

保存版！無料の Google my business 活用法

20～60代の男女1112人に19年11月に実施したアンケート（複数回答）では、飲食店を検索する際に使う手段の1位はグルメサイトで78.9%。2位が48.3%のグーグル検索、そして、3位はグーグルマップなど地図サービスで30.2%を占めるそうです。（日経ビジネス記事より）

Google my business は、グーグル検索で「地名+サービス」を入力した際や、google map 上でサービス名を検索した際に表示されるお店情報です。オーナーがこのお店情報を設定・管理していない場合は、他のユーザーらが自由にお店情報を登録できるため、放置すると、ユーザーの勘違いで別のお店の写真が掲載されたり、写りの悪い見苦しい写真や、既に提供を終えている商品・サービスの写真が表示されるなどして、店舗運営に悪影響を与えている場合があります。

みんなが見ている Google my business、上手に使うにはどうすればいいのでしょうか？

1. オーナー登録して、基本情報を掲載する

オーナー登録を申請すると、住所確認を経て店舗管理画面の編集権限を取得できます。最初に正確な店舗名や住所、電話番号、HPのURLなどを登録します。これによって、Google my business を見たお客さんはクリック一つでHPを見たり、ルート検索してすぐにお店に来たり、問い合わせの電話をすることができます。

2. 魅力的な写真をたくさん登録する

Google my business は、画像でどれだけ魅力を伝えられるかが勝負です。システム設計上、オーナー登録写真が優先的に表示されますので、まずはお店の魅力的な写真（プロカメラマンによるものをお勧めします）をたくさん掲載します。一方、ユーザーによって既に登録されている他店の写真など、問題のあるものはGoogleに削除を依頼します。

3. ≪中級編≫情報発信・顧客コミュニケーション

最新情報やメニュー/商品といった項目を使って、写真付きでお店の情報を発信することができます。また、顧客からのレビューには返信コメントを返せるので、是非活用しましょう。

4. ≪上級編≫マーケティングデータとしての活用

ユーザーの検索キーワードや、ルート検索の出発位置、各画像の閲覧回数、最新情報の閲覧回数とリンクボタンのクリック数、などなど、詳細なマーケティングデータを管理画面から無料で取得できます。これらのデータは、工夫次第でHPのSEO対策や新商品開発・企画の方向性、広告宣伝を行うエリアの絞り込みなど、さまざまに活用可能です。

まだまだありますが、まずはオーナー登録！戦略的活用法のご相談は、Value partner へ！



Value Partner は、
中小企業に戦略発想を持ち込み、
企業に眠る力を利益につなげる
戦略経営のパートナーです。

発行者： Value Partner 樋田 昌子
(中小企業診断士/
認定経営革新等支援機関)
MAIL： m.f.tsuchida@valuepartner.biz
HP： <http://valuepartner.biz/>