



アトマスアプリ

メルマガよりも効果的な プッシュ通知とは



株式会社エージストワン



CONTENTS

はじめに

03

プッシュ通知の効果とは？

04

アプリとプッシュ通知

07

なぜプッシュ通知が効果的なのか

13

おわりに

17

はじめに

スマホアプリの機能の中で、効果的に活用されているプッシュ通知。

アプリをダウンロードしたユーザーに対し、情報提供を行う上で欠かせない機能となっており、この機能を有効的に活用し、売上アップやロイヤルティの向上に繋げている事例も様々出ております。

今回は、「そもそもプッシュ通知の効果とは何？」や「メリットとデメリットは何？」など疑問に持たれている方に向けた情報をお届けします。





プッシュ通知の効果とは？



プッシュ通知の伝達力



確認する人はおよそ **7割**

視認率が高い!

情報の開封率が
高まる!

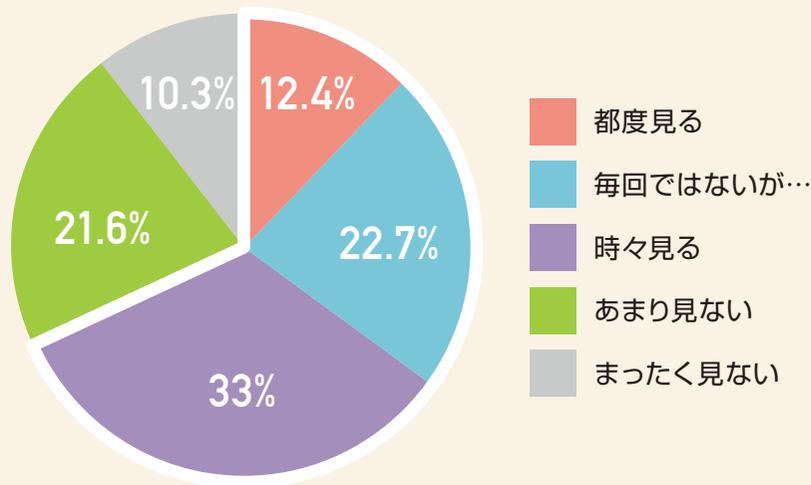
プッシュ通知が与える影響

アプリを使っているユーザーが、どの程度プッシュ通知を見るのかを尋ねたところ1位「時々見る(33%)」、2位「毎回ではないがよく見る(22.7%)」、3位「あまり見ない(21.6%)」となっています。

