

集客の新定番、 Googleビジネスプロフィールとは

集客の必要性と可能性

今、集客の必要性が再注目されている。レス率などの面から脱下請けを目指す工場は増え、集客活動を継続している。また、BM社の保険金不正請求事件により、DRPの信頼が大きく揺らいだことで、これまで集客活動をしてこなかった工場も直需客の獲得を目指して動き出している。一方、その影響からか、ディーラーが外注工場を探していると耳にすることも増えた。

直需客の獲得は利益率が高くなる一方で、そこを主軸にすると安定的な在庫の確保が難しく、数字の見込みが立ちにくい場合が多い。また、一人ひとりの顧客と向き合うため、時間を掛ける必要も出てくる。

反対に下請けがメインであれば、レ

ス率の関係で利益は少なくなるが、一定数の入庫が望め、経営の見通しは立ちやすい。同時に、入庫、作業、納車も元請けとのやり取りになるのでスムーズになる。どちらにもメリットとデメリットは存在するが、前者にとって集客活動は生命線になり、下請けメインの后者が同様の集客活動を行う必要性は高くないと言える。

車検や整備、車販など業容と工場規模によって異なるが、一時期は「下請け6割、直需4割」が理想と言われていた中で、それぞれの企業ごとに適した割合が変化してきているのではないだろうか。

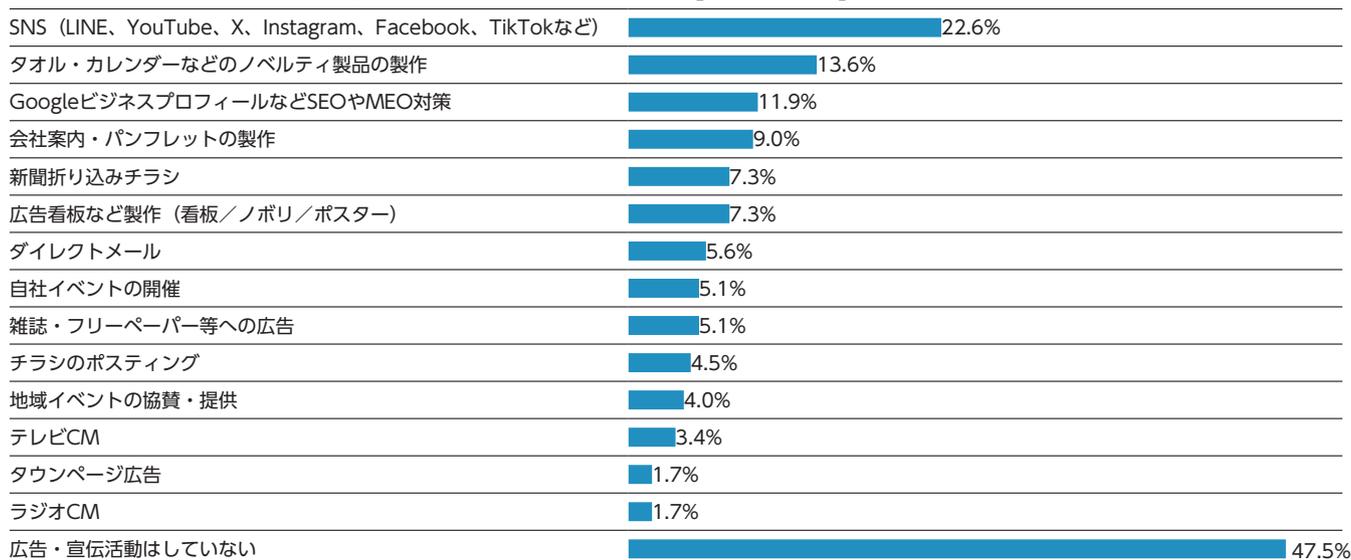
では、集客活動をしている工場はどのような方法を採用しているのだろうか。本誌読者アンケートにおいて「2024年度に行った広告・宣伝活動

はあるか？【複数選択可】」（グラフ1）と質問したところ、一番多かった回答は「SNS」、次いで「タオル・カレンダーなどのノベルティ製品の製作」、「GoogleビジネスプロフィールなどSEOやMEO対策」の順となった。

