

きさらづDXセミナー

JAIRO

インターネット上で見つかるお店の看板！

Googleビジネスプロフィール×SNS活用セミナー
広報・集客に強くなろう

ジャイロ総合コンサルティング株式会社

- ① はじめのご挨拶・講習（前半） 50分
- ② 休憩 10分
- ③ 講習（後半） 60分



ジャイロ総合コンサルティング
マーケティング広告デザイナー/アナログ×デジタル戦略アドバイザー/講師

相原 宏美 Aihara Hiromi

〈経歴〉

美術系短大を卒業後、大手量販店の企画室に就職し、手書きPOP/ディスプレイ/新店OPEN制作/ディレクション等を担当後、独立しテレワークを導入。独自アイデア戦略により大手企業様のPC素材や事務系ソフト他のテンプレートの製品企画・デザイン・ディレクション等に携わり、書籍への作品掲載～雑誌等の執筆等の経験を経て、様々な環境にて企画・マーケティング・WEB&デザインの業務経験を積んだ後、IT系企業にて講師・教室運営経験を経て、一部上場企業の広告宣伝部にてSEO対策・新規プロジェクトでアイデアを活かしたデザイン提案・WEB・SNS戦略等の経験を積む。特にGoogleビジネスプロフィール（旧:Googleマイビジネス）を他社に先駆けての活用により、コスト削減と販路拡大で多数の実績を残している。現在は、アナログ×デジタル戦略にてコスト削減提案のコンサルティング活動とIT専門用語をわかりやすく伝える講義内容や脱素人のデザインアドバイス・就職支援のアドバイスの他、10代～80代までの方へテレワーク活用歴15年以上の経験から、わかりやすく伝えるデジタル知識が好評を得ている。

〈実績〉

- ・青梅商工会議所様（創立70周年記念事業）/ 協賛:西武信用金庫様（地域みらいプロジェクト）
シン・経営塾～コロナ禍転じて福と為す～地元こそWEBを活用しよう
- ・帯広商工会議所様 DX時代に対応するためのSNS(Instagram)活用セミナー/DX時代のSNS×ホームページ連携講座
- ・倉敷商工会議所様 暮らし起業塾（マーケティング戦略・売れる販売促進～SNS活用&サイト運営とネットショップ編）
- ・京急開発株式会社様 SNS活用研修 ・みなかみ町商工会様 DX時代のデジタル販促を極める ・厚木商工会議所様 起業スクール
- ・新見商工会議所様 売上アップのためのInstagram活用セミナー ・都内就労支援事業 WEBデザイン講師（技術・就職指導）
- ・WEBクリエイタースクール様 オンライン講師 ・一般社団法人様 WEB制作講座 ・都内専門学校様 非常勤講師（IT講座担当）
- ・就労支援 WEBクリエイタースクール様 教室長/講師（技術・就職指導）所属県より優良セミナーとして評価を得て資料を提出
- ・異業種交流会様【0からスタート講座】～ビジネス（事務所）立ち上げ術/名刺企画講座ほか ・団体様 Wordで作成するチラシ講座 他

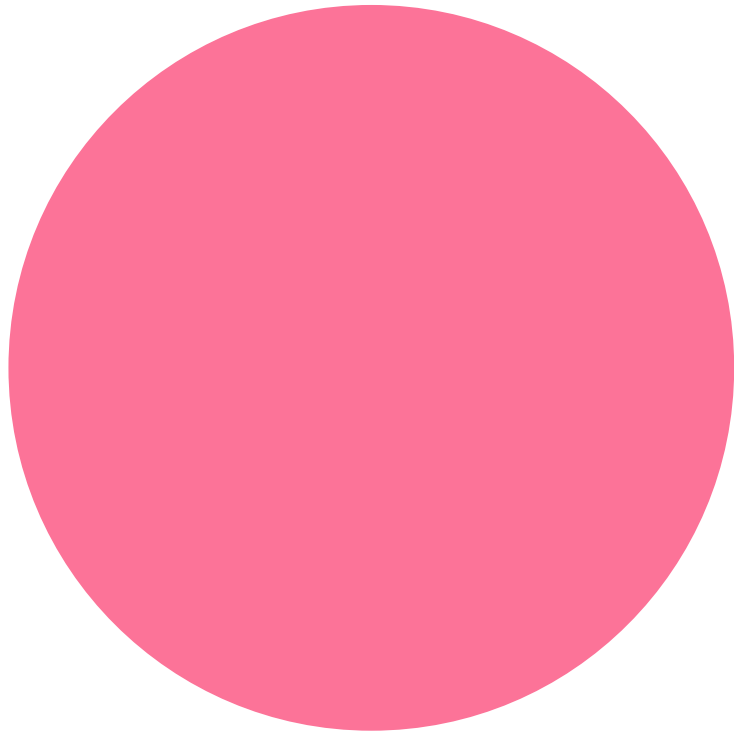
Googleビジネスプロフィール×SNS活用セミナー

1. なぜ今、SNS活用が重要なのか？
2. 主要SNSの種類と内容について
3. 業界の成功事例
4. Instagramの活用法
5. Googleビジネスプロフィールの基本
6. GoogleMapで集客に成功している例
7. Googleビジネスプロフィールの設定とポイント
8. 問い合わせを増やすコツとNGポイント
9. 検証ツール活用による最適化
10. <ワーク> 自社に必要な情報を実際に入力してみよう