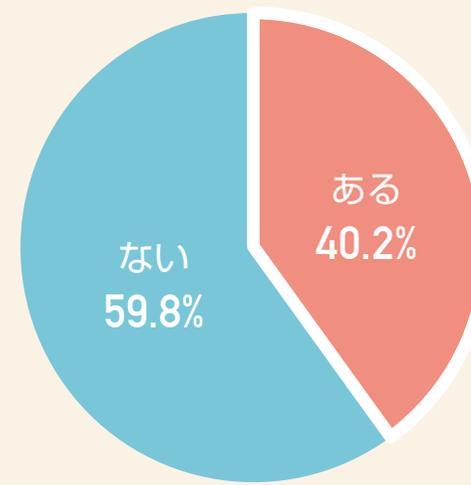
比較として、見ている方が見ていない方を上回っている。

また、プッシュ通知がキッカケとなり購買に繋がるケースも多く見られています。

どの程度プッシュ通知を見るのか



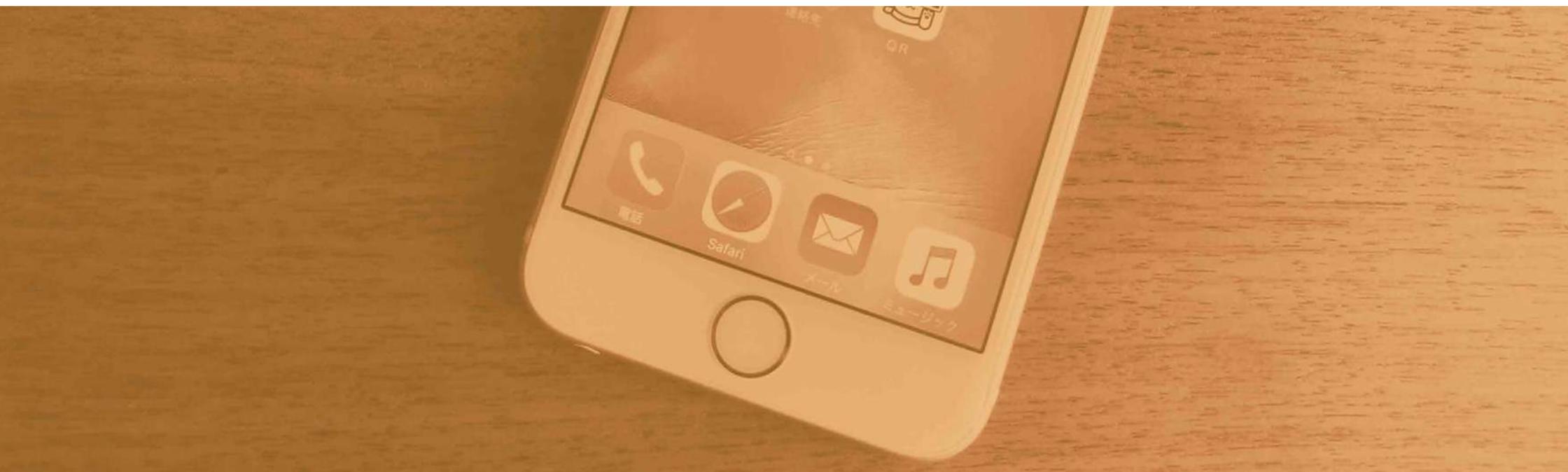
プッシュ通知がキッカケで行動したことがあるか



4割の方がプッシュ通知がキッカケで行動している

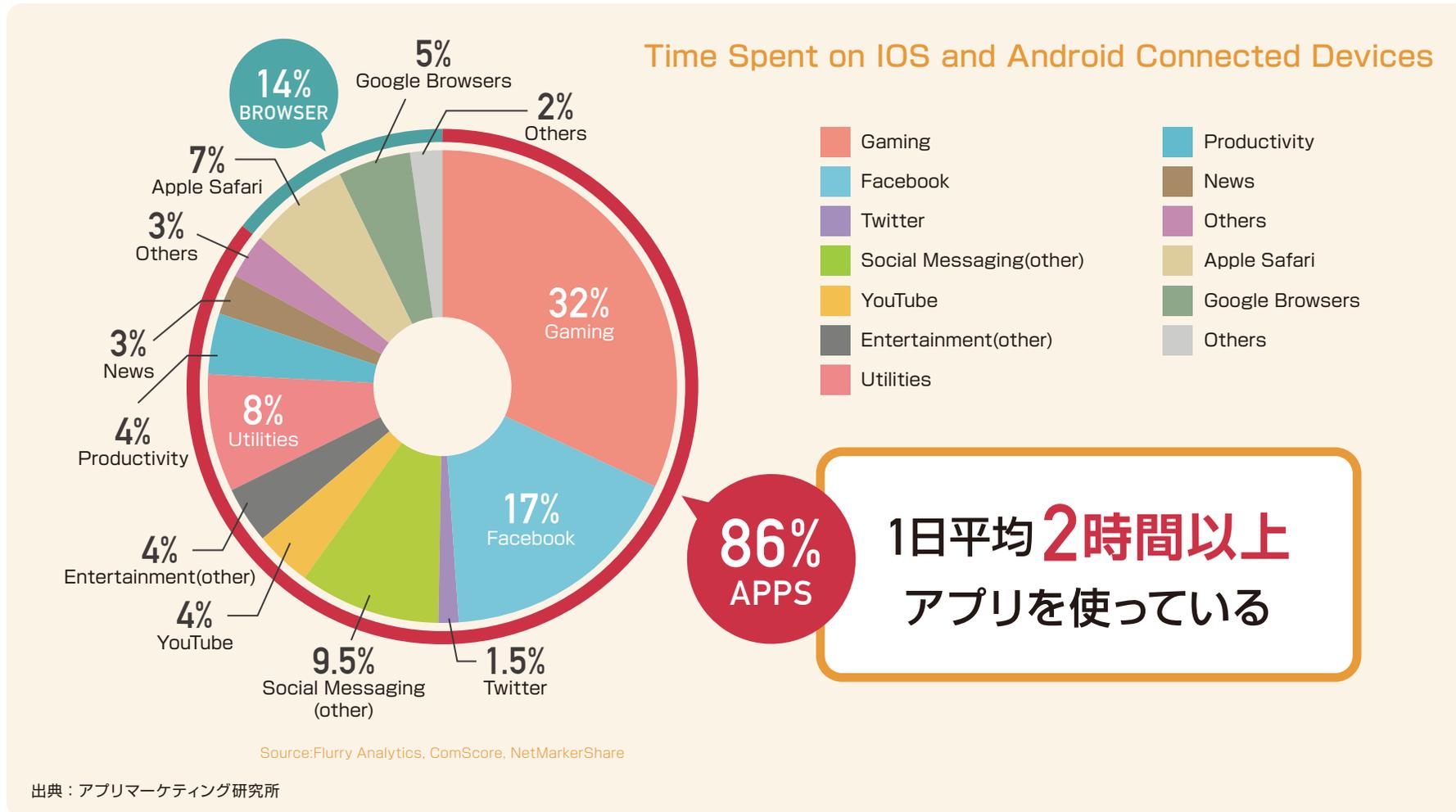


アプリとプッシュ通知



アプリの使用時間

ユーザーがスマホを見てる時間は、1日平均2時間半といわれており、2時間半のうち86%(2時間9分)の時間はユーザーはアプリを使っています。



プッシュ通知の傾向

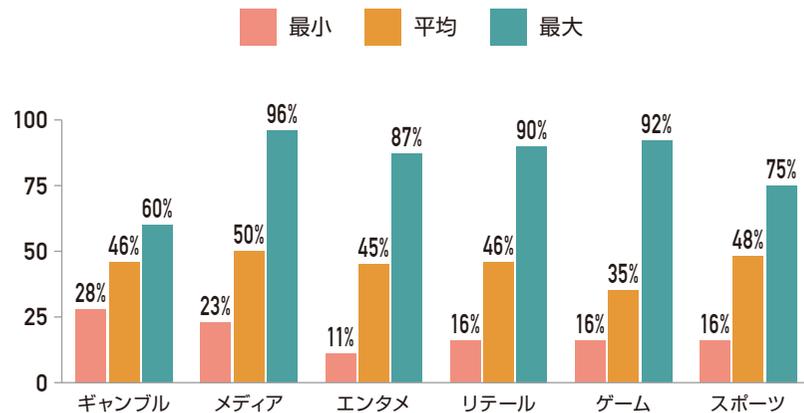
