

# MEO対策は「クチコミ」がキー。ポイント

文=梶川弘徳 シーエフワイ代表取締役

今月号では、MEO対策(マップエンジン最適化、ローカルSEO)において「クチコミ」がキー。ポイントであることの理由と、クチコミに対する向き合い方にについて解説します。

MEO対策とは、Googleマップに掲載する自社の店舗情報やビジネス情報を、Googleビジネスプロフィールというシステムを活用し、検索アルゴリズムに則って最適化することで、Googleマップでの検索(ローカル検索)結果において上位表示させることを指します。MEO対策によって上位表示させることができればマップから集客するという集客効果が期待できるため、Webマーケティング上の重要施策となります。MEO対策の基本的な内容としては、次のようなことが挙げられます。

- 1 Googleビジネスプロフィールに登録する
- 2 オーナー確認をする
- 3 キーワードを設定する
- 4 情報を充実させる(写真をアップする)
- 5 最新かつ正確な状態に保つ
- 6 NAP情報(Name, Address, Phone)を揃える
- 7 クチコミの数を増やしてレビューを上げる
- 8 こまめにクチコミに返信する

この中でもMEO対策においては、7と8のクチコミに関する対策がキー。ポイントとなりますが、その理由と向き合い方について解説します。

まずは、クチコミがキー。ポイントである理由についてみてみましょう。米国の

Webマーケティング会社MOZが行った調査によると、ローカル検索のランキング付けに影響を与える要素として、Googleレビュー(クチコミ)が第2位となっています。これは、ビジネスオーナーが登録したGoogleビジネスプロフィールの公式情報に次いで、第三者であるユーザーの利用体験を記したクチコミが重要視されていることを意味します。Googleは、「多くの人から評価されている店舗」ユーザーに情報を提供すべき重要なコンテンツ」とみなします。上位表示を目的としたMEO対策でクチコミがキー。ポイントである理由は、「Googleの検索アルゴリズムがクチコミを重視している」ということになります。

次に、クチコミに対しての向き合い方について解説します。クチコミというのは、「検索アルゴリズムが重要視している」と

いうこと以外に、軽視できない理由があります。

それは、ユーザーからの信頼に大きく影響するからであります。ユーザーが店舗情報を検索する際、他の体験者によるクチコミを参考にするケースは少なくありません。投稿されるクチコミには、当然良い内容もあれば悪い内容もあります。その悪い内容のクチコミは削除したくとも、Googleビジネスプロフィールに投稿されたクチコミはGoogleのポリシーに違反していない限り、削除することができません。

では、クチコミに対してはどのように向き合えば良いのでしょうか? それは接客として向き合うのが良いでしょ。ユーザーは、利用体験の結果、悪いクチコミを書き込むケースがあります。むしろ、パチンコ店の場合はその方が多いと考えておいた方が良いかもしれません。その悪い内容のクチコミが投稿された場合、ポジティブな内容で必ず返信するようになります。

もしも、実店舗でユーザーからクレームを言われた場合、クレームを無視することはせず、真摯に向き合うはずです。どんなに激しいクレームを言われても、真摯にユーザーへ向き合うことで解決することは少なくありません。Web上でのクチコミもこれと同じように真摯に向

き合うことが大切です。

また、クチコミというのは、当然、他のユーザーも目にしています。悪い内容のクチコミで終わってしまっているよりも、店舗からのポジティブな内容で終わっている方が印象は格段に良いです。クチコ

ミ返信は接客として真摯に向き合い、全てのクチコミに返信する仕組みの構築をお勧め致します。

最後に、「ちょっと驚く」Googleビジネスプロフィールの仕組みについて触れておきたいと思います。Googleビ

ジネスプロフィールは「登録した覚えがないのに、勝手に登録されている」というケースが良くあります。

これは、Googleビジネスプロフィールが、オーナーではない第三者でも情報を登録することができる、という特徴を持っています。これはGoogleの変更であります。これはGoogleの変更によるものです。変更の元となる情報は、サイト内の情報の修正を提案から名前、場所・営業時間などの修正を提案したユーザーの情報になります。提案が承認されれば検索結果に反映されます。このように、誰でも操作できてしまうため、対策としてオーナー登録を済ませておくことを推奨します。

オーナー登録を行うと、第三者による変更の提案を管理できるほか、リアルタイムでの情報発信や、クチコミの返信、広告を使ったビジネスの拡大などができます。防衛という観点からオーナー登録をしっかりと済ませる。そして、せっかく登録したのであればクチコミには接客として向き合って、Googleビジネスプロフィールを集客ツールとして活用してみては如何でしょうか?



かじかわ・ひろのり  
株式会社シーエフワイ 代表取締役CEO  
パチンコホール企業で営業部長として、営業戦略や組織マネジメントの責任者で活躍し、2009年33歳でCFYを設立。提案力が強みのパチンコ店特化型広告代理店として評価を集め、会社を成長させてきた。パチンコセミナー多数登壇。業界誌でも執筆活動中。着物のギネス世界記録ホルダーであり「きものではたらく社長」としてブログも配信中。<https://corp.cfy.jp/>