SNS活用について



■ 本日はこちらの観点でのお話をお伝えいたします。



1.なぜ今？SNS活用なのか？



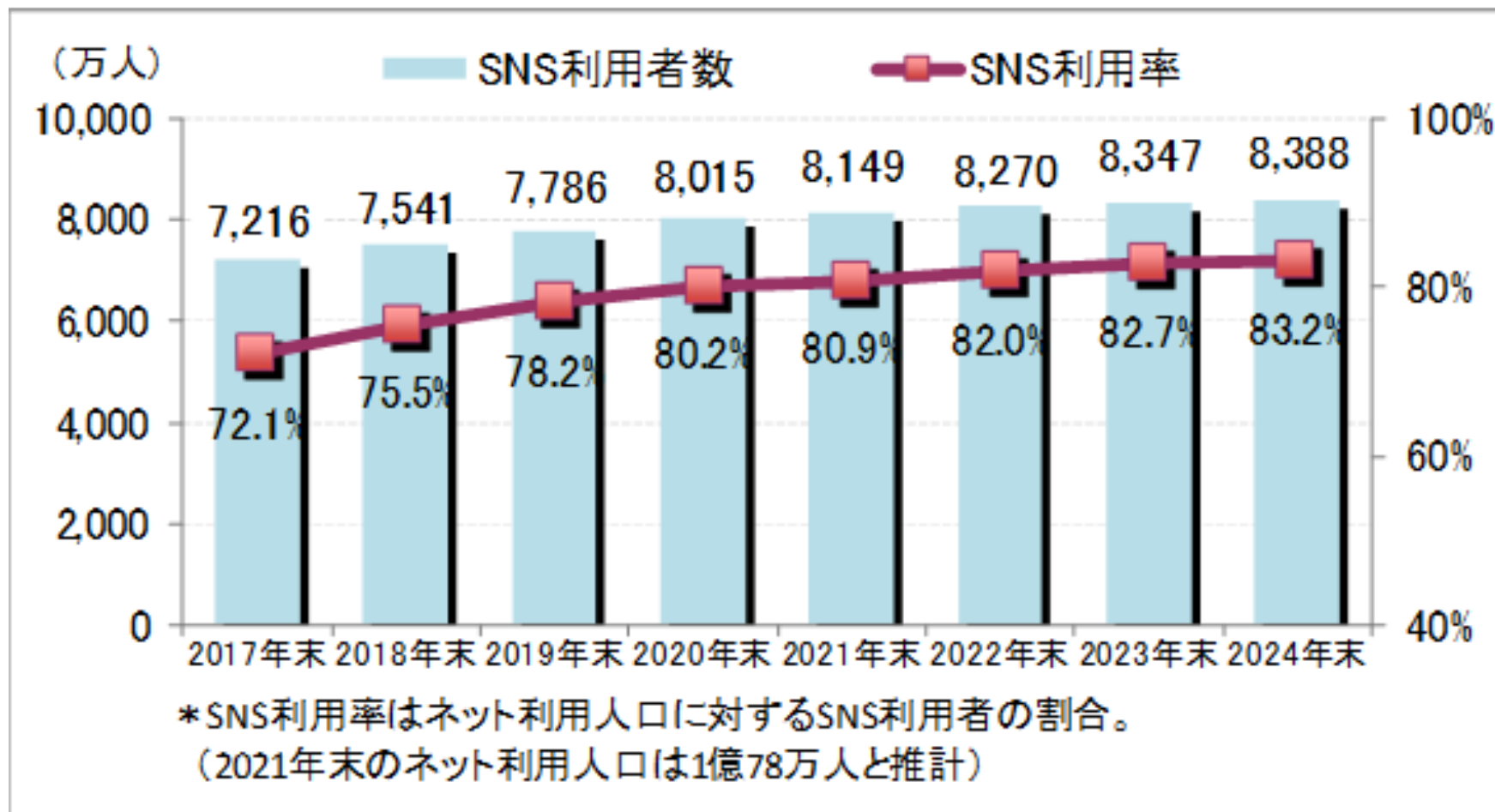
■ SNSとは？

S ソーシャル
N ネットワーキング
S サービス

(Social Networking Service) の略

日本におけるSNS利用者数

■表1. 日本におけるSNS利用者数



ICT総研2022年度 SNS利用動向に関する調査結果 <https://ictr.co.jp/report/20220517-2.html/>

日本におけるSNS利用者数

■ SNSの利用者層

過去は20代以下の若年層が多かった



40代以上にも拡大傾向。

登録者数・利用者数ともに増加傾向

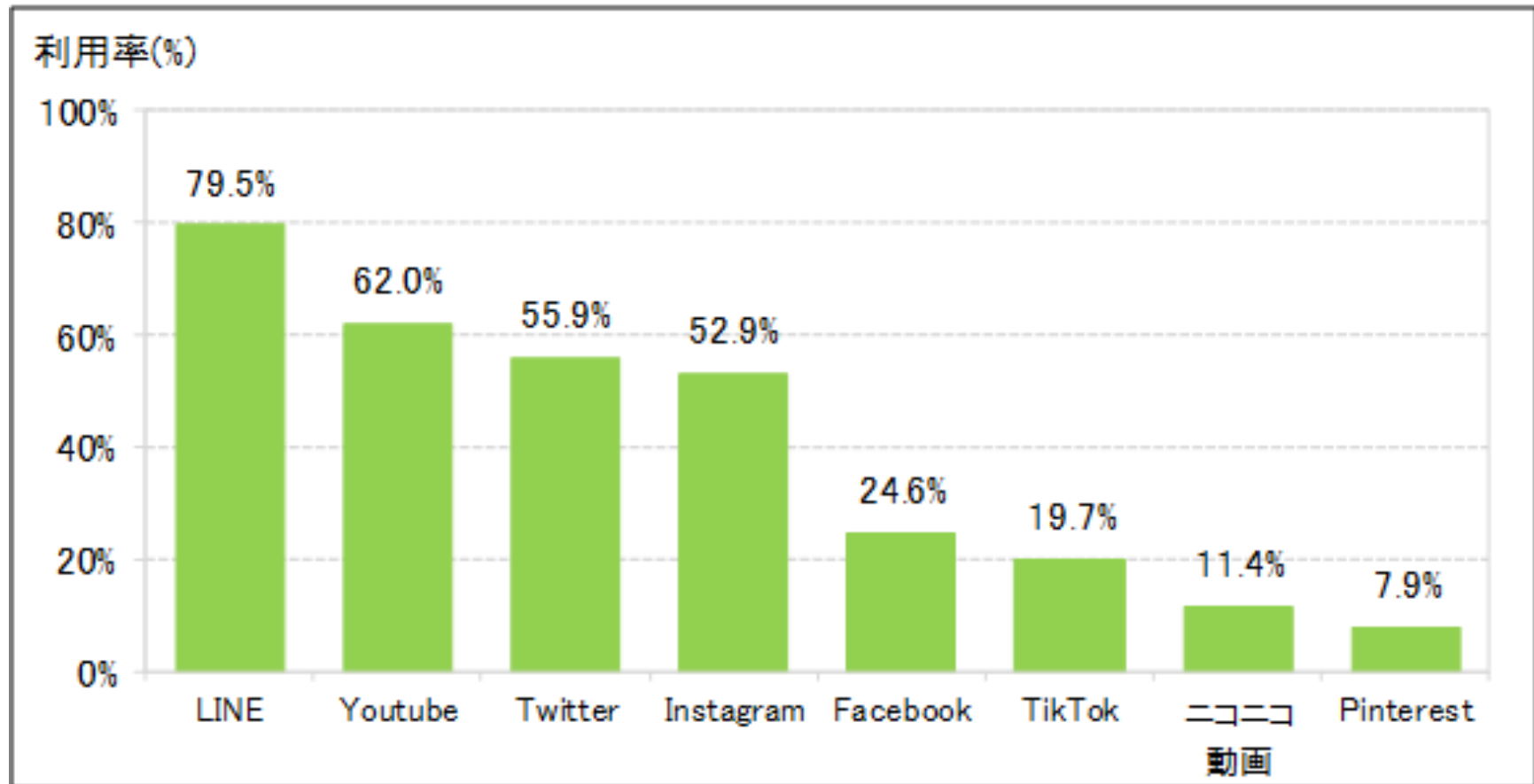
2024年末には利用者数は8,388万人

ネットユーザー全体に占める利用率は**83.2%**に達する見通し

ICT総研2022年度 SNS利用動向に関する調査結果 <https://ictr.co.jp/report/20220517-2.html/>

主なSNSの利用率

■表2. 主なSNSの利用率

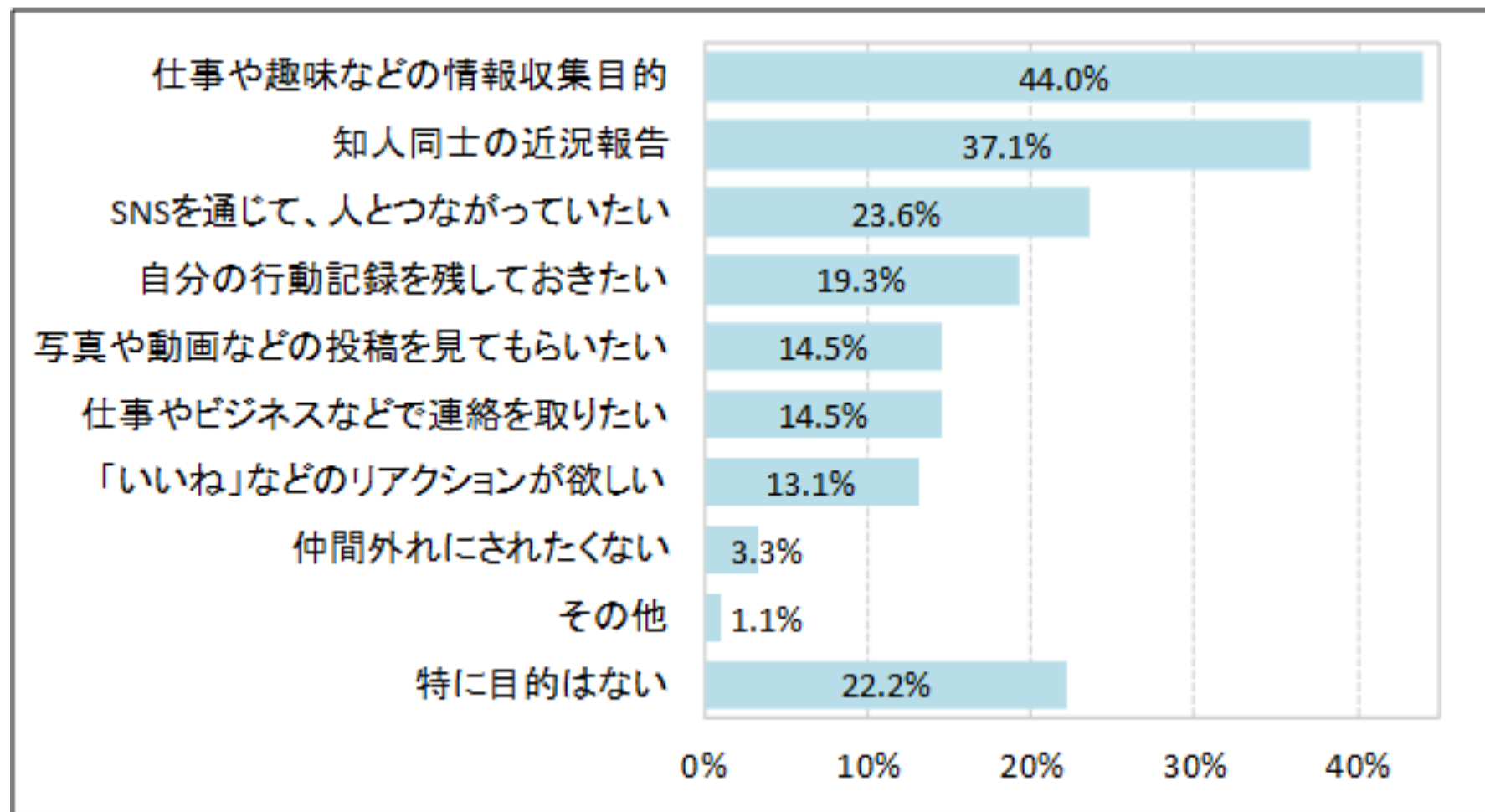


* 回答者(n=4,406)。SNS、コミュニティサイト・アプリを対象とした。

ICT総研2022年度 SNS利用動向に関する調査結果 <https://ictr.co.jp/report/20220517-2.html/>

SNSを利用する理由

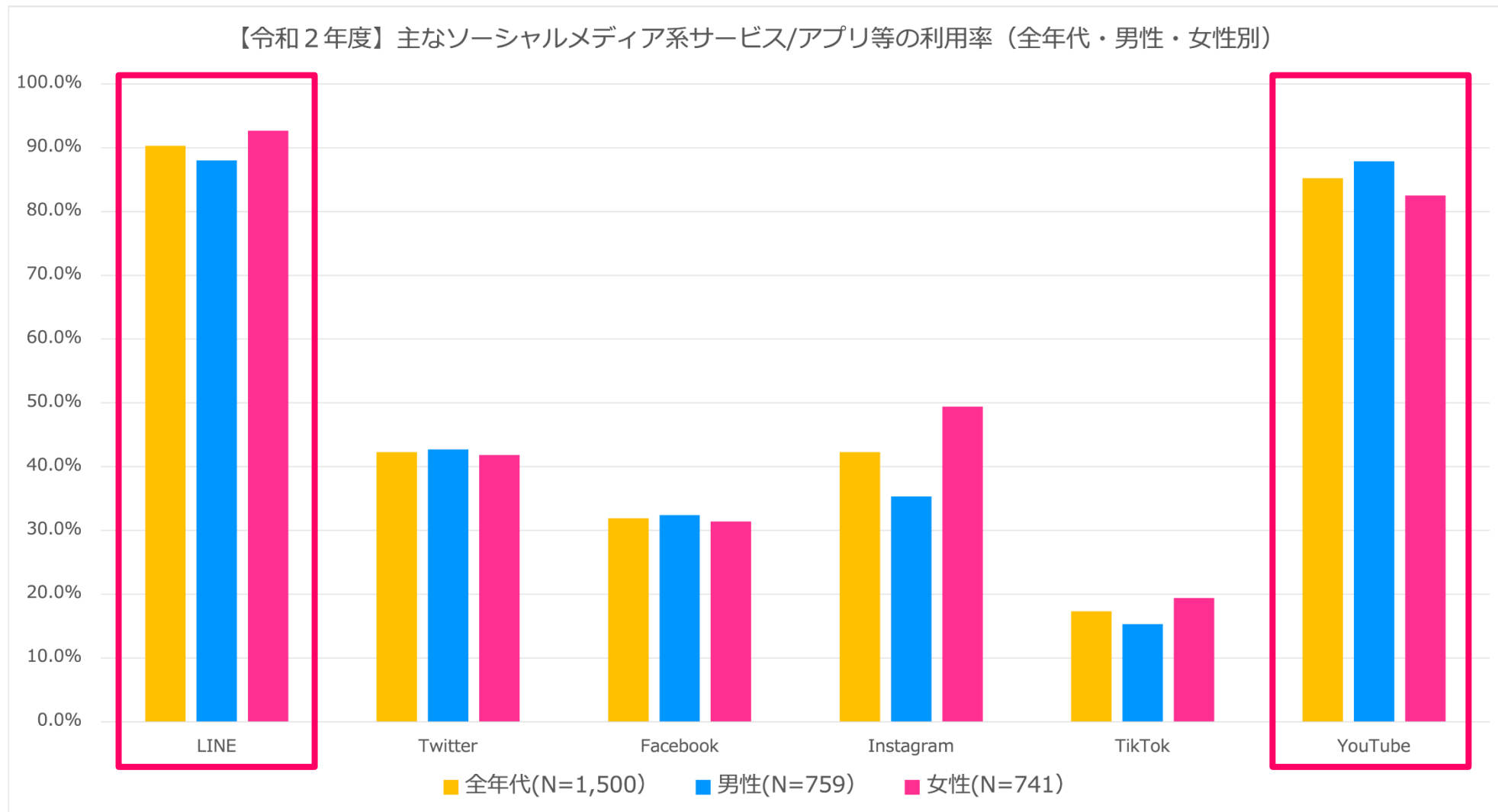
■表6. SNSを利用する理由



* 回答者(n=275)

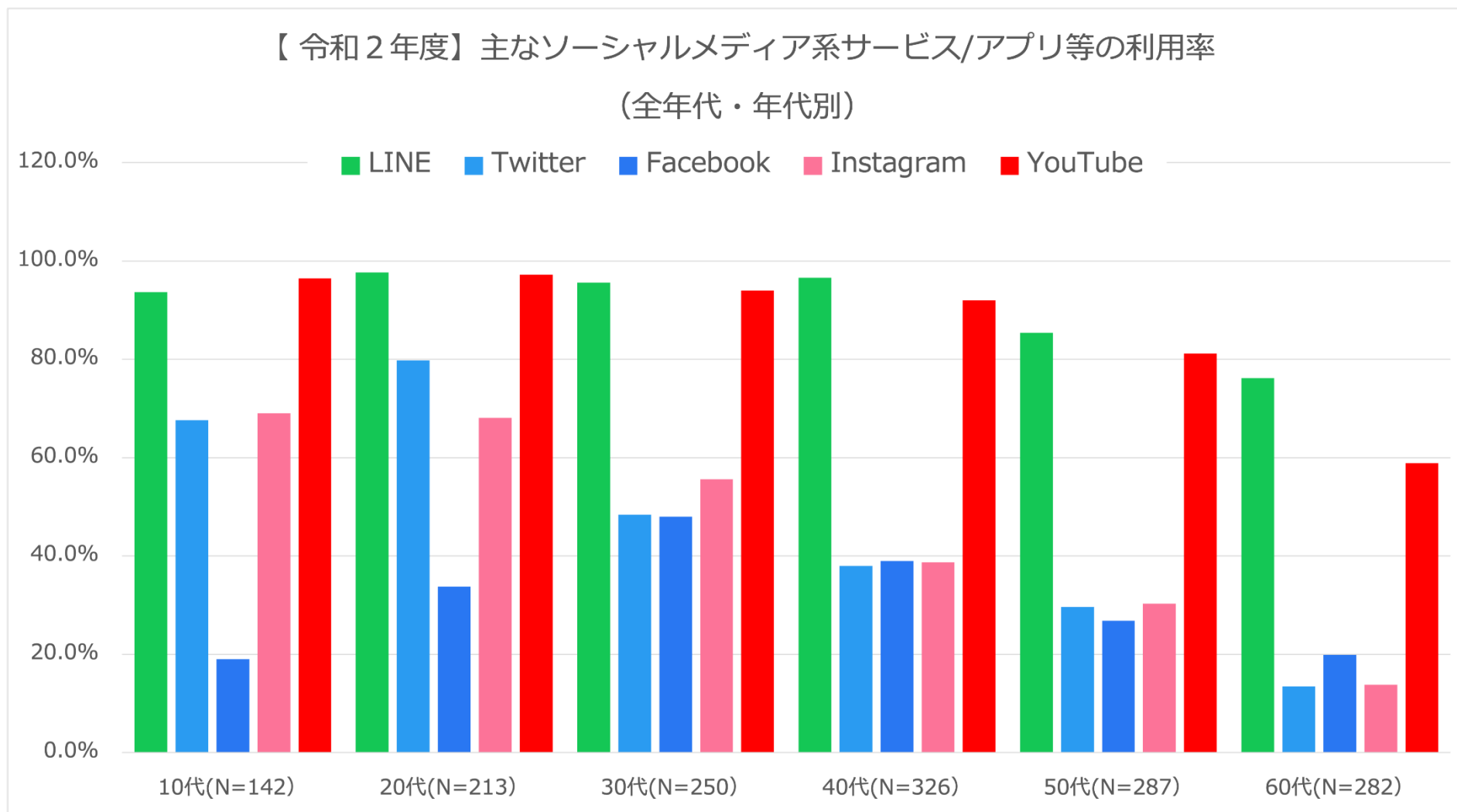
ICT総研2022年度 SNS利用動向に関する調査結果 <https://ictr.co.jp/report/20220517-2.html/>

