

効果

- 30分のライブコマースで1ヶ月分の売上
- ライブ開催後深夜まで13,000件以上の活発なDM
- 700人以上が同時視聴しコメント
- 合言葉の送信率(送信数/ライブ参加者)は91.1%
- ライブ参加者の83.1%がDMするエンゲージメントの高さ

利用方法

- ライバーがライブ後半に特定のキーワードをコメントするよう視聴者に促す
- 特定のキーワード送信で専用のシナリオが起動し、クーポンとともにライブで取り扱った商品詳細とURLのリストを送る
- 選択項目に応じたShopifyの決済ページへ誘導するURLを送付

所感:

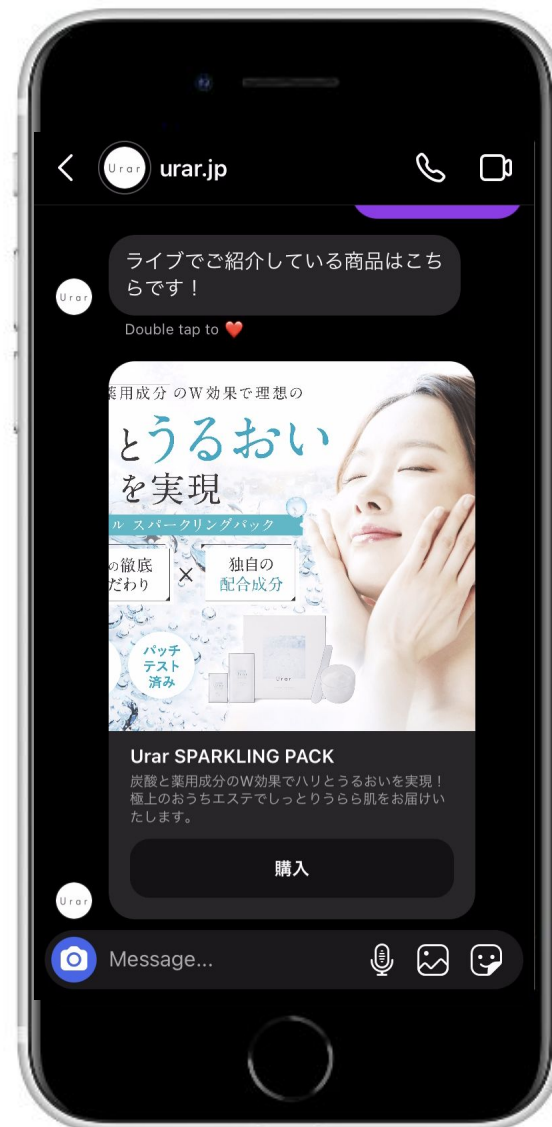
- 何度かインスタライブで商品紹介をしたが、視聴者はライブ後に自発的に商品を検索する必要があり、商品とライブが断片的で購買に役立てることはできなかった。加えて、ライブ参加者全員にDMで商品誘導を行うことは参加人数上現実的でなく、購買意欲の高いライブ視聴者への誘導を検討していたところCraftChatを導入。
- CraftChatを利用すると、ライブの体験はそのまま視聴者に商品誘導を即時的にでき、コミュニケーションを完全自動化することができた。サポートチームの体制構築も不要だった
- 30分のライブで1ヶ月分の売上を達成でき、視聴者の購買意欲の高さと丁寧な接客で購買を誘導できたので、今後もライブコマースに活用したい。

詳細: <https://www.CraftChat.ai/casestudy/laprotein>

インスタライブで使用感を伝え購買層へ転換

64%
商品リンクク
リック率

15%
購買率



目的

- Instagram経由での売上増加
- フォロワー数増加

効果

- キーワードをコメントした人の64%が商品リンクをクリック
- 商品リンクをクリックした人のうち15%が商品購入

利用背景

広告配信やLP改善等のWeb施策を通じて認知を十分に獲得出来ており、その次の施策としてライブ配信を通じた実際の使用感を伝え検討層を購買層に転換するため、定額コース販売を目的としたCraftChatを活用したInstagramライブを実施。