アプリを初回起動した際に、プッシュ通知の承諾をするユーザーは平均で35%~50%と比較的多く、また、プッシュ通知自体に嫌悪感なく受信しても良いというユーザーは約80%と高い数字になっています。

さらに、プッシュ通知ONのユーザーはアプリをたくさん起動する傾向もあるようです。プッシュ通知を受信するユーザーはロイヤルティが高く、配信する情報の開封率も高いと予想されます。

プッシュ通知の承諾は35~50%

Push通知を承諾しているユーザーは**平均35~50%**
エンターテインメント、リテール、スポーツについてはプッシュの承諾率はゲームと比較すると高いが、そもそものアプリケーションの使用率自体はゲームよりも低い。

Q：カテゴリ別ユーザー承諾数の平均



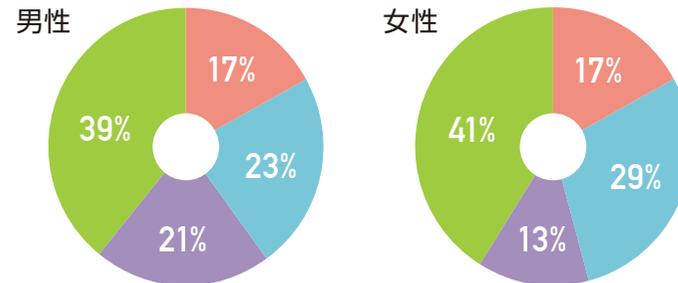
Urban Airship使用の2400アプリケーション/5億プッシュによる統計