SNSの全年代及び男性・女性別の利用率



令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書 <概要>より抜粋 https://www.soumu.go.jp/main_content/000765135.pdf

SNSの年代別の利用率



令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書 <概要>より抜粋 https://www.soumu.go.jp/main_content/000765135.pdf

ググるから「タグる」時代へ。

2016年

ググる
39.8%

タグる
17.1%



2019年

ググる
28.3%

タグる
29.4%

2020年
以降、

ファッション・レジャー・グルメ・美容は
InstagramがGoogle検索を超え始めた。

なぜ今！SNSが企業ブランディングに必要なのか？

- 【2022年最新 | SNSの動向調査】“ググる”から“タグる”
が主流になり、Google検索からSNSのInstagram等
からタグで情報検索をする人が増加



**SNS上で情報収集から購買決定まで
直接購入出来るシステムの充実など**

SNSで情報発信が必須の時代

【実 例】 採用活動に活かす！

実際に、Instagramで
採用について
問い合わせを受けた例

- ①どんな問い合わせが
- ②誰からあったのか？



2.主要SNSの特徴



①今SNSは使っていますか？（使っているSNS）



各SNSの特徴と組み合わせのヒント

オープン型

情報の拡散 (拡散力 高)

不特定多数
企業が多数使用

投稿内容で勝負



流行把握
トレンド

更新頻度で勝負

クローズ型

関係性が強い傾向にある
ユーザーに投稿が表示さ
れるアルゴリズム

特定ユーザー
個人との関係構築

関係性で勝負



直接コミュニケーションで勝負



来店促進

個人へのリーチ (拡散力 低)





手軽

炎上対策

拡散力

匿名性

情報収集

修正不可

小まめに投稿 & 投稿量で勝負！

- ・投稿文字数 140文字以内
- ・**拡散力が高い**
- ・20代～40代（男女の幅広い利用者）
- ・投稿が流れて行くフロー型
- ・トレンド把握や情報収集に使用される
- ・情報伝達スピードが速い
- ・**多数の投稿が必要**
- ・**興味・関心での繋がり**
- ・**炎上しやすい（ネガティブ・ポジティブ両方あり）**
- ・投稿内容を修正する機能は無い（削除は可）

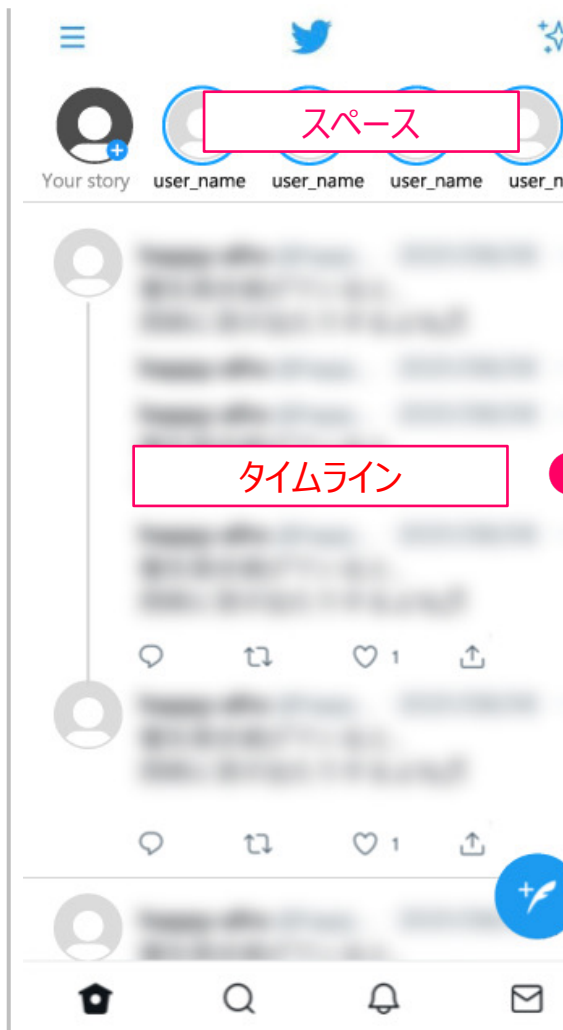
Twitterの使い方



プロフィール＝ブランド
名前に検索されたい
キーワードを入れる
(例：温泉など)
一目瞭然なアイコン
ターゲット
クリックしたいメリット
リンク先など

毎日欠かさず
3～4投稿以上を継続
画像付きが目立つ！
#タグは1～2つ

中の人演出
(キャラクター設定)
お役立ち情報を配信
リツイートで交流の
きっかけを作る



エゴサーチ

- ↓
- ・自社を話題にしている人
- ・自社をプラス評価のツイートをしてくれる人

↓
ロコミツイートを積極的にフォロー&リツイート



分析

Twitterアナリティクス (PC)

<競合分析>

Whotwi (フーツイ)

IDを入れるだけで
分析可能

Instagramの特徴と活用ポイント





直感的

演出力

保存機能

投稿の質

増加傾向

リンク×

お役立ち情報・質の高い投稿で勝負！

- ・写真・イラスト・動画・読ませるお役立ち情報など
(滞在時間が評価に営業するため最近では文字だけでも主流)
- ・投稿保存機能で後から見返す事が可能
- ・ショッピング機能の進化/Map機能が追加
- ・興味・関心での繋がり/20代～40代 (40代～50代も増加)
- ・口コミ (UGC) 増加で売り上げUP事例
(購買の意思決定の情報収集として活用される)
- ・フィード、ストーリーズ (24時間で消える)、リール
- ・#タグの活用 (1投稿に複数 ※30個はNG)
- ・統一された世界観が重要

【新機能】2021年より「マップ」機能が追加



画像引用元: <https://goope.jp/article/instagram-map/>

Instagramの使い方



共感を得られるプロフィール
プロフィール＝ブランド
名前に検索されたい
キーワードを入れる
(例：温泉など)
一目瞭然なアイコン
ターゲット
クリックしたいメリット
リンク先など

#タグ複数
(オリジナル#タグ)

興味＆関心

写真＆動画中心

世界観が重要

最近増加傾向

口コミ (UGC) 増加で
売り上げUP事例
(購買の意思決定の情報
収集として活用される)

プロフィール画面



重要

プロフィール

ストーリーズハイライト

自分の投稿

ホーム画面



重要

ストーリーズ

ホーム画面
フィード投稿
自分のタイムライン
メイン投稿

24時間で消える
動画一覧

※左が一番新しい

15秒以内

24時間キャンペーン等
見て貰える率が高い

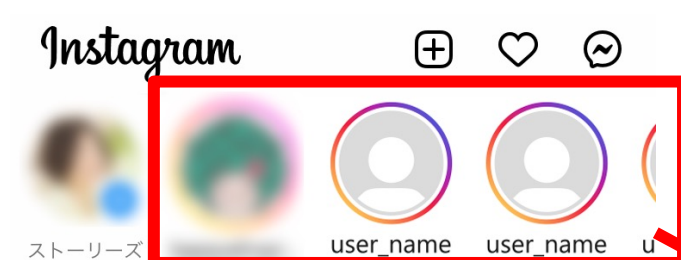
最近の主流！

来店客に
投稿してもらい
口コミを広げる

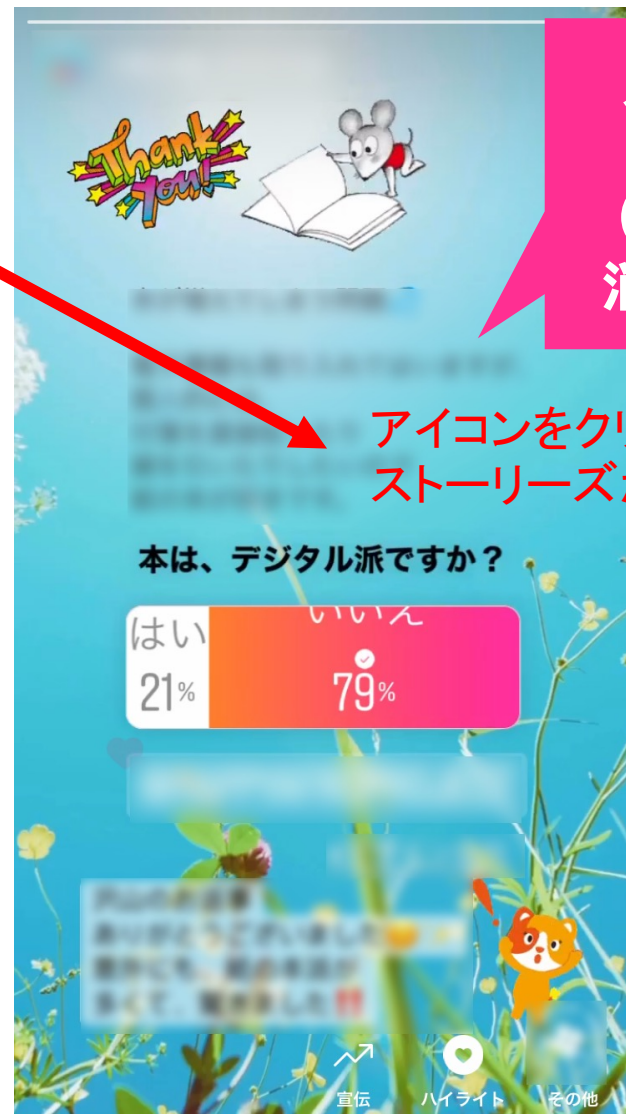


プロアカウントに
切り替えて
インサイトを利用

Instagram、ストーリーズ投稿



通常投稿



ストーリーズ
投稿
(=24時間で
消える投稿)