ライブ配信にはインフルエンサーを起用し、更なる認知拡大と「知っている人・有名な人が使っている」安心感を提供して購買数拡大を狙った。

利用方法

ライブ中、ライバーよりキーワードを案内。

キーワードをライブ内でコメントしたユーザーへDMを送信。

DM上でライブ内で紹介した商品のURLを送付。

所感

視聴者がDMを受信するために次々とライブにコメントをする様子を見て視聴者の購買行動を促せる試作だと感じた。キーワード入力した人数の15%が購入しており視聴者の購入への意欲の高さも実感できた。よりライブの視聴者を増やして売上アップに繋がるよう、継続してライブ配信を行っていきたい。

Instagram上でブランドコミュニティを形成

20%
購入者

97%
売上貢献度

189%
アカウント
リーチ増加率



目的

- Instagram公式アカウント経由での売上
- フォロワー数増加
- リピーターの増加

効果

- クーポン発行者のうち約20%が購入
- Instagram公式アカウント経由での売上の97%が当施策から
- アカウントがリーチ出来た数(アカウントのコンテンツを見た人数)がチャットボット導入前から189%アップ

利用背景

メルマガ、LINEでの一方的な情報提供だけでは利用者像が見えず、ロイヤリティと継続率を上げたかった。Instagramチャットボットを通じた限定コミュニティで「利用者像の見える化」「生の顧客の声を収集」しブランドへのロイヤリティを高めリピートを狙う。

利用方法

メルマガ会員、LINE会員、購入した商品内にちらしを同封し、Instagram限定コミュニティ「チームcocone」をご案内。InstagramアカウントにDMで特定のキーワードを入力することで応募が完了、応募完了後にチーム限定クーポンを発行しリピーター向け購買導線に促す。

所感

当施策が、Instagram公式アカウント経由の売上のうち97%を占め、予想以上の成果だと感じている。
また、DMのやり取りが増えれば増えるほどアカウントのコンテンツが見られる回数も上昇。それと相関してフォロワー数も上昇傾向にあり、Instagramアカウント全体のパワーの底上げにも貢献していると感じている。
更に運用を強め、Instagramからの新規層獲得をより拡大していきたい。

DMの自動化で業務効率化を実現

9.5h

20日間で業
務効率化

1,370件

一カ月でメッセー
ジを受信



フォロワー数: 13万人越え (2021/12/6現在)

目的

- レビュー対応自動化
- 診断コンテンツでおすすめ商品の提案

効果

- 20日間で9時間半の業務効率化
- 一カ月で1,370件のメッセージを受信
- 自動応答以外のメッセージが未読になり自分が対応すべきメッセージが一目でわかることで作業効率化
- チャットボットによる即時返信でユーザー体験向上

利用方法

- ストーリーズ経由、プロフィール経由でDMへ誘導
- 診断結果を基にした商品の提案、URL送付
- レビュー受付の自動化、レビュー依頼リストを自動生成

詳細: <https://www.CraftChat.ai/casestudy/karako-cosme>

【フォロー+いいね】を条件に、エンゲージメント向上

10.36%
エンゲージメント
率

4,000超
いいね・コメント

2,000人
フォロワー増加



目的

- エンゲージメントの向上
- いいね+保存の増加
- フォロワー数増加
- コメントの増加

効果

- リーチ数: 94,860
- いいね数: 4,764
- コメント数: 4,282
- 保存数: 788
- エンゲージメント率: 10.36%
- フォロワー: 2,000人

施策概要

【フォロー+いいね】を条件として、プレゼントキャンペーンを通じたエンゲージメントの向上を狙う。6月に行った他の投稿にも【いいね+保存】をすると、プレゼントキャンペーンの当選率アップを宣言し、投稿全体のいいね・保存数増加も行う。本施策を行ったのち、6月6日~6月16日のわずか10日間で、フォロワーは「2,000人」増加し、プレゼントキャンペーンのいいね・コメントは「4,000」を超える大盛況となった。エンゲージメント率は10.36%と、非常に高い。

