



# Success! Weekly Letter

## ローカルビジネス必見！「Google マップ」集客法②



今日お伝えする内容は、Google マップのランキングで上記に表示(できれば図のように3位以内)される方法についてです。残念ながら、Google は具体的な基準を公表していません。しかし、Google マップの専門家であるショーン・サレヒシャンによれば、上位表示されるためのシグナルは「**評判**」「**近隣性**」「**関連性**」の3つだと言います。

### ●評判

評判とは、レビューの数だけでなく、レビューの頻度も重要です。また、レビューの星(★)評価も関係してきます。さらに、レビューを書いてもらう際に、レビュー本文とビジネスオーナーからの返信に、適切なキーワードが含まれているかが非常に重要です。適切なキーワードとは、あなたの業界と店舗の立地に関連した、最も関連性の高いキーワードです。例えば、渋谷でジムを探している誰かが、図のように「渋谷 ジム」で検索するとします。この場合の適切なキーワードは、「渋谷」「ジム」になります。Google 広告のキーワードプランナーを使えば、特定の地域に絞って任意のキーワードの月間平均検索数を確認できます。

### ●近隣性

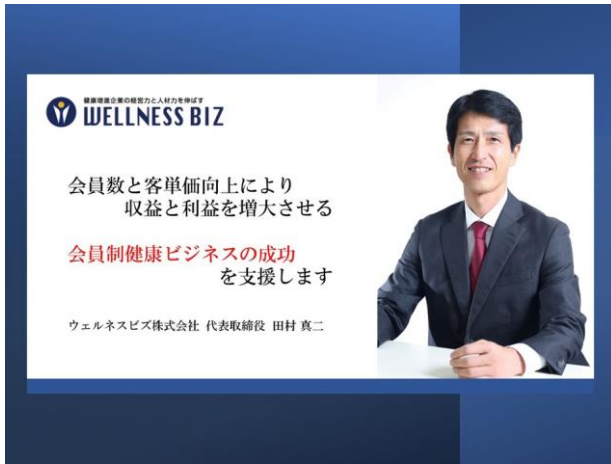
同じ場所にいる2人の人が、スマホやPC を使って同時に Google 検索で同じキーワードを入力しても異なる結果が表示されることがあります。ユーザーが使っているデバイス、1日の内の時間帯、ユーザーの好み、性別や年齢、あるいは過去の検索履歴によって、表示される結果が異なります。つまり、ランキングには様々な要素が影響しているため、何がどう影響していると明確に説明できる人はいません。それでも、Google ビジネスプロフィールやウェブサイトには、ビジネスの「場所」を示すキーワードを記載すべきだとショーンは言います。

### ●関連性

関連性のポイントは2つあります。1つ目は、ユーザーの検索に関連性が高いキーワードです。2つ目は、あなたのビジネスのオーソリティ、つまり「権威度」です。1つ目は理解しやすいと思いますが、2つ目の権威度は少しわかりにくいかもしれませんので、ご説明します。簡単に言うと、「あなたのウェブサイト、あなたのビジネスに関連する他の権威性の高いウェブサイトからのリンクがどれだけあるか」ということに関係しています(これは超重要)。

最後に、Google ビジネスプロフィールを定期的に更新することも重要です。頻繁にレビューが書かれているか、レビューに適切に返信しているか、定期的に写真を追加している、毎週投稿をしているかなどです。つまり、一度作ったら終わりではなく、きちんと運営することが大事だということです。

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。それでは次号をお楽しみに！



会員制健康ビジネスコンサルタント。ウェルネスビズ株式会社代表取締役。東京都出身。イオンで22年間、フィットネスと小売事業の現場および本社で様々な職種に従事した後、2007年に同社を退社。同年、会員制健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業の経営不安を丸ごとサポートするコンサルティング会社を設立。会員数拡大、客単価向上、継続月数増を掛け合わせた「儲かる事業構築の仕組み」導入により、全国各地に高収益企業を多数生み出している。現在は、コンサルティング、講演、セミナー、執筆活動等を行っている。

### お問い合わせ先

#### ウェルネスビズ株式会社

お問い合わせ先: <https://www.wellness-biz.jp/contact>

会社URL : <https://www.wellness-biz.jp>

TEL: 03-4530-6263

FAX: 03-3562-7822

〒104-0061

東京都中央区銀座1-3-3

G1ビル7階 1180号

### 免責事項

このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。