アイコンをクリックすると
ストーリーズが表示される。

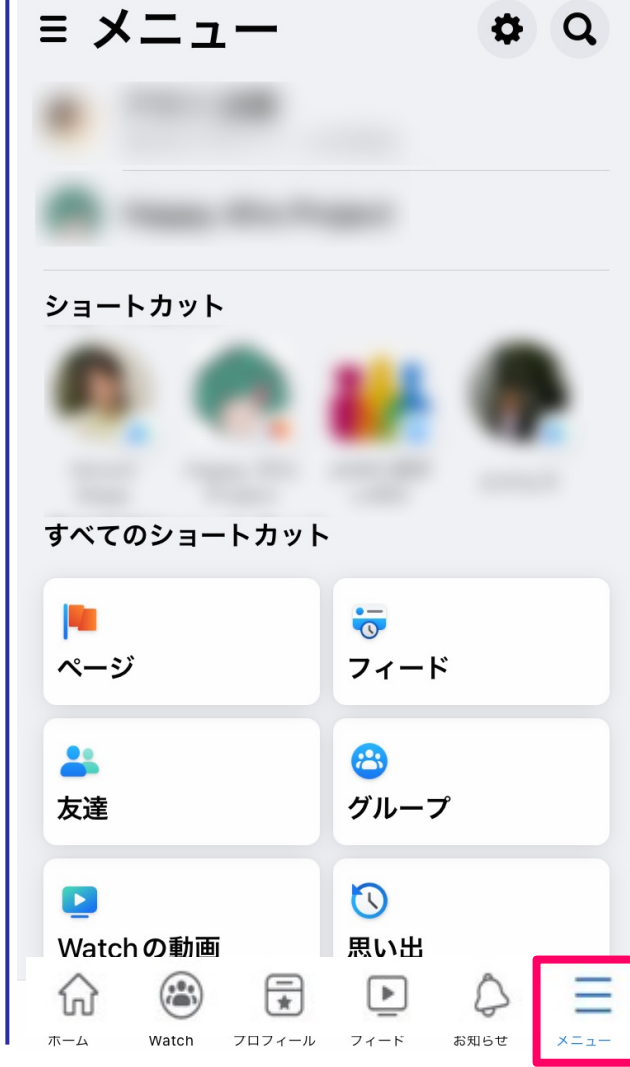


Facebookの使い方（個人ページ）

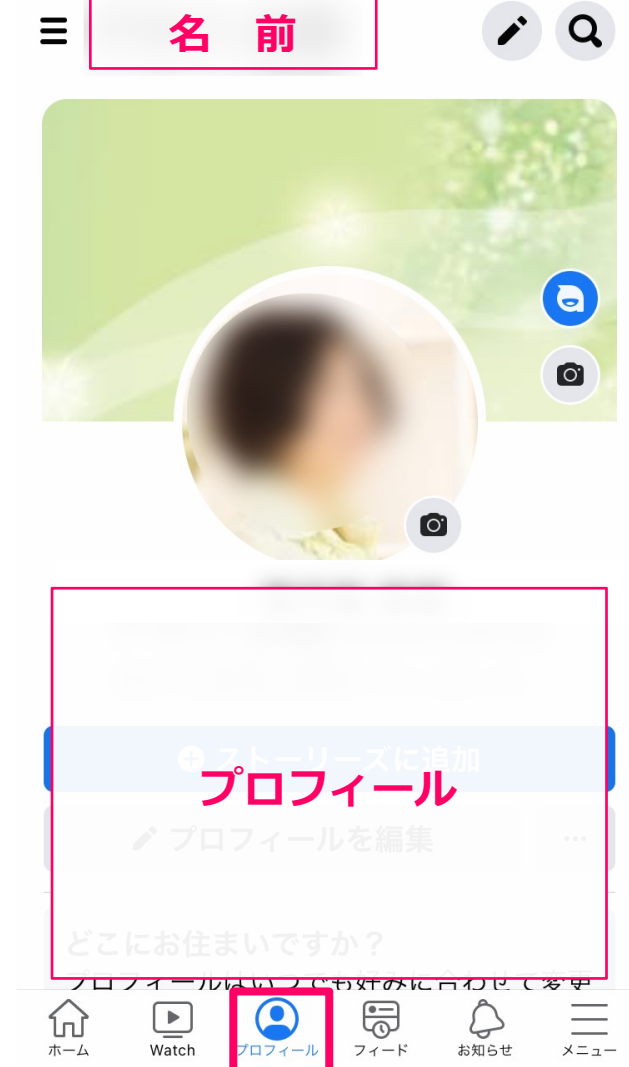
ホーム画面



メニュー画面



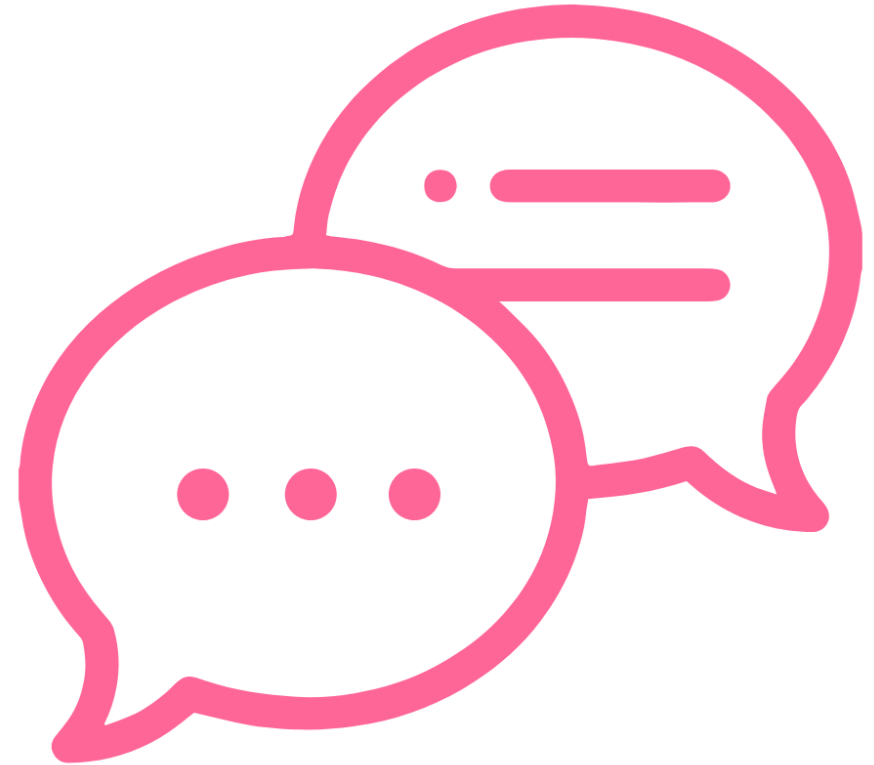
プロフィール画面



3.【実例】業界の成功事例

**実際に、SNSを上手に
活用している大手企業と
身近な企業について**

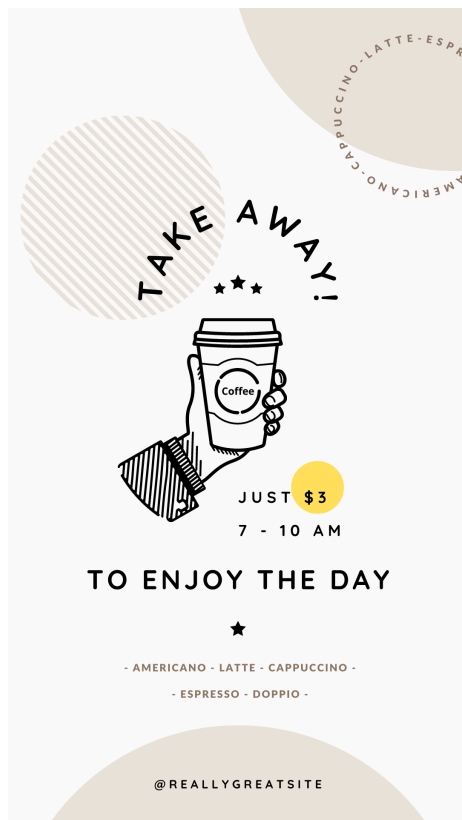
- ①どんな業種
- ②どのように活用しているか



4 .Instagramの効果的な活用事例



限定感創出とSNSコミュニケーション



コンセプトが定まっていない、失敗事例

◆例えば…フォロワー0人→5000人



写真のみで統一感が無い。詩人？
役立つ情報になっていない。



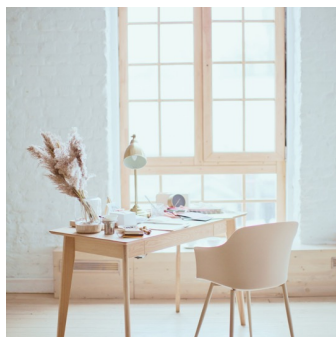
お役立ち情報が一目でわかる！
色やデザインの統一感。キャッチコピーで共感。

Instagram投稿の勝ちパターンは3つ！



コンテンツで勝つ（内容でファンを増やす） （文字入りお役立ち投稿）

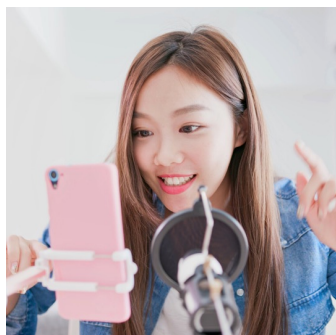
- ・ページをスワイプ（めくる）のお役立ち投稿の評価UP。
滞在時間と保存数アップを狙う。



世界観で勝つ（世界観でファンを増やす）

（写真映え・動画映え）

- ・美しい、楽しい、面白いなど五感に訴える共感される内容。
例：面白い動物動画、イラスト、綺麗な写真など



コミュニケーションで勝つ

（ライブ配信・交流）

- ・親近感を得やすい。リアルタイムのライブ感。

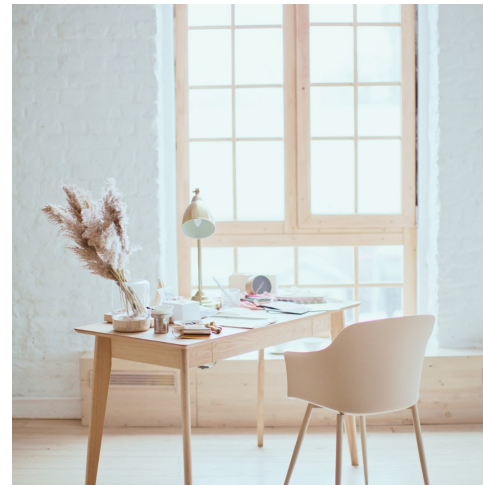
コンテンツで勝つとは？（お役立ち投稿）

- ◆内容がためになる
- ◆ここでしか情報が手に入らない
- ◆アカウントだからこそ！の内容



ユーザーとの交流メイン

- ・手元に置きたい欲求を掻き立てる
- ・インスタ映えによる購買意欲アップ
- ・ショップ機能から直接購入



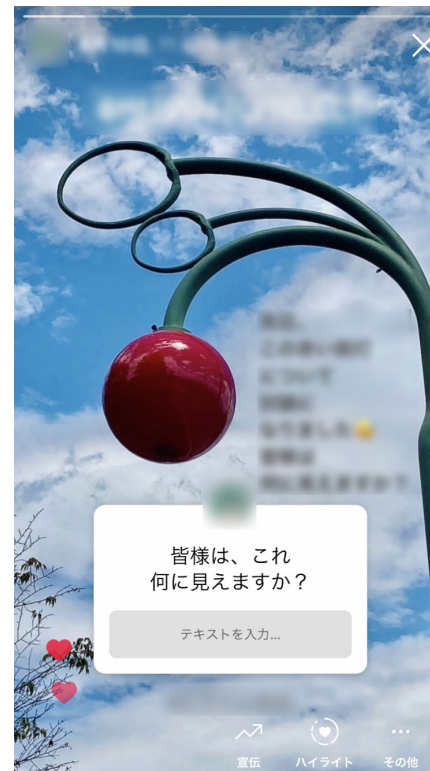
コミュニケーションで勝つとは？（ライブ配信・交流）

ユーザーとの交流メイン

施設紹介や情報提供



ストーリーズでクイズ出題





ハッシュタグは何個？（通常投稿）

各SNSでの数の違い

ハッシュタグの例

#2022（#数字・英語は半角 日本語は全角）

ペルソナ設定から行動を考える

- ① 自社固有（会社名や商品名、〇〇化粧品店など）
- ② 地名と業種（木更津市・カフェなど）
- ③ 投稿に関係のある日本語タグ（桜・美容など）
- ④ 投稿に関係のある英語タグ（Sakura、Tokyoなど）
- ⑤ 文章ハッシュタグ（〇〇好きな人と繋がりたい）

Instagram投稿内容についてのチェックポイント

- ターゲット層を明確にする
- ターゲット層の行動時間を予測した時間配信を心掛ける
- 誰が投稿しても同じイメージになるよう投稿ルールの明確化
- 企業の良いイメージ・雰囲気は自然に伝わる投稿
- 継続・定期的に配信（信頼感を与える）
- #(ハッシュタグ)を活用し検索→表示の流れを作る
- ストーリーズ、リール等の動画も積極的に活用し露出強化
- 投稿内容を統一する
- デメリットとならないよう投稿画像にも注意