「SNS」は自社の存在をアピールするために活用する企業が増えている。無料ツールなので始めやすく、顧客との接点を作りやすいことや、中には求職者へのアピールという求人に紐付ける企業もあるなど多くの利点と活用法がある。業界は異なるが、グルメ業界は若年層に対してのアピールとしてグルメサイトやWebページではなく、Instagramが中心となっていることからSNSが生活に根付いていることが見て取れる。

本誌においても前年度まで連載して

グラフ1 2024年度に行った広告・宣伝活動はあるか？【複数選択可】



GBPは集客の入り口 顧客が何を求めているかを 表現していく

伊倉鋳金塗装工業
(東京都目黒区)
伊倉大介社長



プロフィールの【商品】、 【サービス】を充実させて アピール

伊倉鋳金塗装工業がGBP（旧：Googleマイビジネス）の運用を開始したのは2013年ごろ。それ以前から検索エンジンで「自動車鋳金塗装」と検索した際に都内で7件ほどしか表示されなかったころから、周辺地域に先がけてGoogleリスティング広告を行うなどネットやITの活用に強い関心を持っていた伊倉大介社長。GBPがリリースされた当時のことを「感覚として、すぐにやらなければならないと感じた」と思い返す。周辺にGBPを始めている企業がいなかったこともあり、運用開始直後に入庫が急増し、現在も積極的にGBPを活用している。

GBPを活用する上で重要視するのが「企業プロフィールの入力」で、「各種プロフィールは重要だが、特に【商品】欄は我々の業種ではサービスに当たるので明確に表記するのは難しい。当社では【輸入車の板金塗装修理】、【私たちのサービス】、【保険による修理】の3つに分けてそれぞれ写真を入れて説明している」。

【輸入車の板金塗装修理】では過去の修理実績を掲載するが、詳細は記載せず、アピールしたいサービス、対応カーメーカー、対応地域、SNSアカウントなどをアピールしている。

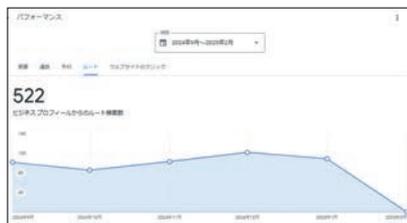
【サービス】は文字情報として「自動車修理・整備店」のタイトルでエアコン、オイル交換、ブレーキなどの整備関係のワードのほか、ボデーの傷、凹み、傷修理など鋳金塗装にかかわる言葉も登録している。伊倉社長は「顧客が何を求め鋳金塗装工場を検索しているかを考えて入力している」とした上で、「プロフィール入力はGoogle検索の上位表示対象となる。プロフィールを充実させることはGBPを訪問してくれた顧客だけでなく、これから工場を探そうとしている顧客の両方へのアピールにつながっている」。

GBPは集客の入り口 トータルで行うことが 入庫と透明性につながる

GBPを活用し、集客だけでなく分析業務も行う同社。だが、伊倉社長はGBPは集客の入り口であることを強調し、「GBPだけ充実させても意味は

ない。多くのユーザーはその情報を入り口にして企業のWebサイトを訪問する。そこから電話→来店→見積り→入庫とつながることを意識しておかないと、どこか一つでもつまづくと入庫を逃すだけでなく、その結果未来の顧客を失うことになる」と危険性を口にする。

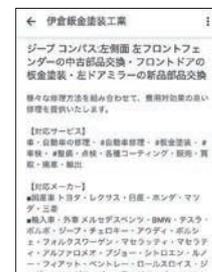
直需メインの鋳金塗装工場がGBPやGoogleを使わないことに対し、「Googleなどのネット媒体を意味がないと思う人はまだまだ多い。だが、この鋳金塗装業界が置かれた厳しい状況から抜け出そうとしている工場の多くはGoogleを活用している」。さらにGBPを運用することのメリットとして「昨年、国交省が発表した『車体整備の消費者に対する透明性確保に向けたガイドライン』に照らし合わせると、自社がどのようなサービスを提供しているかを公表することは企業の透明化を促進し信頼度にもかかわってくる。Googleのシステム活用はそこまで時間がかかるものではない。まずは挑戦、現状打破のきっかけにしてもらいたい」。



パフォーマンス画面。GBPからルート検索した数も表記される



PCで見た【商品】欄。車種別の修理実績などを紹介する



【輸入車の板金塗装修理】のスマートフォン画面。検索にかかりやすいワードを入れる