

事例でわかる！

DX

初めの一步

Web・SNS 編



日本政策金融公庫

はじめに

お店の魅力、 Web・SNS で 発信しませんか？

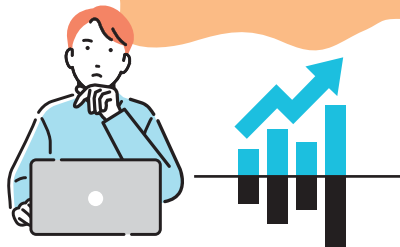


SNSでお店を探すことが一般的になりつつある時代。
スマホの普及により、地図アプリを使ったお店選びも
広がりを見せています。

「Web・SNS って難しそう…」、「効果が期待できない…」
そんなふうに考えていませんか。

本誌では、実際の企業事例を交えて、
売上アップにつながる活用ポイントをご紹介します。
この機会にWeb・SNSをはじめてみましょう！

効果があるか
不安…



売上・利益アップに成功した企業
事例を本誌でご紹介しています。
詳しくは次のページをご覧ください。

何を投稿
して良いか
わからない



まずは商品やお店の写真を撮ること
からはじめましょう。新作やおす
めメニュー、イベントなどの告知
を写真とともに発信するだけでも効
果的です。

Web・SNSには、
それぞれの特性があります。
目的に応じて上手に使い分け
ましょう。

1 「新規のお客さまを増やしたい！」なら

グーグル
Google ビジネスプロフィール

3ページ

Google検索結果や、Googleマップに表示されるお店の情報を登録・管理できるWebサービス。お店の基本情報のほか、商品の写真やサービス内容、最新情報など、多彩なプロフィールを掲載できます。
口コミを通したお客さまとのコミュニケーションを行うことも可能です。

2 「ビジュアルで商品やサービスの魅力を伝えたい！」なら

インスタグラム
Instagram

5ページ

国内ユーザー数は約3,300万人にもものぼる幅広い世代に人気のSNS。画像や動画の投稿に特化しているのが特徴です。
Instagramといえば「ハッシュタグ」。お客さまはハッシュタグを使って、食べたいものや欲しいものを検索しています。

3 「リピート客を増やしたい！」なら

ライン
LINE公式アカウント

7ページ

国内ユーザー数No.1のコミュニケーションアプリ。
友だち登録しているお客さまのメッセージ開封率は、メルマガの数倍とも言われています。
お客さまからの予約や問合せへの対応をチャットで行えるだけでなく、クーポンやショップカードなどを作成する機能が充実しているのも特徴です。



新規のお客さまを増やしたい！

Googleビジネスプロフィール

FILE.1

旅館

【湯村温泉
朝野家】



インターネットから
予約していただける
新規のお客さまが
増えました！

「どこかに行きたい」、「何かを買いたい」。そんなとき、皆さんもスマホでGoogleマップを開きませんか。Google検索結果やGoogleマップにお店の情報を掲載できるのが、Googleビジネスプロフィールです。★5段階で表示される口コミ評価のわかりやすさもあり、お店選びに欠かせないツールとなっています。



Q Googleビジネスプロフィールに登録した理由は何ですか？

A Googleマップで「湯村温泉」と検索していただいたお客さまに、「当旅館の魅力を伝えたい」という思いから掲載を開始しました。また、宿泊を検討しているお客さまに正確な情報を発信することで、安心して泊まりに来ていただきたいと思ったのも理由の一つです。

Q 実際に登録してみてどうでしたか？

A 掲載を開始してから、当旅館に初めて宿泊される個人のお客さまが増えています。また、プロフィールにイチ押しプランを掲載したところ、当プランの利用率も上がり、客単価のアップにもつながりました。

Point 1 まずは「登録」してみよう

Google検索結果の上位に表示させることは難しいですが、Googleビジネスプロフィールに登録することで、旅館の情報が常にGoogleマップ上に表示されます。登録するだけで、「地名+ジャンル」で検索していただいたお客さまにPRできるのが大きな魅力です。



Point 2 プロフィール欄を充実させよう

営業時間など、旅館の概要はもちろんのこと、イベント情報や月替わりの料理メニューなどを写真とともに掲載しています。旅館に来ていただいた際のイメージが湧くような写真や、旅館の最新情報を投稿するよう意識しています。

写真



すべての写真を表示

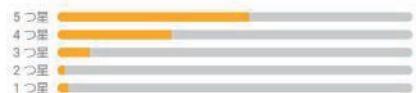
Point 3 お客さまの声を投稿してもらおう

満足度の高い口コミが多ければ、当旅館を選んでいただける確率が高まります。質の高いサービスを心掛けるとともに、口コミ投稿ページにリンクする二次元コードを作成し、お客さまへ口コミの投稿をお願いしています。