Instagramのフォロワー（ファン）の増やし方

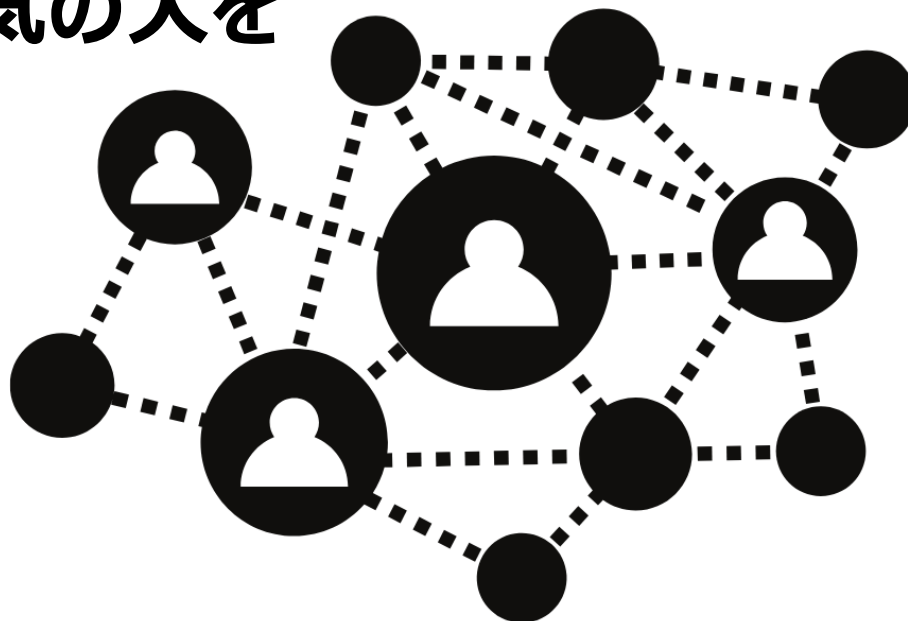
■質の高いフォロワーを増やすなら…



■あなたが目標とする人気の人を



■こちらからフォロー
（いいね！）しましょう



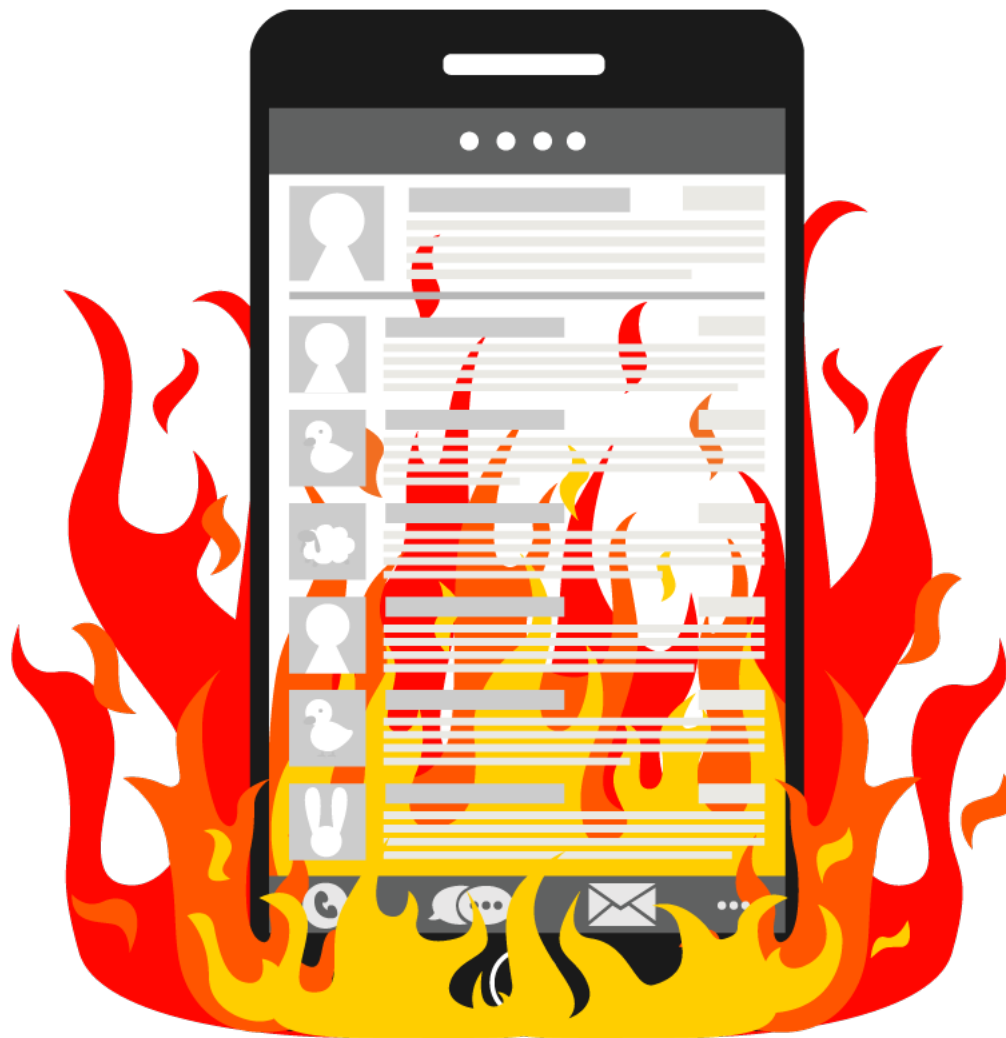
Instagram（プロアカウント）のNGチェック

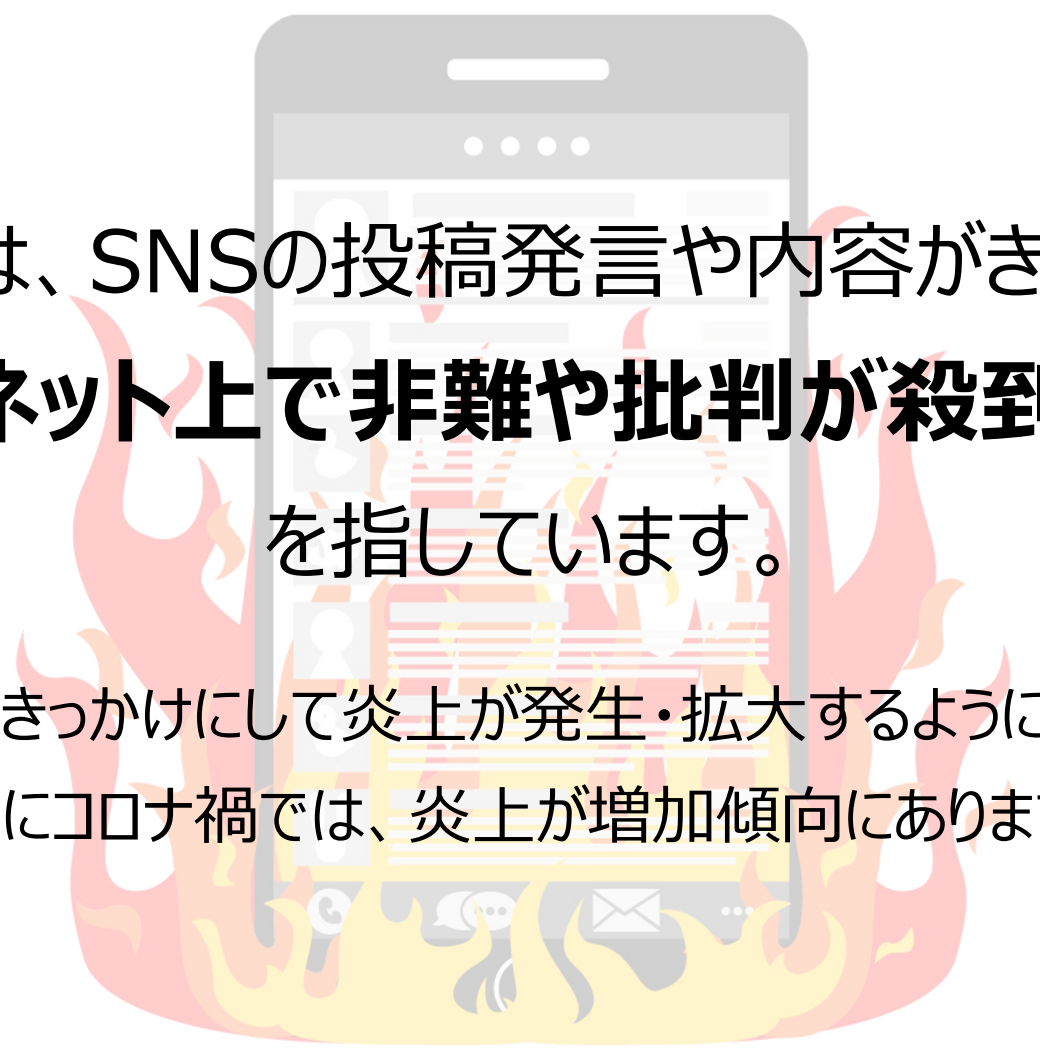
- とりあえず・なんとなくテーマを決めずに更新している
- 運用の経験がない
- 自社の「宣伝」ばかりの投稿内容
- 週に1回、写真投稿をすればOK！
- ハッシュタグをたくさんつけばいい（#タグ）
- プロフィールがわかりにくい
- 他者にいいね！したりのコミュニケーションを取っていない
- 投稿タイミングを決めておらずバラバラな気まぐれ投稿

勝てる！Instagramの重要チェックポイント

- 閲覧者が**欲している情報**を把握する
- とにかく**登録→投稿→検証→修正を繰り返す**
- 自社の「宣伝」ではなく、**閲覧者が喜ぶ！相手が得する内容**を投稿
- **フィード投稿**（通常投稿）は**2～3日に1回程度**でも、**ストーリーズは毎日**
- 一番**反応の良い時間に定期的に投稿**する
- **ハッシュタグ**は投稿と関連する物だけに**する**（毎回、同じ#タグのコピーはNG）
- **プロフィール**を見て**フォローして貰えるような動線**を作る
- 他社で**上手くいっているアカウント**を研究する
- **いいね！コメント返信・フォローバックなどのコミュニケーション**を大切に
- 投稿**写真**は**一手間加えて並んだ時に美しく見えるようにする**

企業アカウントの炎上対策





「炎上」とは、SNSの投稿発言や内容がきっかけとなり
インターネット上で非難や批判が殺到する状態
を指しています。

現在はSNSをきっかけにして炎上が発生・拡大するようになってきており、
特にコロナ禍では、炎上が増加傾向にあります。

■ 炎上防止のためのチェックリスト

- 守秘義務や機密保持契約情報、企業の未公開情報の発信をしない
- 個人情報やプライバシーは発信しない（許可を得ていない写真の無断使用）
- 愚痴・不満・誹謗中傷・クレーム等は発信しない
- 著作物を勝手に利用しない（フリーの写真等にも注意。利用規約の詳細チェック）
- 事実が不確かな情報や誤報を発信しない
- 悪ふざけ・犯罪自慢等の不適切な発言行為や失言をしない（家族・個人含む）
- 政治、マイノリティ、芸能人、スポーツ、宗教、性別、災害、差別、テロ、事故等に関する発言をしない
- 商品・サービスの過失
- 操作ミス・誤投稿（アカウントの切り替えミス等にも注意）

■ 炎上後に想定されるリスク

- 企業のイメージダウン
- 取引先・既存のお客様が離れる事で業績悪化に繋がる
- 株価の下落
- 退職・人材流出
- その後の採用活動の難航（デジタルタトゥー）
- 新規ビジネスや発展の機会損失
- 訴訟問題（企業・加害者共にリスクを抱える事となる）
 - 悪ふざけ炎上→営業店は多額の負債を負い倒産
 - アルバイト従業員に損賠請求→現在も名前や写真が流出
- 個人の特定から誹謗中傷



自社・自店の投稿について



■ 自社・自店のInstagramを見る側に どんな第一印象を持って欲しいですか？

例：地域の景色や知られていない穴場スポットを伝えて地域に興味を持って貰いたい。

意外に知られていない野菜の不思議について伝える事で、野菜の事は〇〇さんのSNS!と思って欲しい。

■ その印象を与えるため、どんな投稿内容が考えられますか？

① 優先して実施するSNS・投稿頻度・内容について考えよう

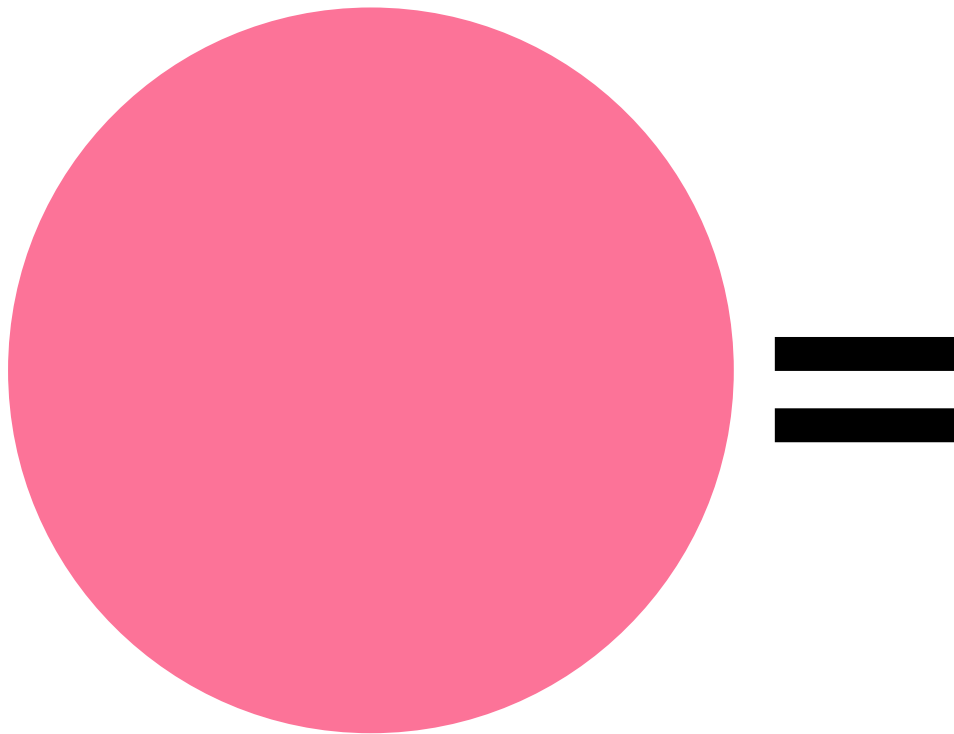
	Facebook	Twitter	Instagram	公式LINE	その他
優先度 (順番)					
投稿頻度					
投稿内容					

