



「地名+目的」でGoogle検索した場合(画像はPC)。赤線内が「ローカル検索」



「Amazon Alexa」など、スマートスピーカーやスマホによる音声検索にも対応している

「検索ドーン」の管理画面。複数サイトの一括管理はもとより、PVやマップビューの閲覧数といった情報も、ひと目で分かる

営業支援特集
顧客を取り戻す次の一手
年末の集客はコレで決まり!

ケイビーカンパニー●店舗情報管理プラットフォーム「検索ドーンGYAX」

ローカル検索に効果抜群！ 閲覧数が4倍になった店舗も

食 事や行楽に出かける際、スマートフォンやパソコンで、店舗や施設の情報を検索するのは、今や当たり前の行動。一方で、自店の情報をウェブでどれだけ発信しているかといえば、自社サイトやパチンコ専門ポータルサイトへの情報掲載、SNS程度というホールも多いことだろう。

この現状に、「ポータルサイトやSNS任せでは、新規顧客の獲得はおぼつかない」と、ケイビーカンパニーの北島万乗社長は警鐘を鳴らす。

スマホやパソコンユーザーの73%は、Googleなどの検索サイトや地図検索で情報を確認。公式サイトやポータルサイトを見ずに、アクションを起こすとか。

そこで、一般ユーザーへ、自店の情報を正確に伝え、集客につなげたいホールにおすすめしたいのが、店舗情報管理プラットフォーム「検索ドーンGYAX」。SEO(検索エンジン最適化)やMEO(地図検索最適化)はもちろん、最大の特長は、「地域名+●●(目的)」といった、「ローカル検索」で高い効果を発揮すること。

ウェブ上での表示回数が49%アップした実績もあって、大手飲食店やホテルなど、多様な業種で導入が進んでいる。ホール法人でも、同社の本システム取り扱い開始から4カ月で、約40店舗が導入。大阪市の某店では、PV数などが大幅に向上。特にマップビュー

(Google Map上でマップ住所を閲覧すること)は、導入当初の4倍以上に伸長したとか。

加えて、北島社長は、「雑多な情報から店舗を守る、自衛策としても有効」と話す。

通常のローカル検索で、表示される情報には、一般ユーザーがアップした画像や口コミが反映される。その中には誤ったもの、好ましくない画像も多い。しかし、本システムを使えば、店側が提供する情報が上位に来るので、そういったマイナスの情報が目につきにくくなる。

「ブランディングや情報の管理体制強化が、ウェブマーケティングでは重要。『検索ドーン』では、どの検索サイト、端末からでも、同じ情報にたどりつきます」

なお、国内30もの検索エンジンやSNSの情報を一元管理。複数の媒体別に更新する必要はなく、管理画面で週に1度、情報を更新する程度でOK。情報を検索したユーザーが、その後どんなアクションをとったかを追跡できるので、より細やかな集客・告知の施策を練ることも可能。

「約78%の人がスマホを持つ時代。さらに5G時代を控え、ウェブマーケティングの重要性は増すばかりです。競合に先んじるためにも、最低限のコストと手間でも、最大の効果を発揮する本システムの導入を検討してみたいかがでしょうか」