

気づかず失敗!? キャンペーンに潜む“危険な罠”

あなたのキャンペーンデータ
本当に正しい…?



その方法はズバリ！「認証」

認証とは…

あるものが本人であることを確認する行為。
その人が正当な利用者かを確かめる事。

認証をする事で、かけた販促費を無駄にしない、

キャンペーンの効果検証を“意味のある”ものに。

認証方式として、

- ◆メール認証
- ◆SMS認証
- ◆LINEログイン認証
- ◆ID認証(アプリ) などが挙げられます。



1. 大量応募による不正



同一人物が
メールアドレスや端末を変えて大量応募

2. 架空応募



存在しない人物で応募

3. アンケート結果が不正確



本当に知りたいユーザーの声や
企画の結果が不確かなものになってしまう



不正応募の温床



**(正しい)結果が見えないため、
次の施策に活かせない**

- ・正しく応募しているユーザーは何件だった？
- ・この企画の効果がどうだったのか 見えてこない。

今回は、
メリットたくさんの **LINEログイン認証** についてご紹介！



POINT

※LINEユーザーは9,900万人。
日本人の約8割がLINEを使用。

①簡単なログイン

LINEアプリ内でログインが簡単、スムーズ行える。
顧客の参加ハードルが低い。

②大量応募の防止

1ユーザーあたり
スマホ台数分のアカウントまでに制限をかけられる
LINEアカウント単位で応募制御できる

③CRM観点

キャンペーン応募 = 友だち追加の流れを自然に作れる etc.

◆UX(使いやすさ)

認証を重視する事で、ユーザーが途中で離脱しないか
「簡単に」応募できるかどうか

◆不正防止

認証方式により不正防止力は異なる。何を制御したいか、どこまで許容するか

◆CRM観点

認証方法によって取得できる顧客データの深さが異なる

「応募して終わり」ではなく、その後の関係構築につながる設計

例：LINEログイン認証なら応募と同時に友だち追加が自然に行え、次回施策やリピーター育成に直結。

認証方式 比較表

メリット
たくさん

項目	メール 		SMS 		LINEログイン 	
UX (使いやすさ)	△	メール確認が必要、離脱リスクあり	△	SMSコード入力が必要、やや手間	◎	ワンクリックで認証 参加率を下げにくい
不正防止	△	同一人物の重複応募を防ぎにくい	◎	本人性が高い	◎	LINEアカウント単位で管理
CRM活用	△	応募時の情報入力のみ	△	データ活用しにくい	◎	公式アカウント連携で友達登録 /データ活用可能

※前提として、
「最適な認証」はキャンペーンの目的によって異なります。

今回は、LINEログイン認証をご紹介しましたが、

その他、VAJでは

不正対策やセキュリティ対策をはじめ、

様々なキャンペーンに合わせた対策のご提案が可能です。

少しでも興味を持っていただけた方は、

キャンペーンプラットフォーム【ギフデジ】へお問合せください。