② SNSをどのように自社・自店に活かせそうですか？

SNS運用を成功に繋げる！大切なポイント

■まとめ

SNS運用で重要な事は



1. Googleビジネスプロフィールの基本



無料で使える！

**Google
ビジネスプロフィール**

(検索エンジン最適化)

はじめに

■ 本日はこちらの観点でのお話をお伝えいたします。



Map検索に効く！MEO対策について

MEOとは？（Map Engine Optimization）の略

M

マップ

E

エンジン

O

オプティマゼーション

10年位前からある対策だが
近年では
MEO対策という名前で
呼ばれたりしています。

主にGoogleMapのエンジン最適化の頭文字を取った言葉

GoogleMapで上位表示させるには？

ユーザー目線の



GoogleMap対策



WEBサイト対策



Googleの呼び方

地域名 + 業種で検索する事を

ローカル検索

ローカル検索 ⇔ 店舗情報のお助けマン

Googleビジネスプロフィール

Map検索対策って何をすれば良いの？

先ず！GoogleMap対策で重要な事



Google
ビジネスプロフィール

を活用して小まめな情報提供

+

WEBサイトの充実

Googleビジネスプロフィール（旧:Googleマイビジネス）とは？①

Google

地域の名前 業種

例:山形県 〇〇市 カフェ

相原のビジネス表示サンプル

← 利用可能な時間帯 ▼

広告・
DTPオペレーターの求人募集

株式会社
4.7 ★★★★★ (387)
丁目 -1 2...
営業時間外・営業開始: 日 9:00
ウェブサイト ルート

広告・

株式会社
3.7 ★★★★★ (6)・企業のオフィス
-1...
営業時間外・営業開始: 月 10:00
ウェブサイト ルート

〇〇〇〇〇〇〇〇会社
✓あなたはこのビジネス プロフィール
レビューなし・グラフィック デザ...
営業時間外・営業開始: 日 11:00
オンライン予約・実店舗の営業
ウェブサイト ルート

店舗名/会社名

四ツ谷 JR 〇〇 サブウェイ 千鳥ヶ淵公園

キーボードショートカット 地図データ ©2022 Google 200 m 利用規約

地域の名前 業種で検索→GoogleMap上に表示

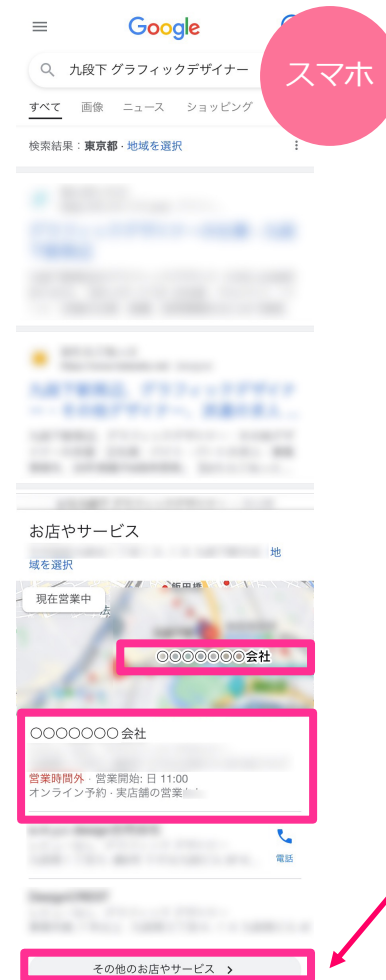
Googleビジネスプロフィール（旧:Googleマイビジネス）とは？②



地図枠

会社・店名
3件まで表示

通常検索



相原の
ビジネス表示サンプル

Google マップが
ローカル検索時に
上位表示させる。
上記に掲載される
事はとても有利。

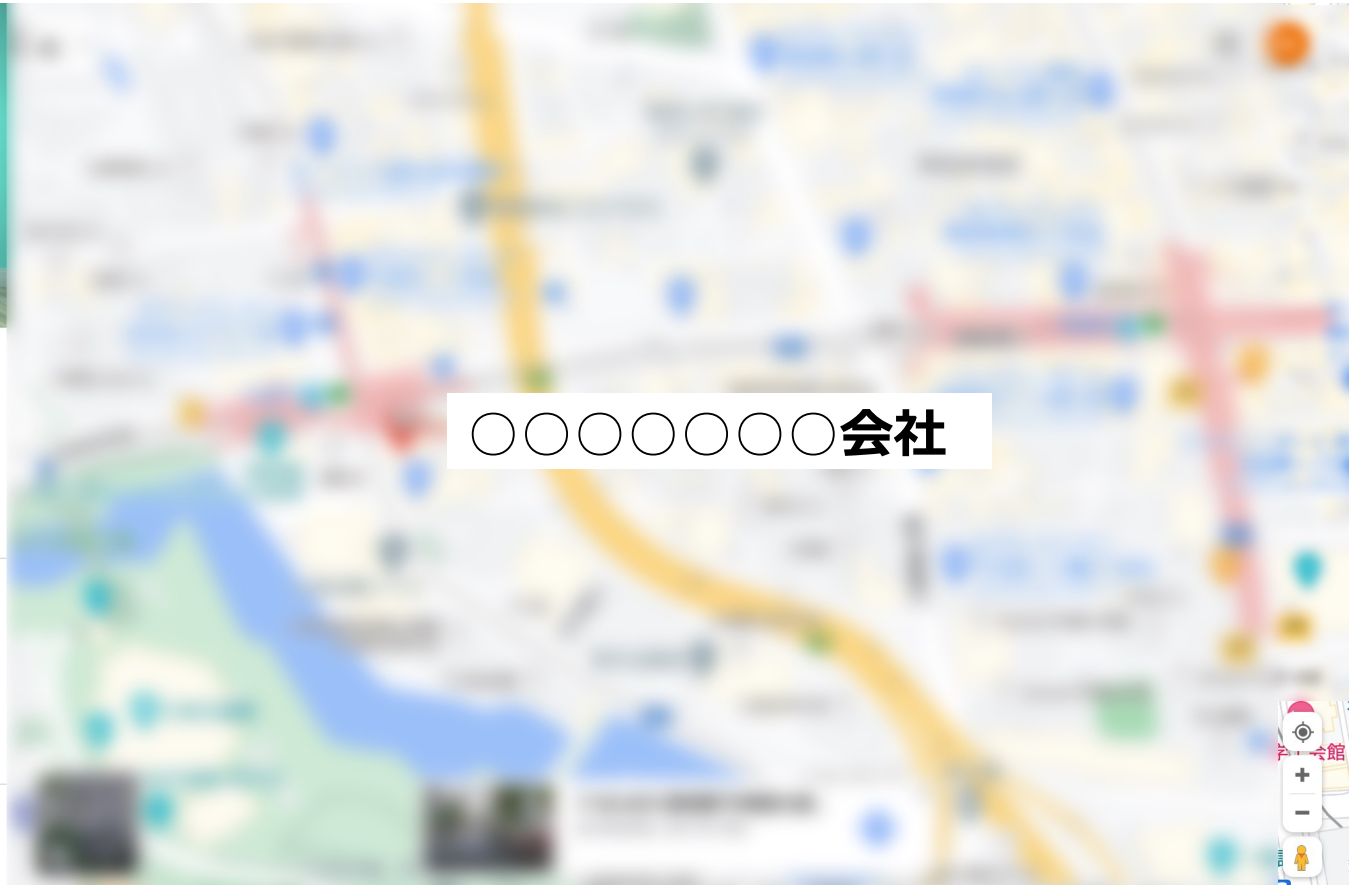
4位以降は
ここをクリック
すると出て来る。

クリック=
ワンアクション
入ると不利になる

地域名 + 業種 検索で上位 3 位までを目指す！

Googleビジネスプロフィール（旧:Googleマイビジネス）とは？③

相原のビジネス表示サンプル



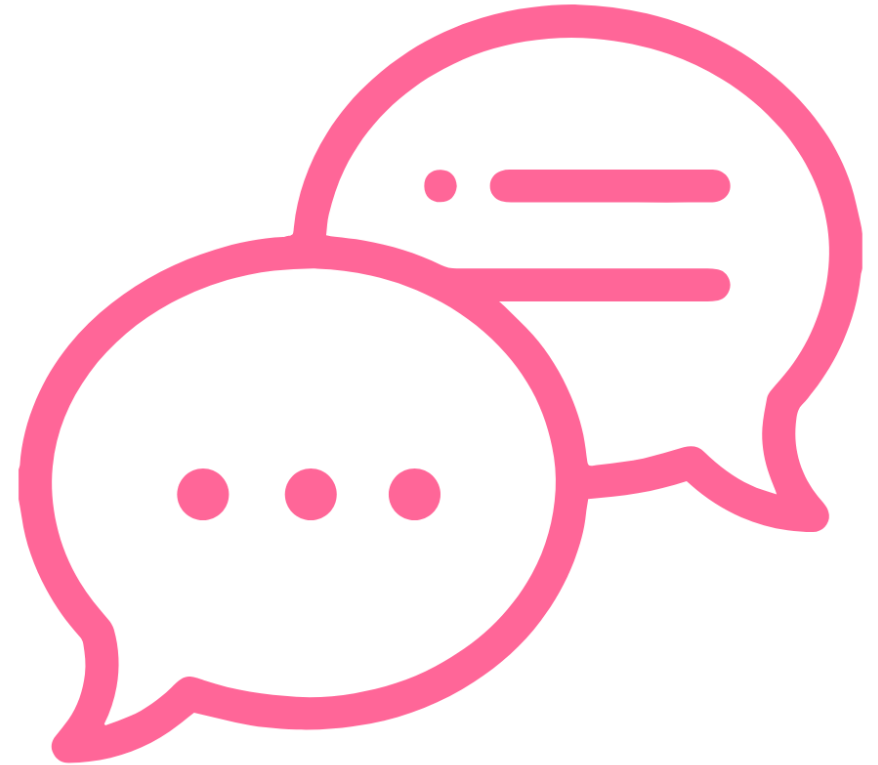
企業名・店名で検索 → GoogleMap上で表示

2.【実例】GoogleMapを活用して成功している身近な例

**実際に、GoogleMapを
活用して、集客に成功
している例**

①どんな業種

②どのように活用しているか



3. Googleビジネスプロフィール（旧:Googleマイビジネス）使い方①

まず、Googleアカウント（契約のような物）を作成しましょう！ ※Gmailを作成し、使用出来る状態にします。



Google アカウントの作成

Google アカウントは、多くの Google サービスへのアクセスに使用できます。Google アカウントを使用すると、次のようなことができます。

- Gmail でメールを送受信する
- YouTube で新しいお気に入り動画を見つける
- Google Play からアプリをダウンロードする

ステップ1: Google アカウントの種類を選択する

重要: ビジネス用の Google アカウントを作成すると、[ビジネス用にカスタマイズ] をオンにできます。また、ビジネス アカウントを利用することで、Google ビジネス プロフィールの設定が簡単に行えます。これにより、ビジネスに関する情報をオンラインで管理して認知度を高めることができます。

Google アカウントを作成する際に、個人情報の入力が必要になります。正確な情報を提供することで、アカウントを安全に保ち、Google サービスの利便性を向上させることができます。

ヒント: Google アカウントの作成に Gmail アカウントは必要ありません。Gmail 以外のメールアドレスを使用して作成することもできます。

1. Google アカウントのログインページに移動します。
2. [アカウントを作成] をクリックします。
3. 名前を入力します。
4. [ユーザー名] にユーザー名を入力します。
5. パスワードを入力して確認します。
 - ヒント: モバイルでパスワードを入力する際、最初の文字では大文字と小文字は区別されません。
6. [次へ] をクリックします。
 - (省略可) アカウントの電話番号を追加して確認します。
7. [次へ] をクリックします。

既存のメールアドレスを使用する

1. Google アカウントのログインページに移動します。
2. [アカウントを作成] をクリックします。
3. 名前を入力します。
4. [代わりに現在のメールアドレスを使用] をクリックします。
5. 現在のメールアドレスを入力します。
6. [次へ] をクリックします。
7. 既存のメールに送信されたコードを使用してメールアドレスを確認します。
8. [確認] をクリックします。

画像引用 <https://support.google.com/accounts/answer/27441?hl=ja>

Googleビジネスプロフィールの追加又は登録

- ① **仕事用のGoogleアカウント（Gmail）の追加又は登録**
- ② **店舗情報の有無を確認**
（GoogleMapで地域名 企業名・店舗名で検索）
- ③ **A:店舗情報が有る場合** あなたはオーナーですか？をクリックして管理を開始
→ オーナー確認 → 認証コード取得 → 認証コードを入力
※電話・メール・ハガキ等でコード取得可能
- ③ **B：店舗情報が無い場合**
→ 店舗登録
Googleビジネスプロフィール（次のページ参照）**で詳細情報入力**
→ オーナー確認 → 認証コード取得 → 認証コードを入力
※電話・メール・ハガキ等でコード取得可能