通知自体には嫌悪感なし

Push通知は受信しても良いというユーザーは**約80%**
年代別にみても差分はなかったが、女性のほうが興味を持つ内容や気分によりに左右されやすい。

Q：Push通知を受け取りますか

- 必要ない
- 気が向いたら受け取る
- 全て受け取る
- 内容に興味あれば受け取っても良い



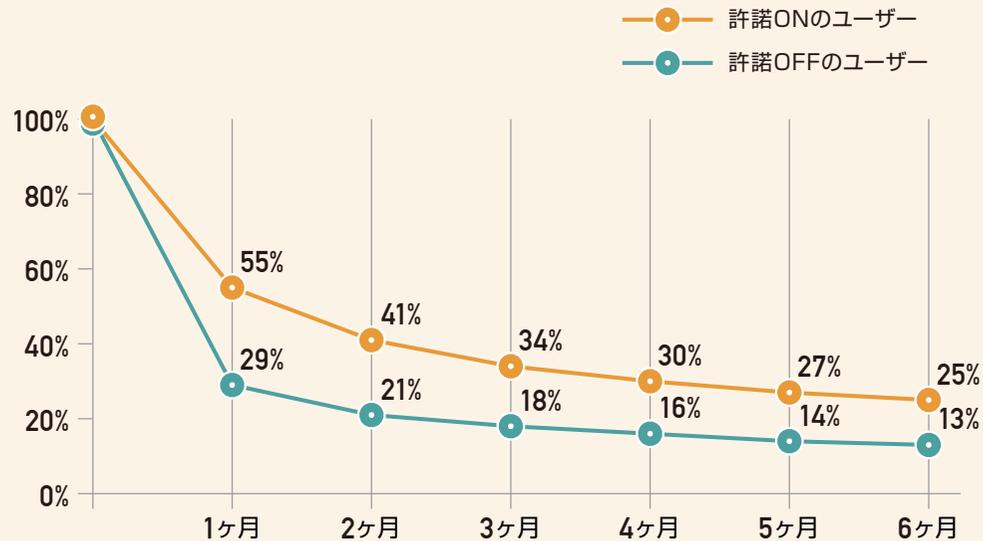
10代~50代の男性：6,547人 / 女性：2,202人へのアンケート調査

プッシュ通知と継続率

プッシュ通知を許可しているアプリと、許可していないアプリでは、継続して使ってくれる確率に大きな違いがでています。プッシュ通知をONにするユーザーは優良なユーザーということではなく、プッシュ通知がONになっていれば、アプリのことを忘れられたりする可能性を減らせるので、結果的にアプリの継続率が上がるということ。

Push通知の効果は絶大です！

OVERALL RETENTION (PERCENT OF USERS WHO OPEN THE APP)



Urban Airship使用の2400アプリケーション/5億プッシュによる統計

出典：アプリマーケティング研究所

6ヶ月時の継続率



アンインストールの脅威

プッシュ通知にはいいことばかりではなく、もちろんデメリットもあります。

下記のデータによると、23%のユーザーはプッシュ通知が原因でアプリをアンインストールした経験があるとでています。

毎回同じ様な内容のプッシュ通知が届くと、逆効果となり嫌われる傾向もあるようです。

若ければ若いほどプッシュ通知への抵抗は少ない傾向にあり、男性の場合は年齢があがるほど、嫌がる傾向にあります。

アンインストールされる危険もある

Push通知によりアプリケーションをアンインストールしたことがあるユーザーは**平均23%**

Q: Push通知によりアプリケーションをアンインストールしたことがありますか

	男性	女性
10代 (719名)	18%	19%
20代 (3,062名)	23%	26%
30代 (1,934名)	29%	27%
40代 (296名)	29%	20%
50代 (82名)	31%	22%