Google でのレビューの概要 ①

4.3

540 件のレビュー



Q レビューを検索

サービス (96)

浴室 (62)

朝食 (35)

エアコン (15)

アクセスの



その他のレビューを表示

まとめ

登録するだけでも効果的ですが、プロフィール欄を充実させることで、より多くのお客さまの目に触れるようにしましょう。

企業情報

■法人名：株式会社 朝野家

■代表者：朝野 泰昌

■住所：兵庫県美方郡新温泉町湯1269 ■電話：0796-92-1000





ビジュアルで商品やサービスの魅力を伝えたい！ Instagram

FILE.2

美容室

ステアケース

【stair:case】



お店の技術力を アピールするには 欠かせません！

Instagramが若者向けのSNSと言われているのはもう過去の話。最近では、食事や旅行、ヘアスタイル、ファッションなどの情報を収集する際に、幅広い世代で使われています。“映える”写真がなくても大丈夫！写真や動画でお店の強みを発信したい方は積極的に活用してみましょう。

Q 投稿する内容は
どのように決めていますか？

A 投稿する写真やメッセージ内容は、若いスタッフの意見も積極的に取り入れ、モチベーションアップにつなげています。ただし、見ている人にとっては「お店が公式に発信したメッセージ」のため、社内で一定のガイドラインを定めています。

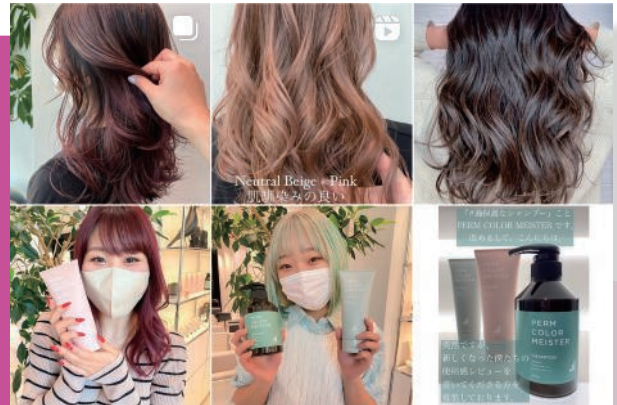


Q Instagram を実際に
活用してみてどうでしたか？

A 「#白髪染め」「#グラデーションカラー」など、当店がアピールしたい“強み”に写真とハッシュタグ(#)を付けて投稿することで、「白髪をなんとかしたい」、「染めたいけど、失敗したくない」と考えている人へお店の情報をピンポイントで届けやすくなり、新規のお客さまの増加につながりました。

Point 1 写真や動画を投稿しよう

おすすめのカットや売り込みたい商品、お店の雰囲気など、投稿する写真は様々です。施術前後のビフォーアフター動画も投稿しており、スタッフの技術力を積極的にアピールしています。



#美容室#美容院#銀座美容室#ステアケース#ステアケース銀座#staircase_ginza#カラリスト

#白髪染め卒業プロジェクト
#白髪染め卒業
#脱白髪染め提案
#白髪染め
#白髪ぼかし
#白髪ぼかしハイライト
#白髪隠し
#グレーヘアー
#白髪を活かす
#白髪を隠さない
#白髪染めに見えない白髪染め
#明るい白髪染め

Point 2 ハッシュタグを付けて投稿を見つけてもらおう

Instagramは、投稿するだけでは、フォロワーにしか見てもらえません。文末などにハッシュタグ（「#」+「キーワード」で構成された検索用の単語）を付けて投稿することで、フォロワー以外の人にも見つけてもらいやすくしています。

Point 3 プロフィールを工夫しよう

プロフィールは「誰に」「何を」伝えたいかを意識して記載しています。ホームページのURLを掲載しているほか、お店の特徴をわかりやすく記載することを心掛けています。

stair:case【ステアケース】official

美容室

採用→@staircase_recruit

【営業時間】

月～木曜日 9:30～20:00

金/土曜日 9:30～21:00

日曜/祝日 9:30～18:30

【銀座駅 徒歩2分】

カラーリスト&スタイリストが在籍し、
それぞれの分野のスペシャリストが施術致します。
(DMでのご予約は承っておりません)

staircase-ginza.com

まとめ

投稿する写真やハッシュタグに悩んだら
自店に関連するキーワードで検索し、
他店の投稿を参考にしてみましょう。

企業情報

■法人名：株式会社 ステアケース

■代表者：中村 太輔

■住所：東京都中央区銀座5-5-14 JPR 銀座並木通りビル 10F

■電話：03-6228-5569





リピート客を増やしたい！ LINE公式アカウント

FILE.3

飲食店

【らあめん秀^{ひで}
かなざわ
金澤】



お客さまとのつながりを
強く感じるように
なりました！

LINEでお店の情報を配信できたらと思いませんか。「LINE公式アカウント」から配信するメッセージは、お客さまが普段利用している「トーク」画面に届くため、お店を思い出してもらいきっかけになります。友だち限定のスタンプカードやクーポンを作成し、リピート客を増やしていきましょう。