Googleアカウントの横に多数のアプリが収納されている

Google
アカウントを作成



Google で検索または URL を入力



Facebook



Twitter



Instagram



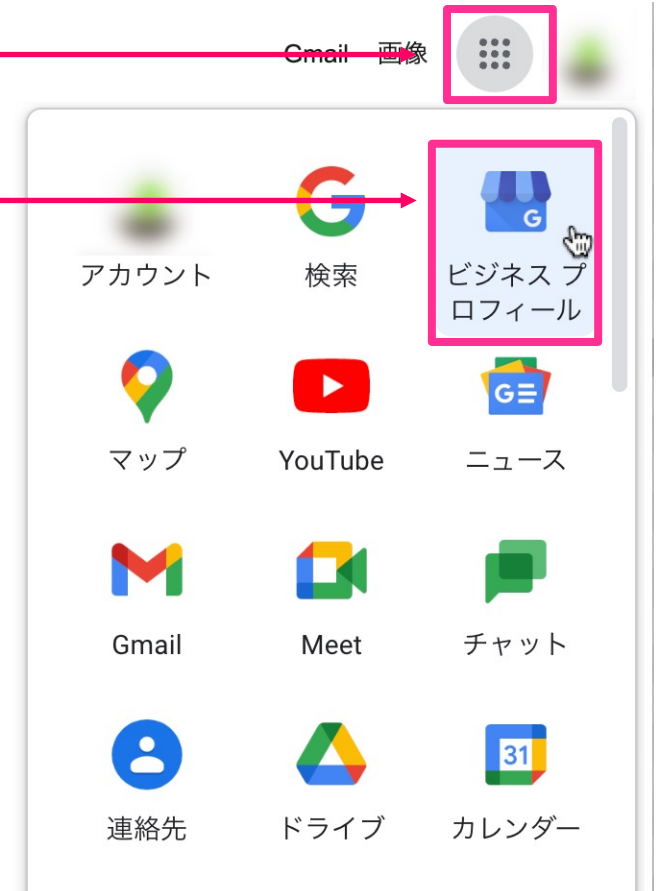
LinkedIn



ショートカッ...

①

②



Googleビジネスプロフィール（旧:Googleマイビジネス）の基本機能

Googleビジネスプロフィール（旧:Googleマイビジネス）機能

Google の無料の
ビジネス
プロフィールを
使ってアピール

ビジネス プロフィールを無料で作成することで、
Google 検索およびマップで検索したユーザーを新規
顧客に変えましょう。写真、特典、投稿などでプロフ
ィールをパーソナライズすることが可能です。

今すぐ管理

店舗写真など

企業名・店舗名
口コミ（件数）
業種名

電話番号・経路
WEBサイトリンク
見積もり方法など

住所と地図

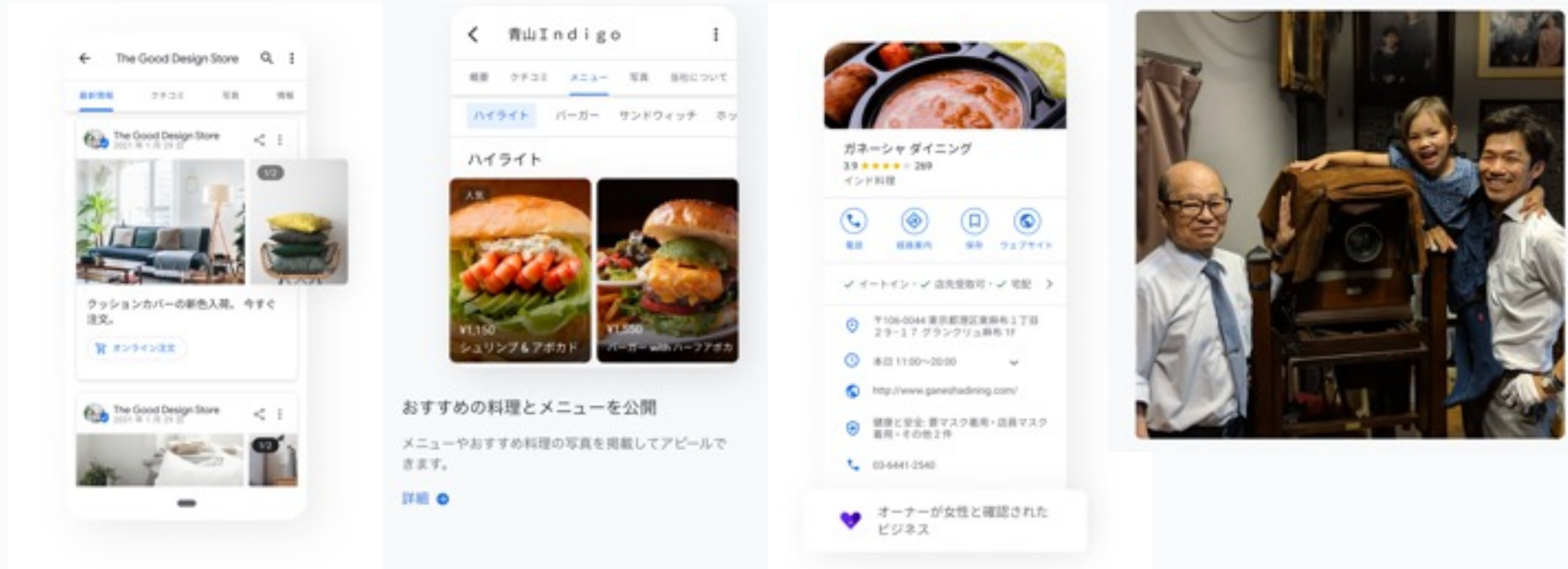
営業時間



画像引用 https://www.google.com/intl/ja_jp/business/

Googleビジネスプロフィール（旧:Googleマイビジネス）の活用ポイント

商品写真やおすすめメニューも多数掲載可能



おすすめ商品や美味しそう！など
クリックしたくなる写真をなるべく多く掲載しましょう。

画像引用 https://www.google.com/intl/ja_jp/business/

お客様とのコミュニケーションツールとしての役割

お客様とのコミュニケーション機能も充実

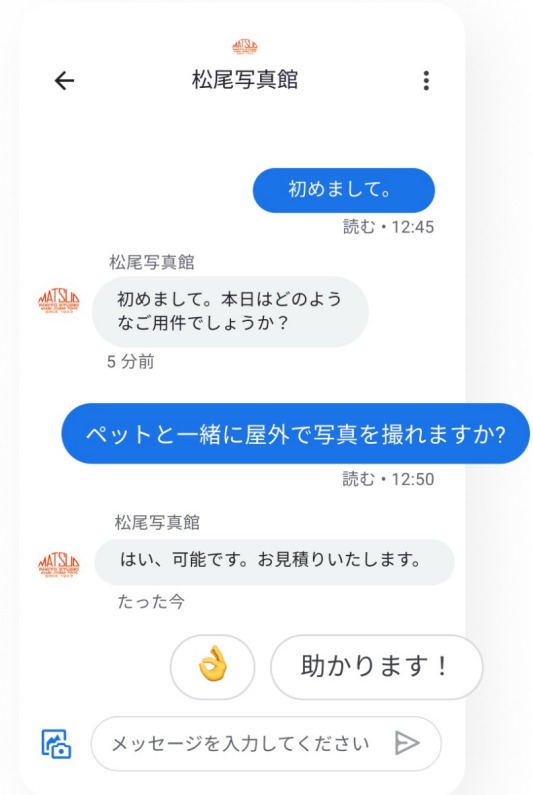
よくある質問への海藤を投稿



口コミに返信



ダイレクトメッセージの送受信



画像引用https://www.google.com/intl/ja_jp/business/

簡単にホームページの作成も可能です！



WEBサイトも簡単に作成できる！

- ・メニューバー
- ・企業名/店舗名
- ・地域名 業種名
- ・営業時間
- ・お問合せボタン
- ・ロコミ表示
- ・写真表示 など

※Googleビジネスプロフィールで登録した
内容が自動で表示

相原のビジネス表示サンプル

企業・店舗のリアルタイム情報を表示

- 店舗のリアルタイムな営業時間表示
- 店舗へのアクセス方法
- 店舗への電話などの連絡手段表示
- 企業・店舗情報の外観写真表示
- 企業・店舗のロゴ表示
- チャット機能でリアルタイム応答
- ビジネスカテゴリー（数種登録可）
- WEBサイトへのリンク
- 企業やビジネス内容の説明
- オリジナルWEBサイトを作成 など



4. Googleビジネスプロフィールで問い合わせを増やすコツ

検索される言葉と関連性が高い物は必須

- 企業・店舗の住所
- 企業・店舗の電話番号
- 企業・店舗の最新営業時間
- 簡単なビジネス内容（わかりやすく）
 - ※ユーザーの検索を想定した言葉を説明欄に入れる
地域名は必須
- ビジネスカテゴリー（例:カフェ）・属性を登録
- 最新の情報へアップデートする
（古く間違った情報は必ず削除）
- 企業・店舗情報の外観写真など数種の写真
- 口コミへの返信は必須でなるべく早く！
- WEBサイトへのリンク
- ビジネスのオーナー確認
- お問い合わせ先（アクションが少なくて済む）



口コミも買える時代＝閲覧者の厳しい目線

- 口コミを書きたくなるような対応
（マイナスの書き込みをされないよう注意）
- 口コミを書いてくれた人には即返信
- 高過ぎる評価は信憑性に欠ける
（例:身内の5点満点評価が多い等はNG）
※Googleは口コミの売買は禁止している



リアル情報はSNSでタグるスタイルに変化！

Googleビジネスプロフィールのチェック項目

- 自社・自店のホームページ（WEBサイト）との内容に
不一致や未記載が無いか小まめにチェック
- 祝日等の不規則な休日の変更は都度行っているか？
- 営業時間の表記は適切か？
- 年末・年始等の特殊な営業時間の変更はされているか？
- コロナ対策の取り組みは、わかりやすく表記されているか？
- 何の会社？何の店なのか？明確にわかる名前表記か？
- 住所等の記載はあるか？
- 宅配・テイクアウト・イートインが可能かの記載
- 店舗の場合：魅力的な写真が掲載されているか？
- 小まめにチェック&修正を行っているか？

ユーザーの迷惑になる投稿 = Googleに嫌われる

- ❑ 知り合いばかりの口コミ（知人のやらせ・有料口コミを購入）
- ❑ 店舗名や企業名に検索上位を求めるだけの地名等を入れない
- ❑ 店舗名や企業名に検索上位を求めるだけの説明を入れない
- ❑ 上位表示を狙った名前や投稿等に不自然にキーワードを盛り込む
- ❑ 短期で表示順位を上げようと短期勝負を目指している
- ❑ 地名や説明をユーザーの行動を考えずに入れている
- ❑ 上位表示を狙って関係の無い名前を入れている
- ❑ HPが作ったままになっていたり、SEO対策をしていない
- ❑ HPやSNSと異なった情報を掲載している（言葉も統一する）

Googleビジネスプロフィールの重要チェック項目

ユーザーが検索しそうな部分は小まめに更新

- ❑ 自社・自店のホームページ（WEBサイト）との内容に
不一致や未記載が無いかわ小まめにチェック
- ❑ 祝日等の不規則な休日の変更は都度行っているか？
- ❑ 営業時間の表記は適切か？
- ❑ 年末・年始等の特殊な営業時間の変更はされているか？
- ❑ コロナ対策の取り組みは、わかりやすく表記されているか？
- ❑ 何の会社？何の店なのか？明確にわかる名前表記か？
- ❑ 住所等の記載はあるか？
- ❑ 宅配・テイクアウト・イートインが可能かの記載
- ❑ 店舗の場合：魅力的な写真が掲載されているか？
- ❑ 小まめにチェック＆修正を行っているか？

