

食べログの口コミを集客に活用する方法

▼食べログは集客に使えるの？

私の支援先にパンケーキ専門の飲食店があり、集客ツールの一つとして食べログを活用してお客様の集客を図っています。食べログの重要な特徴の一つとして、「口コミ」があげられますが、お店の評判に影響する悪い口コミを削除することができないため悩んでいるお店が非常に多いです。今回は口コミのメリット・デメリットを「見る側」「される側」の両側面から分析するとともに、食べログのマイナスの口コミをプラスに変えて売上アップさせた事例をお話したいと思います。

▼口コミを見る側のメリット・デメリット

良い口コミが多ければ多いほど、それが「良いものだ」という確信に繋がりがやすくなります。良い商品、良いお店だからこそ、良い評価をたくさんもらっているのだろう。だから、それを買うことには価値がある。そのお店に行くことには価値がある。お金を払う前に口コミを見れば、悪いものを早めに選択肢から外することができるといったメリットがあります。

デメリットは、当たり前のことですが、実際に商品に触れてみたり、お店に行って料理を食べてみないとわからないということです。実は良いものなのに、他人が「悪い」と言っていると、「良いもの」に出会うチャンスを逃してしまう可能性があります。

▼口コミされる側のメリット・デメリット

口コミされる側にとって、良い口コミが多ければ、口コミが口コミを呼び、広告費を掛けなくても売上が上がるようになります。しかし、悪い口コミが広がってしまうと、見込み客が遠ざかってしまう。商品に触れてもらう前に、料理を食べてもらう前に、お客さんを逃すことに繋がってしまいます。また、悪い評価が付いてしまうと、その口コミ情報は消えません。いくら改善しても、悪い評価が付いた店や商品は、悪い評価が付いた店や商品のまま。人から直接聞く口コミと、ネットのように「残り続ける口コミ」では、大きな違いがあります。

▼口コミを有効活用した食べログで売り上げアップした方法

口コミのメリット・デメリットを明確にしたところで、実際に私の支援先で売上アップにつなげた食べログの口コミの活用方法をお話します。まず、お客様から寄せられたマイナスの口コミ内容は以下の通りです。

“メニューに載っている(美肌グリーンスムージー)を頼み、飲んでみると全然冷えていない。コップには家で作る四角い氷がすこし入っているだけで細いストローで混ぜても混ぜても冷たにならない。冷えていたらもっと美味しかったと思うのにこれはスムージーではないです。すごく残念でした。”

このような口コミを他のお客様がもし見たら？たぶんマイナスのイメージをもたれると思います。しかし、本当のグリーンスムージーは、酵素を活かすために冷やさないことが正しい飲み方です。そこで、食べログの口コミに対して、この正しい情報をコメントで返し、マイナスの口コミを正確な情報でプラスに変えることで、グリーンスムージーを注文するお客様が3倍に増えました。マイナスの口コミを書き込まれてもお客様の声として、真摯に向き合い、正しく対応することでプラスに活用した良い事例だと思えます。少しでもこの情報がお役に立てば幸いです。

中野IT活用診断士事務所
代表 中野 雅公



京都で生まれ京都で育つ。自営業をしていた両親のお店が廃業したことをきっかけに経営を学び、中小企業診断士の資格を取得後、独立。売れ続けるネットショップ構築、SNSを活用した集客など売上アップを実現する攻めのIT活用とコスト削減、業務の効率化を実現する守りのIT活用で企業様への負担をかけることなく、業績アップを実現する専門家。大阪産業創造館をはじめ、数多くの公的機関の専門家として活動中。