

生衛業向け

生活衛生関係営業の生産性向上を図るためのマニュアル(基礎編)



生産性&効率アップ必勝マニュアル

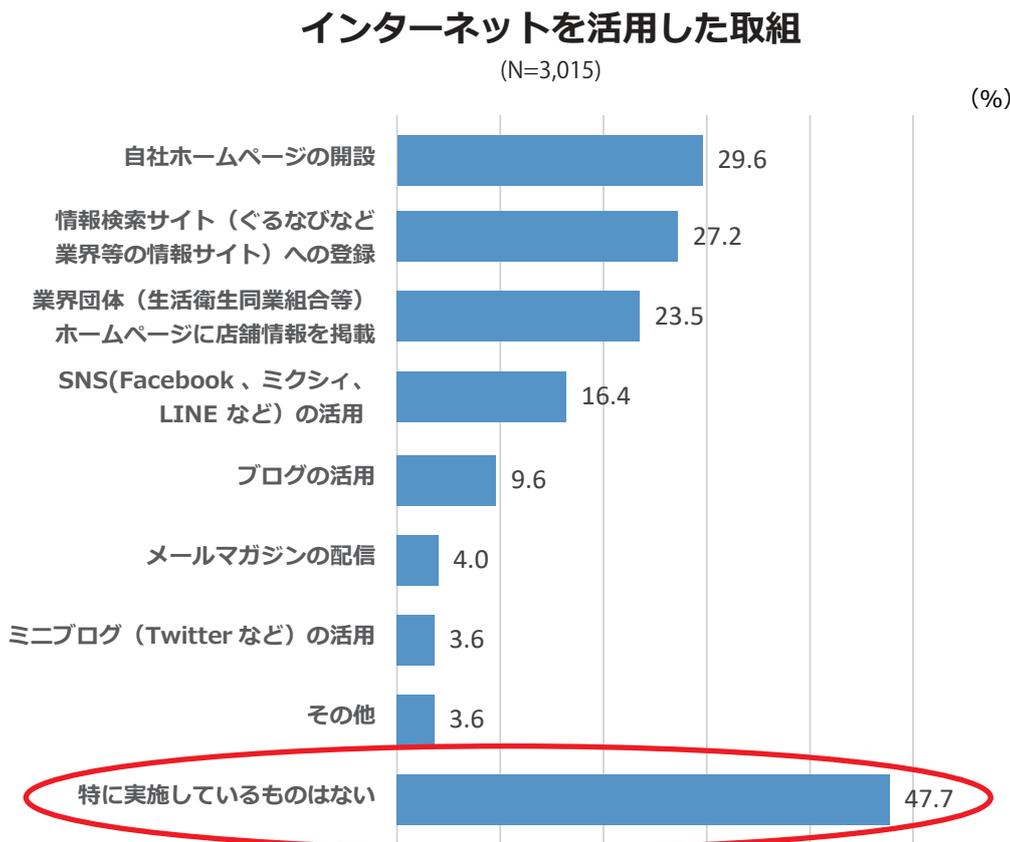


ICT を活用して 集客力を高めよう (収益向上)

- step 1 インターネットを使った集客方法を知る
- step 2 有効な集客方法である SNS を知る
- step 3 SNS を使ってみよう
- step 4 情報を更新しよう
- step 5 最新情報の更新や口コミへの返信等を行い、お客様とつながろう

ICTを活用し、できるだけお金をかけずに、 ここでは、ICTの中でもインターネットに焦点をあて、

現在 8 割以上の世帯でインターネットが利用されています。
しかし、生活衛生関係営業では、十分にインターネットに対応していません。



出典：日本政策金融公庫「生活衛生関係営業の景気動向等調査（2015年1～3月期）特別調査」

インターネットを使うとどのようなメリットがあるのでしょうか。

- ・ 無料サービスを活用すればコストがかからない
- ・ 一瞬で伝わる即時性やお互いに意見の交換ができる双方向性がある
- ・ インターネットで繋がっている多くのひとに情報提供やPRができる
- ・ 利用者の属性や興味など、細かく効果を測定できる