10代~50代の男性: 6547人 / 女性: 2202人へのアンケート調査

ただし、プッシュ通知を停止することでアクセスが減少し、DAU※も減少するというデータもあります。



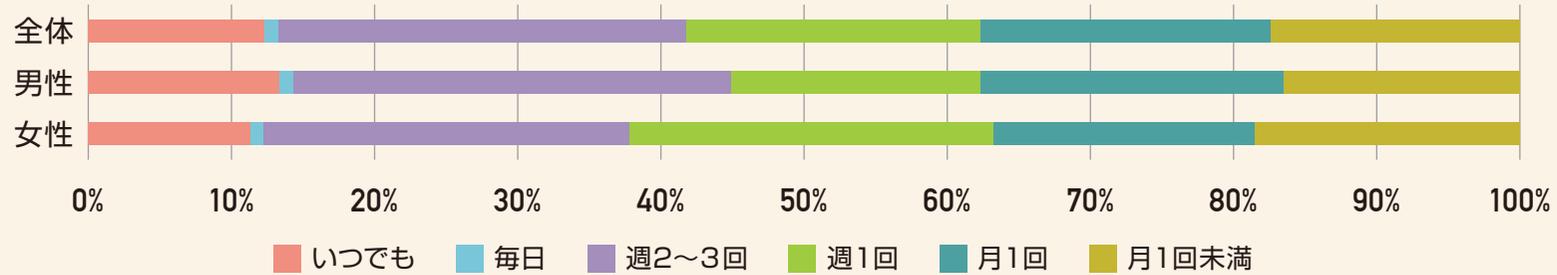
送る内容、時間帯、頻度などを考慮することが大切

※1日利用したユーザーの数

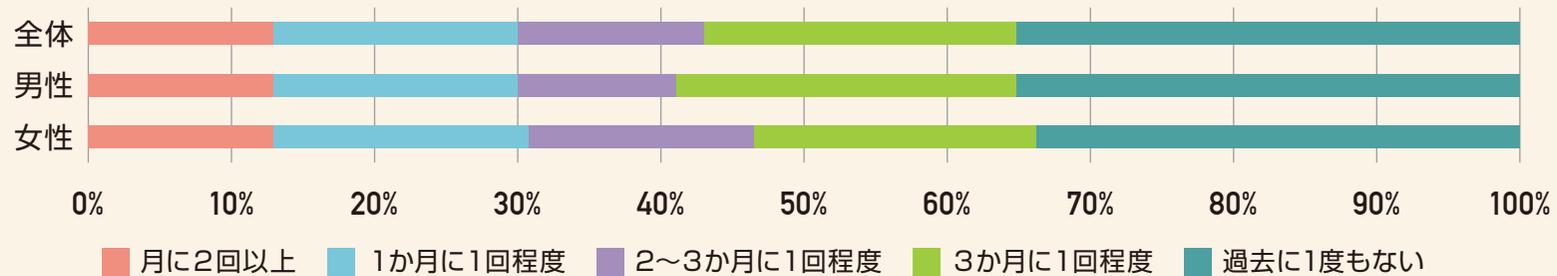
出典: アプリマーケティング研究所

プッシュ通知の頻度と効果

プッシュ通知の適切な頻度は？



情報を元に来店する頻度は？



出典：株式会社クロス・マーケティング調べ

プッシュ配信は **週1回程度** を希望され **月1回** は利用される

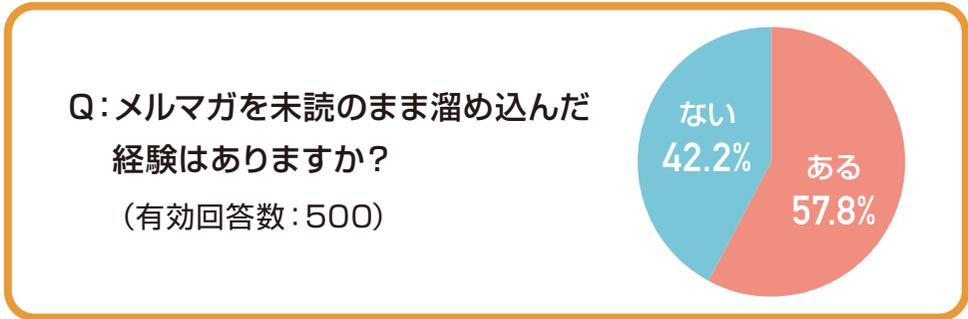


なぜプッシュ通知が効果的なのか



メルマガとの違い

メルマガを未読のまま溜めこんだ経験が **約6割**

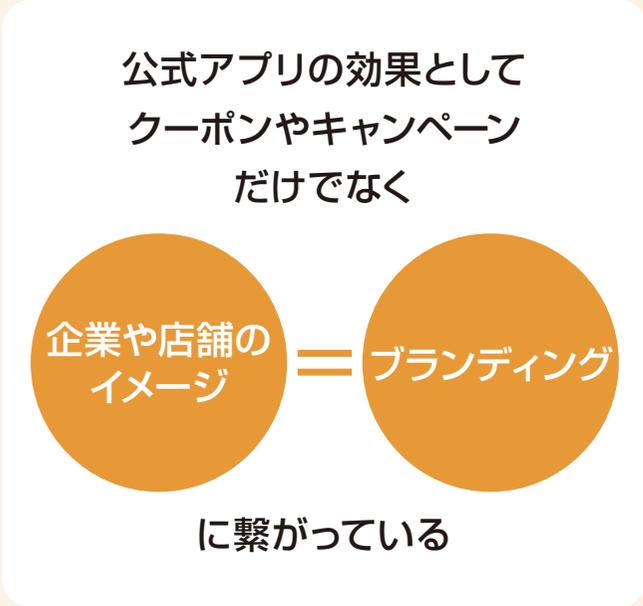
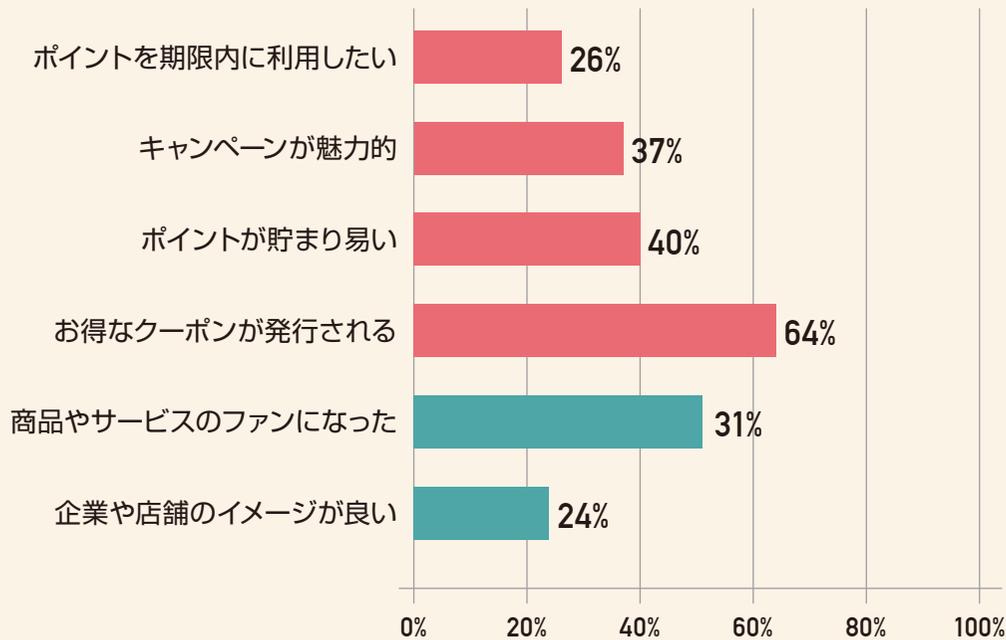


	登録のしやすさ	開封率	情報量	一通あたりのコスト
メールマガジン	×	△	△	△
DM / ハガキ	△	×	×	×
アトマスアプリ	○ ↓ アプリなら個人情報の入力やメール設定の変更などが不要です	○ ↓ アプリなら通知の開封率やクーポンの利用率が丸わかりです	○ ↓ アプリなら最新情報をいつでも見ってもらうことができます	○ ↓ アプリなら1通あたりの送信コストは¥0!コストを抑えた情報配信が可能です

