

### カンリー店舗集客導入前のGoogleマップの運用状況

アカウント登録は行っており、不定期に運用していたが効果的な運用はできていない。

### 当時の経営課題

- ・新規獲得施策はオンライン、オフライン問わず手広く行っており、広告、折り込み、メルマガやSNS等を推進していた。
- ・ウェブ広告や折り込みチラシは、獲得単価を抑える難易度が高いため、より獲得単価を抑えた施策を検討していた。

### Googleマップの強化を始めた背景

- ・Googleマップはアカウント登録行い、基本情報を登録するだけで良いと認識していたが、効果的な情報発信や口コミの評価を改善する事でより多くの新規顧客と接点を持つ可能性があると考えた。
- ・また、Googleリスティング広告と連動する事でより効率的な運用を想定。

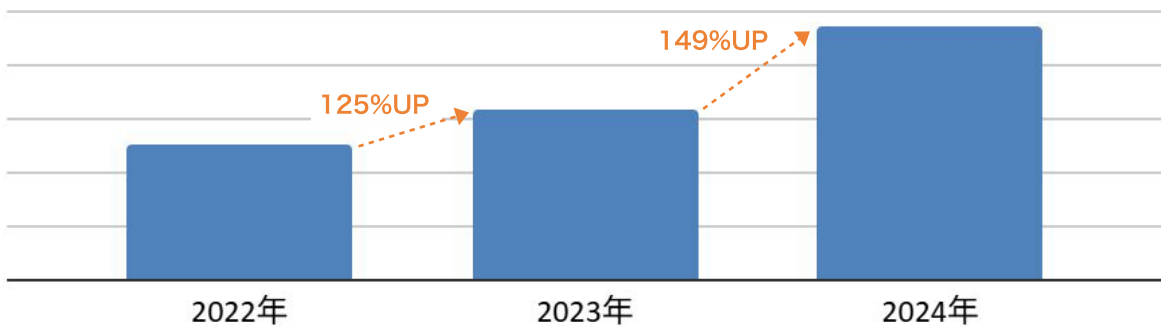
### カンリー店舗集客の導入理由

- ・代行運用を行っている企業と比較検討していたが、内製で社内ノウハウ蓄積することが重要と考えていた。
- ・そのため、代行ではなく、投稿コンテンツのアドバイスやクチコミ獲得、返信のサポートまで対応しているカンリー店舗集客に期待が高まった。

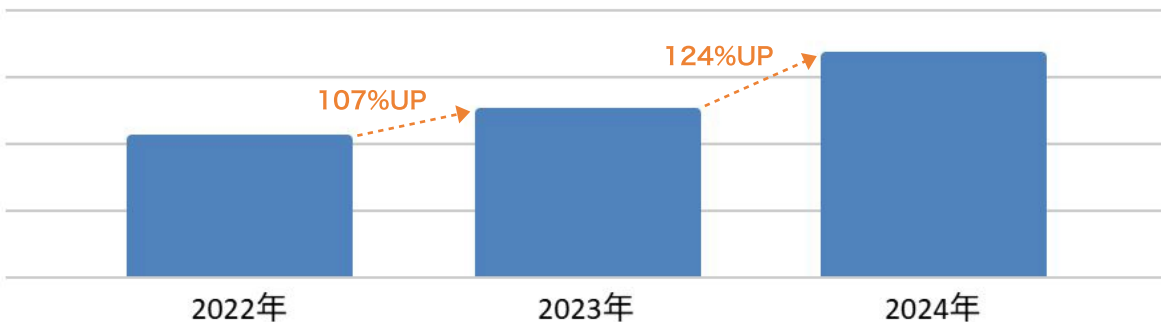
### カンリー店舗集客導入後の運用効果

- ・特定のキーワードで検索した人に候補として表示され、店舗ページを見てくれる人の数が**149%増加**
- ・Googleマップ経由の来店数（※1）は**124%増加**

#### ● 特定のキーワードで検索した人に施設ページが見られた回数



#### ● Googleマップ経由の来店数（※1）



※1：Googleマップ利用者がお店に対して「経路案内」を使用した回数