インターネットを活用して、集客につなげましょう。

お客さまを増やす方法を考えましょう

その活用について紹介します。

取組手順

step

1

インターネットを使った集客方法を知る

インターネットを使った集客方法にはどのようなものがあるかを知る。

step

2

有効な集客方法である SNS を知る

SNS とはどのようなものがあるかを知る。

step

3

SNS を使ってみよう

例. グーグルマイビジネス

パソコンを使って実際に登録してみる。

step

4

情報を更新しよう

情報を更新することでお客様への効率よくアピールできる。

step

5

最新情報の更新や口コミへの返信等を行い、お客様とつながろう

こまめな更新や口コミへの返信が、お店の宣伝につながる。



目標を設定して計画的に取組みましょう

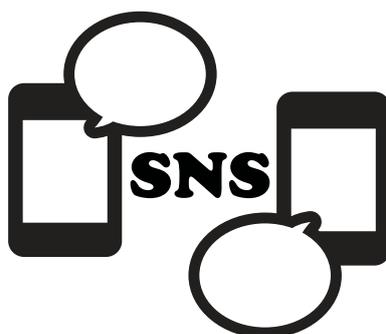
目標設定と計画策定については「付録」を参照してください

インターネットを使った集客方法を知る

インターネットを使った集客などの方法には、次のようなものがあります。
それぞれの特徴を生かして、集客につなげましょう。



目的	集客方法	内容
情報発信	ホームページの活用	自社ホームページを作成し、ネット利用者へ情報提供（予約受付などの機能もある）。また SEO 対策として、自社ホームページが検索されやすいように最適化を行う。
	メールマガジン、Eメール DM の発信	登録者に対して、メールにより情報発信。クーポンをつけることもできる。
	ブログで発信	最近の出来事などを web 上に書き込み、情報発信。
利用者との交流	SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）の活用	人と人とをつなぎ、コミュニケーションを行う。集客等の重要なツールとなりつつある。
有料広告活用	web 広告（検索連動型広告）	検索エンジンで検索したときに、画面上部と画面右側に出てくるようにした web 上の広告。
	ソーシャルメディア広告	ソーシャルメディア（ブログ、Facebook、Twitter 等）を活用した広告。

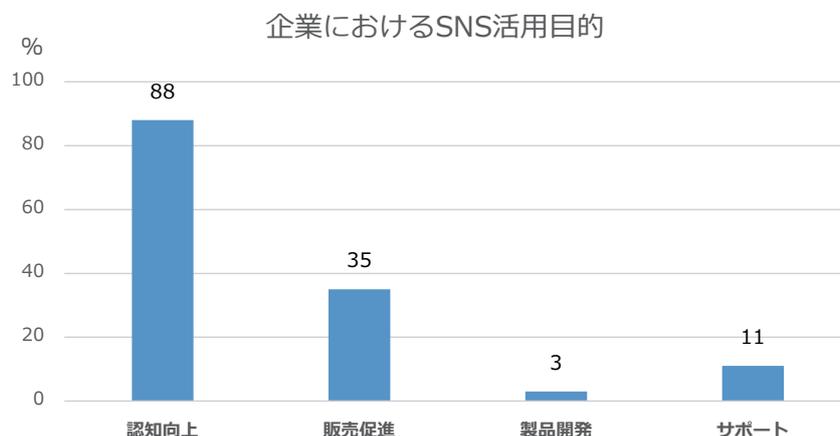


有効な集客方法である SNS を知る

- ・インターネットを使った集客方法の中でも、最近注目を浴びているのが、SNS。
- ・SNS の中には、次のように無料にもかかわらず有益なサービスがある。

SNS	概要
フェイスブック Facebook	日本国内で 2700 万人を越えるユーザーが利用する世界最大の SNS。企業も情報発信の一つの手段として活用している。
ツイッター Twitter	140 文字以内の短文を投稿し、共有するサービス。写真や位置情報も不特定多数に向け同時に送信でき、情報を拡散するときに威力を発揮する。
インスタグラム Instagram	モバイル端末で撮影した画像を手軽に加工して共有できる画像共有サービス。画像を簡単に加工することができる。他の SNS でも共有できる。
ライン LINE	スマートフォンアプリを中心に無料でチャットや通話ができるとともに、ゲームや音楽など関連サービスも楽しめるコミュニケーションツール。
ユーチューブ Youtube	利用者が投稿した動画を他者が視聴して楽しむ無料の世界最大の動画共有サービス。
グーグルマイビジネス (Google Map)	グーグルで飲食店名などを検索すると、店舗の基本情報・写真・地図等が表示されるが、その情報を登録・管理できるサービス。簡単なホームページの代わりになる。

* SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)とは、情報の発信・共有・拡散を行うことで、人とのつながりを重視したサービスです。