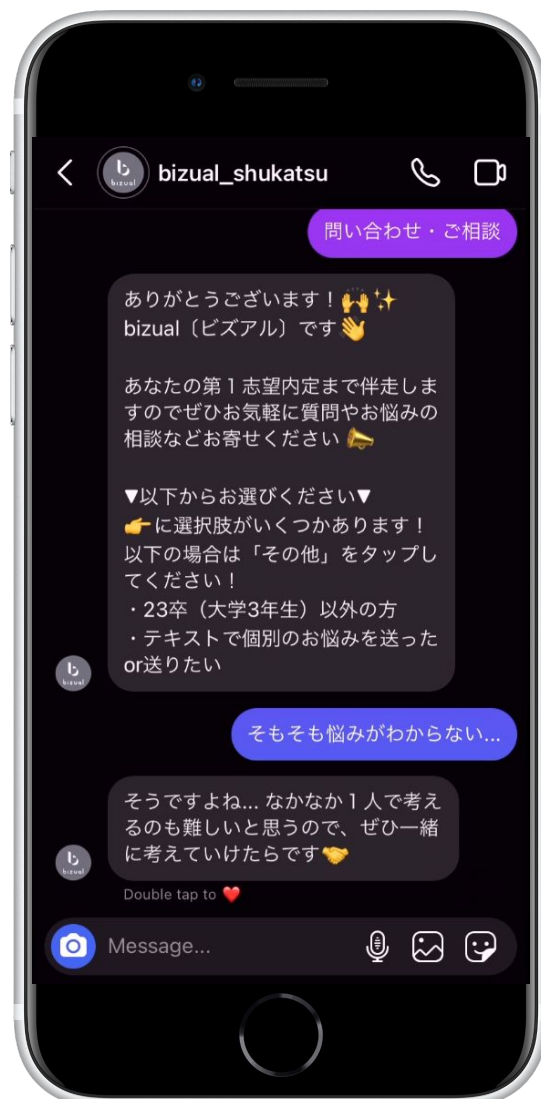
お客様の声

当選者を選出するときに、csvで集計でき、さらに応募者のフォロワー数などの情報も一緒に見る事が出来るので選定が楽になりました。

就活のお悩み解決・就活サロンのご案内

1日で最大
1,508件
のメッセージを受
信

一人当たり平均
8.2回
メッセージを送受
信



アカウント情報

インターン通過100社超、内定8社の中の人が就職活動の最新情報、就職活動のお役立ち情報を毎日発信。
フォロワー数4.6万人（2021年12月20日現在）

目的

- 就活サロンの案内
- 就活のお悩み自動回答
- エンゲージメントアップ

効果

- 1日で最大1,508件のメッセージを受信
- 一人あたり平均8,2回、チャットボットとメッセージを送受信

利用方法

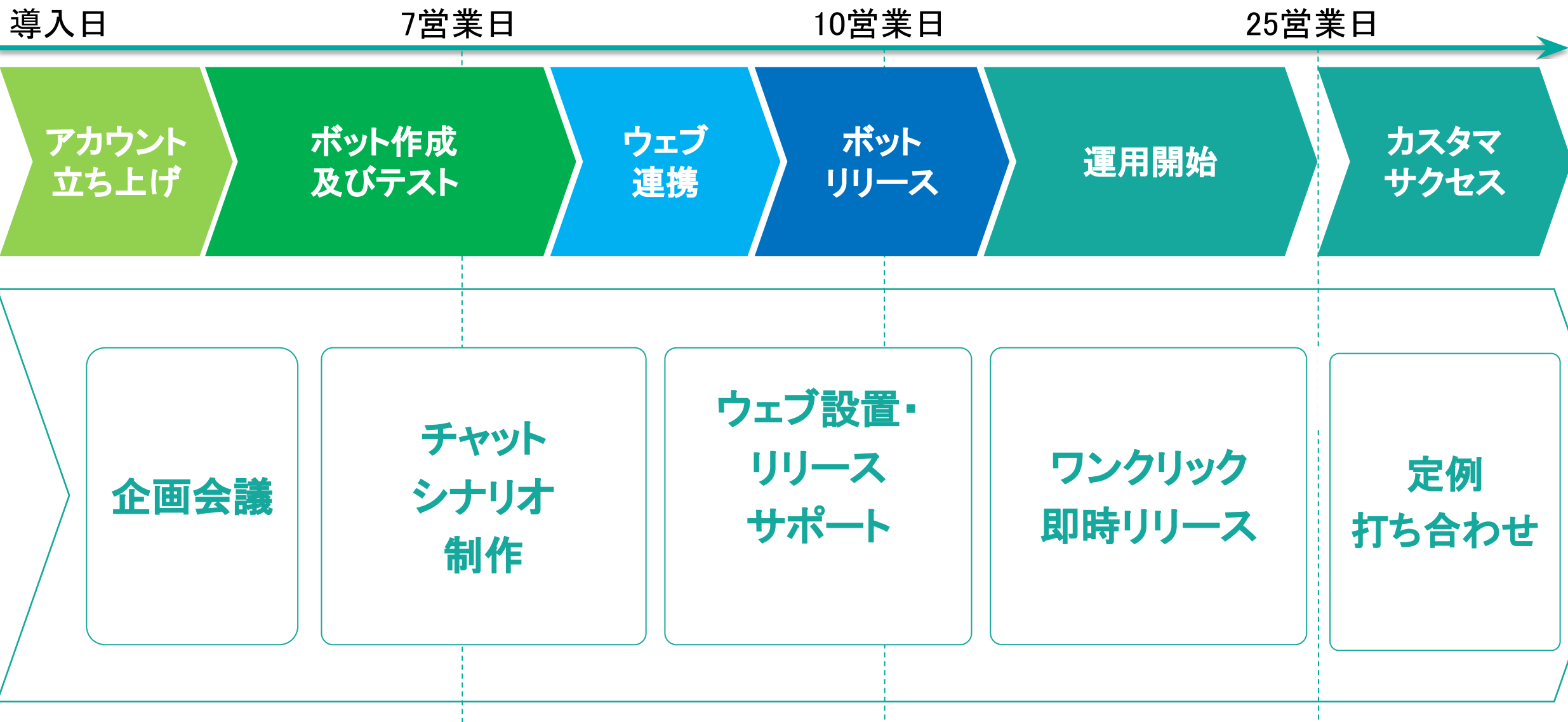
- ストーリーズ経由、よくある質問経由でDMを送信
- お悩み状況に合わせて過去に投稿したおすすめコンテンツを送信
- おすすめ就活イベントをカルーセル形式で案内
- 就活サロンのURL送付

所感

- 今まで実施したライブや投稿では、企業アカウントには配慮していたのかりアクションを引き起こすことに工夫し苦労していました。DMを開始したところ大きく反響があり、普段見えないフォロワーの動きが見られたのが印象的です
- 就活ならではの話もDMだとよりパーソナルに感じてもらえたことも、DM数が増えた理由かと思います。

導入の流れ

ご発注後7～25営業日でご利用可能です。



CraftChat サービス提供価格

初期費用(単発)

300,000円-

- ✓ アカウント登録支援
- ✓ 最初のシナリオ企画ミーティング
- ✓ リリースサポート
- ✓ リリース後の最初の振返・改善ミーティング

プラン(月額)

おすすめ!

