

販路拡大のキモ (第10回)

「Google ビジネスプロフィール」を使いこなす

2022.06.24



前回は、ウイズコロナで人流が増加する中でユーザーの変化をチャンスに変えるために、IT活用の重要性について分析した。飲食店や美容院など店舗を持ってビジネスしている場合には地図検索への対応が効果的と紹介したが、今回はこれらの点についてももう一步踏み込んで少し詳しく解説していきたい。

ローカルビジネスに大きな効果がある

地図検索への対応とは地図検索での掲載上位をめざす「マップエンジン最適化」のことで、英語名のMap Engine Optimizationの頭文字を取って、「MEO」ともいわれる。広い意味ではSEOの中に含まれ、特定の地域と業種で検索することから、ローカル検索であるのが大きな違いとなる。「ローカルSEO」と呼ばれることもある。Google検索で「地域+業種」と入力すると、Google マップとともに検索条件に該当する店舗などがリストアップされる。検索対象となるのは「Google ビジネスプロフィール」の情報だ。

Google マップは今や圧倒的に支持されている地図情報だ。飲食店やショップを探す際には、多くの人が当たり前のようにGoogle検索の結果に表示されるGoogle マップの情報を利用する。飲食店を検索する際、頻繁に利用する手段として6割以上の人がGoogle検索を利用しているとの調査結果もあり、直接Google マップから検索するケースもある。見逃せないのがローカルビジネスへの効果だ。Googleのレポートによるとスマートフォンでローカル検索を行った利用者のうち約半数が24時間以内に来店し、パソコンでの検索でも3割を超える結果が出ている。来店者のうちで実際に購入する割合は2割に近く、ユーザーニーズと密接に関係しているのが分かる。それだけに、ローカル検索のリストの上位に表示されることは、ビジネスチャンスを広げ顧客獲得につながる。

無料で登録できて多様な機能が使える… 続きを読む