出典：日経 BP 社 「平成 27 年度商取引適正化・製品安全に係る事業」報告書

SNS を使ってみよう

例. グーグルマイビジネス

パソコンを使い、10分程度で登録できます。
事前にグーグルのアカウントの登録が必要です。



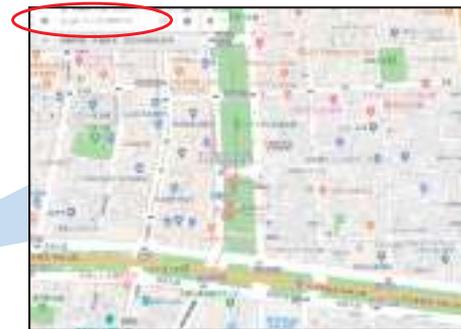
■ 登録の手順

手順 1
グーグルマップを開く



手順 2
自店舗名を検索

グーグルマップに自分の店舗名を入力して検索します。「店舗名」のあとにスペースキーを打ち込み、「〇〇県〇〇市」といった地名を入れるとより正確に見つかります。



自店舗が見つかった



手順 3
ビジネスオーナーをクリックして登録を行う



グーグルマップの左側に表示された「ビジネスオーナーですか?」をクリックし、連絡先などを入力します。

自店舗が見つからなかった



手順 4
新たに登録を行う

このサイトから登録します。

https://www.google.com/intl/ja_jp/business/



ビジネス名や所在地などを入力します。

手順 5
オーナーであることを確認する

オーナーが本人であることをグーグルが確認します。次の3つの確認方法があります。

- ①電話を受けて確認：登録時点で自動的に電話がかかってきます。
- ②メールによる確認：登録したメールに送られてきます。
- ③郵送で受け取って確認

情報を更新しよう

SNSに登録した後は、情報を更新しましょう。
情報を更新することで、お客様に効率よくアピールでき、
また検索されやすくなる等の目にとまりやすくなります。



パソコンやスマートフォン、タブレットを使って、情報を更新します。
慣れるまではパソコンを使う方が簡単でおすすめです。
スマートフォンやタブレットを使う場合はアプリを使うと便利です。

更新する情報は、以下のように多岐にわたります。
(グーグルマイビジネスの場合)



- ・ビジネス名の編集
- ・カテゴリの編集
- ・住所の編集
- ・営業時間の編集
- ・特別営業時間の編集
- ・電話番号の編集
- ・ウェブサイトの編集
- ・属性の編集
- ・ビジネス情報の編集 …etc

情報を掲載・更新する時のポイント

1. 正しい情報を正しく記載
2. できるだけ多くの情報を記載
3. 写真は必ず掲載



最新情報の更新や口コミへの返信等を行い、お客様とつながろう

SNSは、登録すれば終わりではありません。

- ・最新の情報に更新し続ける
- ・口コミに返信する

このことが集客に大きな力を持ちます！



お店の利用者から、多くの口コミが寄せられるようになります。これらがお店の宣伝につながります！

ただし、禁止・制限されているコンテンツに該当する場合を除いて、他者が投稿した口コミは削除してもらえません。（削除申請自体はできます）

禁止・制限されているコンテンツに該当する場合

- ・スパムと虚偽のコンテンツ
- ・違法なコンテンツ
- ・危険なコンテンツ
- ・わいせつ、冒瀆的なコンテンツ
- ・利害関係者による投稿
- ・関連性のないコンテンツ
- ・露骨な性的コンテンツ
- ・中傷的、差別的なコンテンツ
- ・なりすまし

ここで、ネガティブ口コミには誠意を持った返信をすることで、その返信を見た人に「真摯対応しているお店」という印象を残すことができます。お客様と緊密につながることによって、多くのお客様にお店のファンになってもらい、集客とともにリピート率を高め、固定客を増やしましょう。



memo

生活衛生関係営業の生産性向上を図るためのガイドライン・マニュアル作成事業
「生活衛生関係営業の生産性向上を図るためのマニュアル（基礎編）」

マニュアルの使い方

ガイドラインで課題を見える化し、2つのマニュアルを活用して、生産性の向上に取り組みましょう！

マニュアル（基礎編）



生活衛生関係営業者を支援する指導センターや生産性向上に取り組みたい組合・営業者が活用する生産性向上ツールです。
どの業種にも共通した課題とその取組方法を、イラスト等でわかりやすく解説しています。

3領域 10テーマ

収益向上	A. 特長ある店舗・施設づくりで業績を改善しよう
	B. 費用を削減して収益性を高めよう
	C. ICTを活用して集客力を高めよう
顧客満足向上	D. お客様の満足度を高めよう
	E. 優良顧客を増やそう
	F. インバウンドのお客様を増やそう
労働環境改善	G. 従業員のスキルとやる気を高めよう
	H. 作業しやすいお店・職場にしよう
	I. 効率的に作業しよう
	J. 人的ミス（ヒューマンエラー）をなくそう

+

付録 生産性向上を図るための事業計画を作成しよう

ガイドライン



生活衛生関係営業者自身が悩みや問題を整理するためのツール。
ガイドラインを活用することで、自店・自社の課題を見える化でき、生産性向上のために取り組むべき課題がわかります。

マニュアル（業種別編）



生活衛生関係営業者が、生産性向上に取り組むためのヒント集。
業界動向や消費者動向、業界向けに経営改善のヒントや取組事例を、イラスト等でわかりやすく解説しています。

理容業、美容業、クリーニング店、興行場営業、公衆浴場業、旅館・ホテル業、食肉販売業、食鳥肉、冰雪販売業、すし業、そば・うどん店、中華料理店、飲食業、日本料理店、喫茶店営業、社交業