プラン名	ツール利用プラン	安心運用プラン	エンタープライズ
価格	10万	20万	ご相談ください
特徴	既にインスタライブ配信経験あり、 自社でチャットボット運用のノウハウを持っている企業様向け	ライブコマース・チャットボット運用のノウハウがない、 伴走サポートが必要 なお客様向け	個別の事情から 最適なライブコマース・チャットボット運用形態を知りたい企業様向け
CSVダウンロード	○	○	○
改善ミーティング	×	○	○
CBサポートによるテスト	×	○	○
シナリオ企画支援	×	○	○

※価格は全て税抜となります。

※各プランの価格は、1つのInstagramビジネスアカウントの料金です。複数のInstagramアカウントを管理している場合は、ページ接続数分が課金されます。

※成果報酬手数料は、業界ごとの獲得コストからInstagramチャットボット内でURLクリックによる購入から計上します。詳しくは営業にお尋ねください。

※契約は年間契約となります。

※契約はクレジットカードでの毎月払いもしくは銀行振込による年間一括払いをお選びいただけます。

CraftChat サービス詳細①

サポート内容	初期費用	ツール利用プラン	安心運用プラン	詳細
チャットボット企画作成				
シナリオの企画	○(チュートリアルで実施)	-	-	チャットボットの目的をヒアリングし、過去の事例からシナリオの流れを提案
シナリオの枠組み設計	○(チュートリアルで実施)	-	-	シナリオをどのように分けCraftChatで作成すべきかの設計指南
チュートリアル	○	-	-	
CraftChatにシナリオ作成	○(メッセージグループ1つまで)	-	-	管理画面にてチャットボットを作成する
シナリオ改善コンサル	○(1回まで)	-	-	画像の配置、テキスト文体や絵文字など、過去の事例をもとにシナリオ内の構成や文章に関する提案
シナリオのテスト	○(1回まで)	-	-	目視で誤字脱字や脱線がないかチェック
シナリオの修正	○(1回まで)	-	-	
リリース後のシナリオ確認	○	-	-	
リリースサポート				
アカウント登録支援	○	-	-	管理画面へのアカウント招待のご案内。トラブル時の対応
リリースのご案内	○	-	-	
リリース時のトラブル対応	○	-	-	エンジニア不要でノーコードでできますが、設定でのトラブルがあった時
トラブル時のオンラインミーティング	○	-	-	