Q LINE 公式アカウントに登録した理由は何ですか？

A LINEは、多くの人が使っている身近なアプリです。そんなLINEを使って、来店したお客さまとのつながりを作りたいと考え、登録しました。LINE公式アカウントを使えば、最新情報やクーポンをお客さまへダイレクトに届けられます。

Q 実際に登録してみてどうでしたか？

A 友だち追加したお客さまには、抽選で「ラーメン券をプレゼント！」といった特典を配信しています。抽選にはずれた方にもトッピングのサービス券を配信することで、リピート客が大幅に増え、売上アップにつながりました。

LINE公式アカウント 活用のポイント

Point 1 お得な情報を配信して 再来店を促そう

定休日やイベント情報、期間限定メニューといった最新情報を配信して、お客さまにお店のことを定期的に思い出してもらえるようにしています。友だち限定のお得なクーポンを用意するなど、再来店を後押しする工夫も大切です。



基本情報

🕒 水 11:00 - 23:00 ▼

※当店は石川新型コロナ対策認証店です！

☎ 076-294-1137

🌐 <https://godscan-hidenonoichi.business.site>

📍 駐車場あり

Point 2 プロフィールを入力して お店のHPとして活用しよう

プロフィール欄を充実させることで、お店のHPとして活用することができます。新商品や開店時間などを掲載できるほか、お客さまからの一対一の問合せにもアプリ上から対応することができます。

Point 3 友だち追加してもらえる 工夫をしよう

多くのお客さまに友だち追加していただくため、「友だち募集」と記載した二次元コード入りのチラシを店内に貼っています。また、接客中や会計時には、店員が直接案内しています。



定期的にクーポンや最新情報を配信してお客さまとのつながりを維持することで、リピート客を増やしましょう。

企業情報

■法人名：株式会社 全力の元

■住所：石川県野々市市粟田5-430

■代表者：河方 卓

■電話：076-294-1137



まとめ

＼ まずはアカウントを作成してみよう ／

今回ご紹介したWeb・SNSは
すべてスマホ1台で始めることができます。

作成方法がわからないときは、家族や周りのスタッフに聞いてみましょう。
投稿をはじめる前には、同業種のお店を検索して、
人気アカウントがどのような内容を掲載・投稿しているか、確認してみましょう。

＼ ポジティブな気持ちではじめよう ／

アナタの手のひらには、スマホというTV局があるのです。

「やらなければいけない」と考えるのではなく、
「スマホを使って自分で情報を発信できるんだ」という前向きな気持ちで、
自分のお店に合うと感じたものから取り組んでみましょう。

＼ 「誰に」「何を」伝えるかを明確にしよう ／

他店には真似のできない自店の魅力とは何か、
今一度、整理してみましょう。

「新規顧客とリピート客のどちらを増やしたいか」、「何を伝えたいか」。
その答えによって選択するツールは変わります。



誰に？ 何を伝えたい？

誰に？

何を？



伝えることが決まったら、
目的に合った
Web・SNSのアカウントを
作成してみましょう！

日本政策金融公庫では
事業者の皆さまの経営に役立つ情報を提供しています。
ここではその一部をご紹介します！



写真の撮り方ガイド 飲食店編

スマホですぐに実践できる、
売上アップにつながる「料理写真」
の撮影方法、工夫事例などを
分かりやすく紹介した小冊子です。



はじめてのデジタル化 ガイドブック

低コストで簡単に取り組むことができ、
「売上アップ」や
「コストダウン」につながる
様々なツールについて、
導入手順や参考事例をもとに
分かりやすく紹介した
ガイドブックです。

ここでは紹介しきれっていない情報もたくさんあります。
是非、日本政策金融公庫ホームページをご覧ください。

ホームページはこちら▶

日本公庫





■ 監修

西 良旺子（にし よおこ）

(株) be.love.company. の代表取締役

前職は (株) リクルート

2006年に起業

1996年～2006年リクルート・ホットペッパーの営業

2004年～2006年の3年間、全国1500名の営業マンの中の

No.1の件数実績を持つトップ営業マンに

2006年に (株) be.love.company. を設立

2011年SNS&マーケティングのスクール事業開始

現在は、SNSスクール事業のほかに、SNS導入コンサルティング、
人材育成研修など

20歳で結婚、23歳で出産、32歳からの社会人デビュー

【 著書 】

- 「リクルート伝説営業が初めて教える 必ず買う3%のお客様の
見つけ方」
- 「小さな会社でできる！ 売上・集客を倍増するSNS活用術」