5. 検証ツールによる最適化

インサイト機能（データ分析）も充実している

インサイト機能で確認できる事の例



ユーザーがあなたのビジネスを検索した方法

1か月



直接
ビジネスの名前や住所で検索してお客様のビジネスプロフィールを見つけたユーザー



間接
業種や商品、サービスで検索してお客様のビジネスプロフィールを見つけたユーザー



すぐにビジネスをアピール

商品やサービスが検索されたら、より多くの広告を表示

☒ 広告掲載を今すぐ開始

- ビジネスの名前や住所で検索してビジネスプロフィールを見つけたユーザー数
- 業種や商品、サービスで検索してビジネスプロフィールを見つけたユーザー

- 検索での表示回数
- マップでの表示回数
- ユーザーの反応
 - ・電話をかけた
 - ・サイト閲覧
 - ・ルート検索
- 写真の閲覧 など

作ったままで放置・・・

とならないために、

登録→投稿→検証→修正

を繰り返し、効果を高める！ 事が重要

画像引用https://www.google.com/intl/ja_jp/business/

Googleビジネスプロフィールでのリンク先強化！



SEO対策

(検索エンジン最適化)

■SEOとは？

S サーチ

E エンジン

O オプティマゼーション

(Search Engine Optimization) の略語

SEO対策 = 検索エンジン最適化



Google等の検索エンジンで検索した際
狙ったキーワードで上位表示させる
表示回数を増やす等のマーケティング施策



自社のHP等への流入を増やす

自社・自店のSEO対策のNGチェック

- ホームページの**表示スピードが遅い**（スマホでなかなか表示されない）
- 作成時から数年間、ほとんど更新されていない
- 昔に作成したままでリニューアルしていない（今、推奨の作りになっていない）
- 見た目は綺麗だが画像を多用した作りになっている
- リンク切れがある
- 表示されないページがある（404エラー等、ページが見つかりませんと出る）
- 自社HPアドレスが **https://~になっていない**（セキュリティ対策）
- 文章にキーワードを入れ過ぎている
- パソコン用の表示のみになっている（スマホ用の表示に最適化されていない）
- 動きが複雑でメニューが探しにくい
- 一瞬で何のサイトかわからない

キーワード設定で重要な事

自社のWEBサイトに最適なキーワードを設定する

キーワード

も少しずつ成長させる



- いきなりビッグキーワードを狙わない。
- 地域名も広すぎ無い所から設定。
- サービス名も工夫。
- 先ずは小さなキーワードを掛け合わせ。
- 欲張って違った種類のキーワードを多数設定しない。(掲載内容のみ)
- 画像にも必ず説明を入れる。
- WEBサイトの内容と関係ないキーワードを設定しない。

**Googleマップ・SEO対策
＋
自社HP・SNSの見直し**



**自社HPやECサイト
への流入を増やす流れが出来る**

【ワーク】 ご来店・ご注文いただきたいお客様は？

来て欲しいお客様をイメージして、ペルソナ（人物）設定を行う

■ その人物について、詳しく設定してみましょう

- ① 貴社・貴店の情報を地図から検索する人は？ ② どんなキーワードを検索している？
（具体的な人物をチェック）

- ・年齢
- ・性別
- ・職業（会社員・学生・主婦・ママなど）
- ・行動範囲（自宅から1 km以内など）
- ・家族構成
- ・収入
- ・食事時間
- ・勤務時間
- ・勤務曜日
- ・通勤方法
- ・SNSの活用は？

- ③ Googleマップ上に似たお店・サービスが表示されたら、どんな点で比較すると思いますか？

【ワーク】 Googleビジネスプロフィールの設定を考えよう

- ① 前ページのお客さまを想定して、
使用する機能を選んで記入してみましょう。



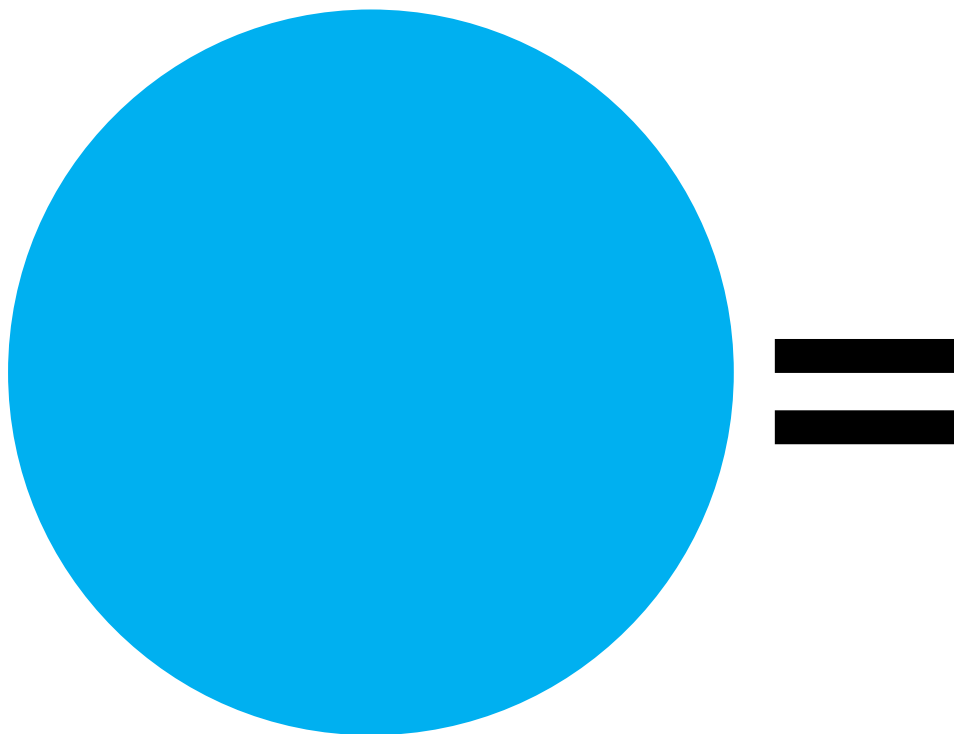
Googleビジネスプロフィール+ファンが増える循環を作る

口コミで広がる循環 = 止まる場所を作らない！



■まとめ

地元集客のWEB活用で重要な事は？



投稿を継続させるコツ



継続させるために重要なポイント

□目的とターゲットを決める

□先ずはフォロワー100名を目指す

□数字目標で5%UPを目指す

例:100名→105人など、無理なくモチベーションUPを狙う

□先ずは無理の無い投稿頻度を決めて習慣化する

□投稿→検証→修正を繰り返し、結果を見える化する

□応援し合う仕組みを作る

□効率良く投稿出来るようなテンプレートを作る

□効率良く投稿出来るようなアプリを活用する

投稿継続のコツ！ 簡単デザインが作れるアプリ

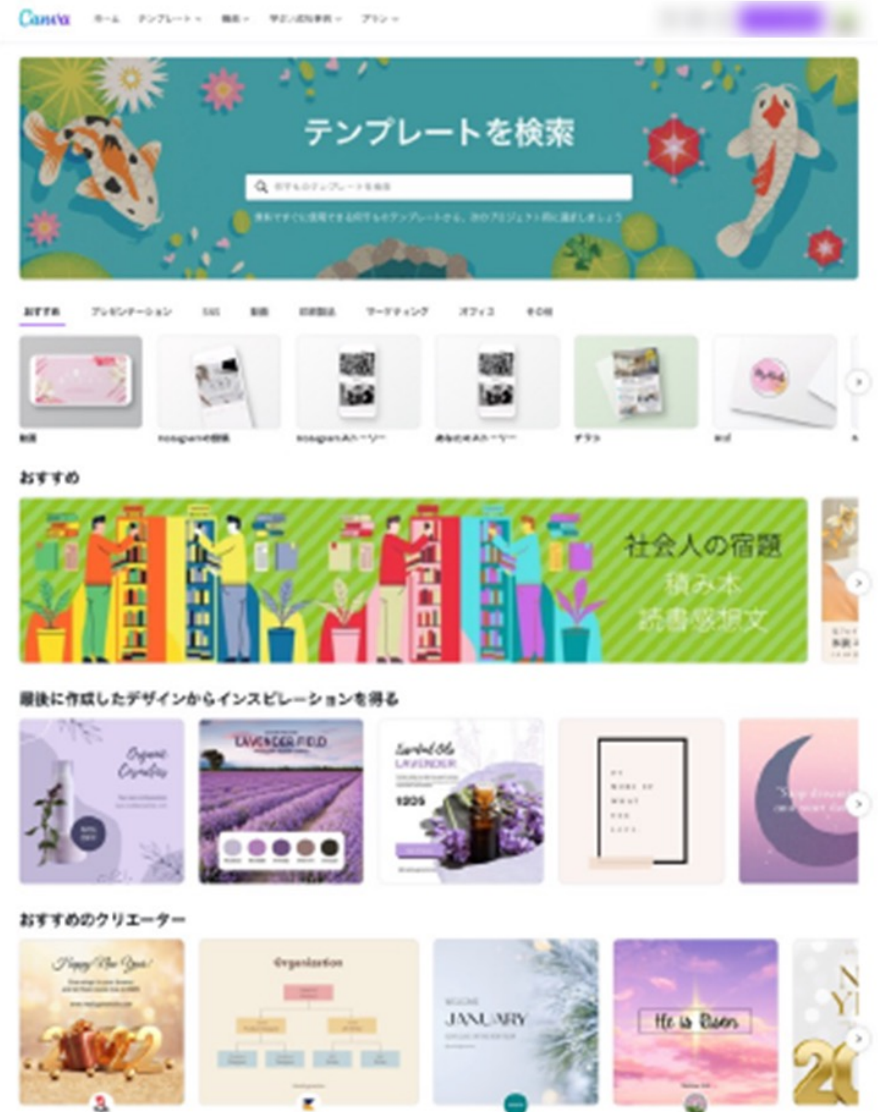


「Canva」



制作例

- ・SNS別に多数のテンプレートが容易されている
(無料でも十分に使用出来る内容が多数)
- ・文字を入れ替えるだけで簡単に素敵な画像を作成
- ・色の変更やテキスト変更も簡単
- ・他の人ともデータを共有できる



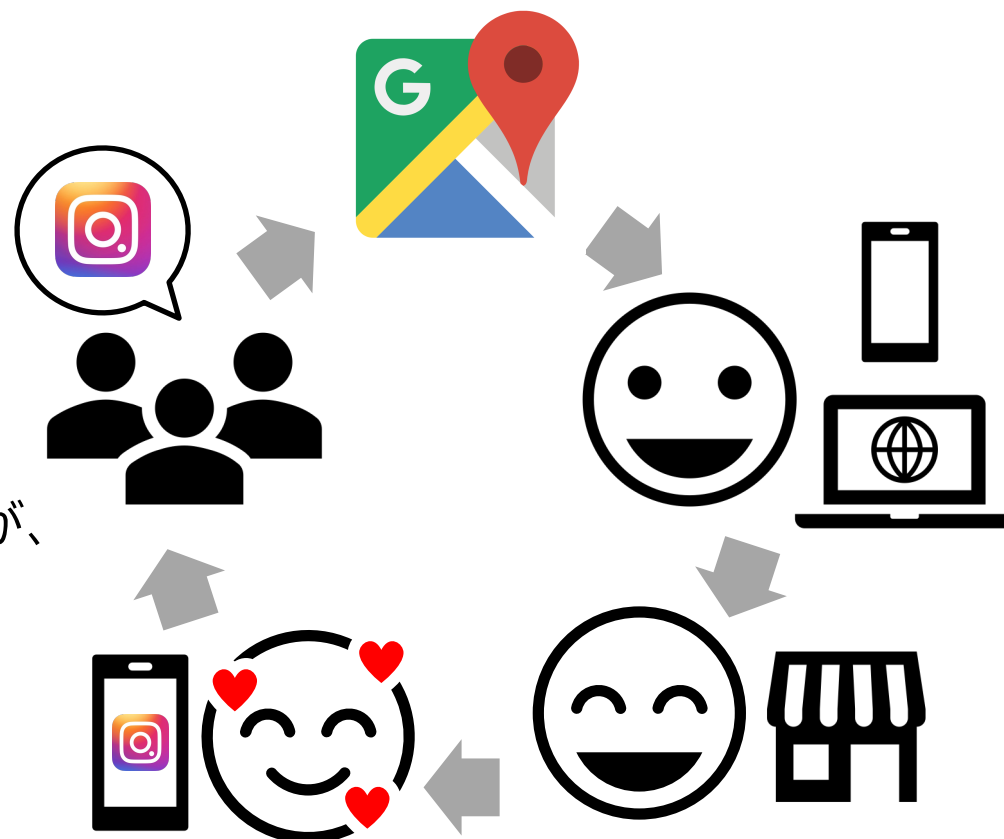
【まとめ】ファンが増える循環を作る



終わりに

- 本日、ご紹介いたしました内容は
無料で直ぐに始められる内容
です。

本日、
株式会社富士通総研 様
セミナーをご受講された皆様の事業が、
地元のお客様との関係構築に、
Googleビジネスプロフィールを
ご活用いただき、
お客様がファン化する仕組みに
お役立てください。



- 疑問・質問など