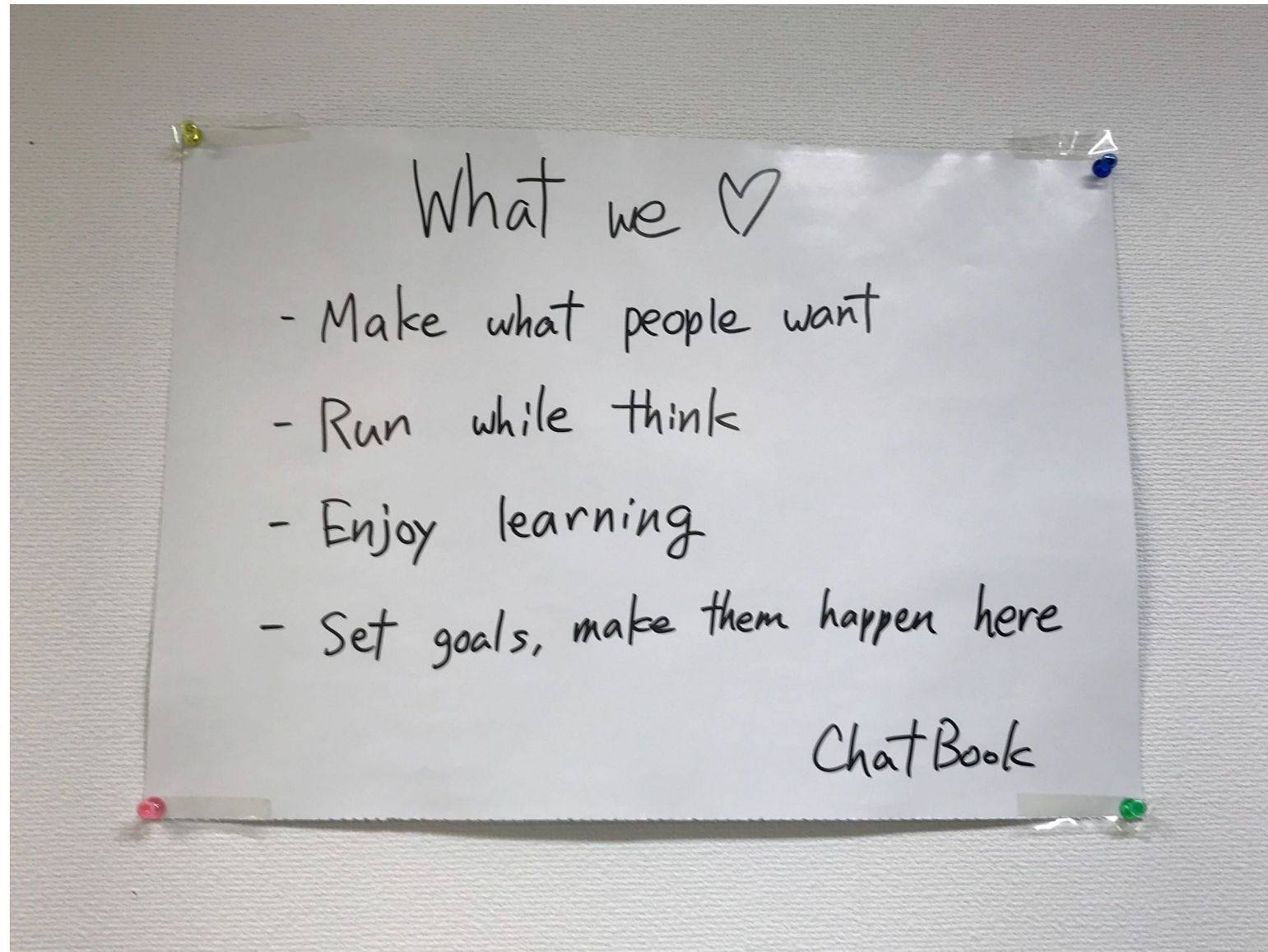
CraftChat サービス詳細②

サポート内容	初期費用	ツール利用プラン	安心運用プラン	詳細
運用開始後				
振返・改善ミーティング	○(リリース後1回)	×	○(定例)	
シナリオ企画支援	-	×	○(定例)	新しい企画やシナリオを作成したい場合、企画に応じたシナリオを検討
シナリオの枠組み設計	-	×	○	シナリオをどのように分けCraftChatで作成すべきかの設計指南
CraftChatにシナリオ作成	-	×	○(メッセージグループ2つまで)	管理画面にてチャットボットを作成する
シナリオのテスト	-	×	○	目視で誤字脱字や脱線がないかチェック
シナリオの修正	-	×	○(1回まで)	
リリース後のシナリオ確認	-	×	○	
CRMや外部連携ツール支援	-	×	○	
サポート体制				
メールサポート	-	○	○	
電話サポート	-	×	○	
チャットサポート	-	×	○	
専用CSチーム体制	-	×	○	チーム体制で運用を支援

- InstagramアカウントをFacebookページに接続することが必要
- 最新情報はFacebook開発者ブログまたはCraftChatページ
- <https://www.craftchat.ai/features/instagram>

- プレゼントキャンペーンを効率化出来る！DM対応自動化
- ライブコマースを成功させるプラットフォーム選定とコツ
- これからSNSで物売る企業が知ってほしいこと
- 「発見型コマース」とは？
- 国内Instagram最新数値
- CraftChat Instagram公式サイト

世界を自動化して人生に自由と楽しさを



Make What People Want

顧客を常に考えて行動せよ

Run While Think

考えながら走る

Enjoy Learning

学ぶことを楽しむ

Set Goals, Make them Happen Here

人生の目標を決めここで叶える

ご不明な点などございましたら、
お気軽にお問い合わせください。

business@crafter.co.jp

株式会社クラフター

東京都港区赤坂一丁目12番32号 アークビル25階

www.crafter.co.jp