

“クチコミとの相乗効果で新規のご来院が大幅増”



CASE
01

しきつ整骨院 様

基本情報

- 業種：整骨院
- 住所：〒556-0015
大阪府大阪市浪速区敷津西 2丁目5-4
- 連絡先：06-6586-9965
- ご担当者様：田中院長
- <https://shikitu-seikotuin.com/>

Q

G-MEO導入前の課題や、導入の決め手を教えてください。

☑ ホームページだけでは得られない集客効果

昨年、ホームページを新しく作り直したんです。以前の契約は5年契約で、契約が終了した後は更新が無い状態でした。長らく放置してしまったり、コロナ禍の影響もありうまく進まないこともあったりしたのですが、昨年ようやく新しく出来ました。ホームページが新しくなったことは良かったのですが、みなさんお近くの整骨院を探すときは「Googleマップ」で検索されるんです。そうすると新しくしたホームページよりも先にGoogleマップ上での情報を先に見てしまうことになるんです。順番としては、Googleマップで近くの整骨院を検索して、Googleマップに書いている情報を見て、クチコミを見て…それからホームページを見ていただけるんですよ。だから、入り口はGoogleマップか、と思いました。

☑ クチコミを味方に

導入する前ですが、クチコミのひとつにクレームが入ってるのを目にしてしまって…なるほどこれは凹むな…と思いました。クチコミの怖さってこれか、と。もちろん中には匿名ですが良いクチコミも数件あって、ありがたいとは思っていたのですが、やり方がわからず返信などは出来ていませんでした。そういったクチコミへの返信などの対応をキチンとしていけばもっと集客にもつながりますよ、と熱心にご提案を頂いたので、一度やってみるか、という感じでした。

Q

実際にご導入された効果を教えてください。

☑ 新規のご来院が増加

導入した翌月には新規の患者様の来店が26人も増えました。その翌月は15人前後に落ち着きましたが、何度かリピートされる方が増えてきた実感はあります。新規の患者様には何を見てご来院いただけたのかを問診票でお伺いしているのですが、よくよく聞いてみるとだいたいみなさん「大国町 整骨院」「大国町 腰痛」などで検索されていて、Googleマップを見てご来院頂いてるんです。クチコミが良かったからと仰って頂くことも増えました。

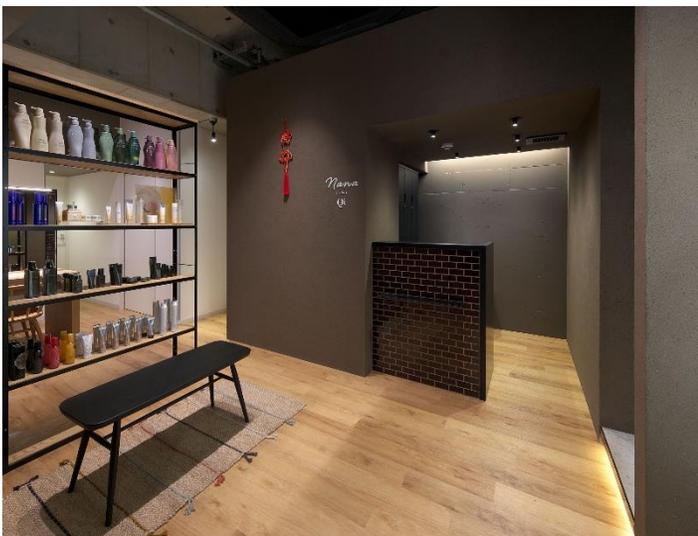
☑ 「クチコミを見た」というご予約をいただけるように

Googleマップのクチコミや高評価を見て予約の電話をしました、というような反応も増えていて、やはりGoogleマイビジネスをキチンとしたら集客につながるんだなという体感があります。当院のお客様に若い世代の方が多いというのも、サービスとマッチしているところだなと思います。

☑ 今後、Gleanerに期待する事が何かあれば教えてください

導入後のフォローの連絡もちょうど良い頃合いで頂けてますので、満足しております。今後はGoogleマイビジネスに施術しているところの動画なんかを載せられるようになると良いですね。文章や写真だけだと読み飛ばしてしまうこともあるので、1分程度の動画でアピール出来ると新規の患者様への参考になっていいかもしれませんね。

“導入翌月から電話予約増加で効果を実感”



CASE
02

Nanaなかもず店様

基本情報

- 業種：美容室
- 住所：〒5918023
大阪府堺市北区中百舌鳥町2-42-2F
- 連絡先：072-275-6846
- ご担当者様：麦オーナー

Q

G-MEO導入前の課題や、導入の決め手を教えてください。

☑ 看板も開店花も置けないことがオープン後に判明

既存のお店とは距離が離れており、新天地という形でのオープンでした。開店当初はお客さんもほほいなかったので、ゼロから集客施策を行う必要がありました。まずはホットペッパーへの掲載ですね。あとは、今年4月のオープンからチラシ配布やポスティングを3回行って、トータル30万円くらいかかったと記憶しています。店は二階にあるので、外からいきなり入ってくるにはハードルが高い立地です。しかし、オープン後に判明した想定外の事態がありまして。通りに看板等を置いてはいけないと言われてしまったんです。開店花もダメと言われたのはかなりの痛手でした。オープンしたことが周辺に全く伝わらなくなってしまったので、これは大変だと。そこでホットペッパーを既存店舗よりも上位プランで掲載して、さらにチラシ配布・ポスティングを行いました。オープンから4ヶ月はそれで粘りましたが、想定外の費用がかかってしまったと感じています。

☑ 固定費を抑えたい状況で成果報酬型の料金体系が魅力だった

-いろいろな会社からの提案がある中で、GMEOを選んだ理由を教えてください
価格面が非常に大きいです。導入を決めたのが7月だったんですが、オープンから4ヶ月程度でまだお店も平常運行とはいえませんが、これ以上固定費をかけたくなかった。ホットペッパーとチラシ・ポスティング費用がかなり負担になっていた。GMEOは成果報酬型で上位に上がったときだけ費用が発生するのが魅力的でした。継続的に費用が発生したとしてもチラシ・ポスティングをやるより安く全体的なお得感もありましたね。

Q

実際にご導入された効果を教えてください。

☑ 導入後1ヶ月で上位表示を実現し、電話予約が増加

まず一番手がかかる初期設定を全部やってくれたのがありがたかったです。実際の効果は9月の頭くらいにぼんぼん電話予約が入ったことがあって。なんでだろうと思ったら上位表示されていました。それまではホットペッパーからのWeb予約がほとんどで電話予約はあまりなかったので、効果を実感した場面でした。Googleを見た上で「今日行けますか」と電話くれる人は増えました。導入したのが8月で、9月から効果が出ているので成果報酬が発生するまでだいたい1ヶ月程度。スピード感にも満足しています。

☑ 口コミ強化のサポートも役立った

-お店に対する口コミがいい内容が多く評価点も高いです。口コミには力を入れているのですか
もともと口コミに対して意識が高いわけではなくて。お客さんをお願いして書いてもらうのに抵抗があったし、投稿の手順を説明するのも手間に感じていたんです。ただ、グリーナーから口コミの重要性を教えてもらって意識が変わりました。POPをもらったので、これなら取り組みそうだと感じ実施してます。

☑ 広く拡散する上でWebの力を有効活用したい

-今後グリーナーに期待することを教えてください
美容業界の人ってWebやSNSに敏感そうだけど、実は疎い人が多いです。「今はこういう流れが来てるんだな」って気付いたり、情報に敏感になるためのきっかけとして、まめに提案や情報もらえるとうれしいなと。