公式アプリの効果

飲食店や小売店の公式アプリの効果

株式会社ジャストシステム20～40代の男女561名に対し、
『飲食店や小売店の公式アプリと消費行動に関するアンケート』を実施



出典：株式会社ジャストシステム <https://marketing-rc.com/report/report-officialapp-20150612.html>

プッシュ通知機能

手軽にプッシュ配信、
ユーザーに届くー！



アプリだから直接伝わる

プッシュ通知

高開封率
だから
効果抜群！

メルマガの開封率は0.1%に対して、プッシュ通知の開封率は60%以上！いつでも簡単に利用できる情報発信ツールです。

アトマスアプリで、お店の大切なメッセージをユーザーのスマートフォンに直接届けよう！

配信機能 フリーメッセージ、ニュース配信時、クーポン配信時

送信先選択 一斉送信、個別送信、属性別配信*

*属性別送信はエンタープライズプランのみ

おわりに

いかがでしたでしょうか？アプリをご利用の方で、公開してもなかなか上手く活用できなかったり、起動してくれない時、プッシュ通知は大きな変化をもたらします。

しかし、正しい使い方を理解しないと大きなデメリットが発生する事もあります。

ユーザーの好みや来店頻度などプロフィール情報から最適なタイミングや配信量を知ることが重要です。

是非この機会に、店舗オリジナルの O2O アプリをご検討下さい。