

<title>美容室の広告で集客アップ！ 本 当に効果のある広告とは</title>

あなたの美容室がどんなに素晴らしくても、人々がその存在を知らなければ、ビジネスとして成り立ちません。より多くの顧客を獲得するための最も重要なことは、他の美容室よりも目立つ存在になることです。

美容室は、地域に根付いたビジネスです。多くの見込み客は、「地域名 美容室」で近所の美容室を探します。

transaction.agencyによると、81%の顧客が商品の購入やサービスの利用前にオンラインでキーワード検索しています。Googleのデータによると、過去2年間に「地域名 + 業種」などのキーワードで検索する人の数は500%増加しているとのこと。

(参考：

<https://saleslion.io/ecommerce-statistics/81-of-shoppers-research-their-product-online-before-purchasing/>)

あなたの美容室が検索結果に表示される必要があることを意味します。どの美容室もweb広告の知識を高める必要があるのです。

ここでは、美容室の集客に効果的なGoogleローカルキャンペーンに重点を置き、その機能や活用方法を解説します。

<h2>美容室で効果的なネット集客方法とは？ </h2>

美容室は地域に根ざしたビジネスです。誰かが「地域名 美容室」でキーワード検索するときは、その地域で美容室を探しているわけです。

そこにあなたの美容室が目立つ場所に表示されれば、来店客が増えることになります。Googleが提供する「ローカルキャンペーン」は、美容室のような地域特化型のビジネスに最適なマーケティングを提供しています。

地域名を含んだキーワード検索で上位表示することは、ほぼ即座に店舗への問い合わせ、予約、来店につながります。とても成約率の高いマーケティング手法なのです。

Googleローカルキャンペーンは、美容室の売上を伸ばすために有効なツールです。地域内の顧客をターゲットにしたい美容室にとって理想的な手法です。地域名で検索している顧客を惹きつけることは、美容室のビジネスに大きな成果をもたらします。

<h2>Google ローカルキャンペーンが美容室の「来店促進」に効果的な理由とは？ </h2>

Google ローカルキャンペーンの特徴は、主に3つあります。

- 設定や管理が簡単
- 予算を調整できる
- Googleの巨大なネットワークを活用できる

それぞれの特徴について、詳しく解説していきましょう。

<h3>設定や管理が簡単</h3>

Googleローカルキャンペーンの設定は、誰でも簡単にできるよう工夫されています。主な設定内容は、店舗名、所在地、営業時間、サービス内容、キャンペーン情報などです。手順に従ってそれぞれを入力していけば、Googleが自動的に最適な広告場所に広告を掲載してくれます。

<h3>予算を調整できる</h3>

Google ローカルキャンペーンは、予算も自動で調整されます。

たとえば、あなたの美容室の毎月の広告予算が1万円だったとします。その場合はローカルキャンペーンの設定画面で1万円と入力するだけです。

このデータに基づいて、Googleの機械学習技術が入札、広告配置などの組み合わせを自動的に最適化します。

<h3>Googleの巨大なネットワークを活用できる</h3>

ローカルキャンペーンは、Googleの巨大なネットワーク全体に表示されます。配信対象は、Google 検索、Google ディスプレイ、Google マップ、Gmail、YouTube などです。広告が表示される具体的な場所は、次の通りです。

<h4>Google マップ</h4>

誰かが Google マップ内で美容室を検索したとします。Google はこの情報をあなたの美容室の所在地に連動させます。あなたの美容室の近くにいる人やその場所に興味を示している人は、Googleマップ上であなたの広告を目にします。

例えば、あなたの美容室が渋谷にあったとします。Googleマップの利用者が渋谷のマップを探索しているときに、自動的にあなたの美容室に関する情報が表示されるのです。

<h4>Google検索 </h4>

Googleは、誰かが「地域名 + 美容室」でキーワード検索したとき、その地域に含まれる美容室の広告を表示します。

例えばあなたの美容室が新宿にあったとします。誰かがGoogleで「新宿 美容室」で検索したとき、あなたの美容室が検索結果の目立つところに表示されます。

<h4>YouTube</h4>

YouTubeでは、あなたの顧客を引きつける可能性が最も高いYouTubeに広告を表示します。

例えば、あなたの美容室が池袋にあるとします。そして「池袋で評判の美容室」というコンテンツの動画があるとします。この動画の視聴者に対して、あなたの美容室の広告が表示されるのです。

さらにGoogleは、機械学習技術を利用して、あなたの美容室に来客しやすい顧客をターゲットに広告を自動配信します。

たとえば、「縮れ毛 矯正」などで検索している池袋付近に住んでいるユーザーを自動で抽出し、最適な動画に広告を掲載します。

<h4>Googleディスプレイネットワーク</h4>

Googleは、世界中のニュースサイトやポータルサイト、有名ブログなどと提携し、巨大なネットワークを築いています。それを「Googleディスプレイネットワーク」といいます。ローカルキャンペーンを利用することで、この巨大なディスプレイネットワークにあなたの美容室の広告を掲載できます。

たとえば、「渋谷の若者のヘアスタイル」に関するニュース記事があったとします。Googleはこの記事と「渋谷 美容室」を関連付け、渋谷にある美容室の広告を自動でこのニュースサイトに掲載します。

<h4>Gメール</h4>

ローカルキャンペーンは、モバイルGmailユーザーに広告を掲載できます。

Googleは、Gメールの内容を解析し最適な広告を掲載します。たとえばそのGメール利用者が渋谷で美容室を探していると判断すれば、渋谷の美容室の広告が自動で掲載されるのです。

これらの広告配信は、あなたが自由に選択できます。たとえば、GoogleマップとYouTubeだけに広告を掲載し、他の媒体は広告を停止する、などのカスタマイズも可能です。また、Googleマップ広告の予算を全体の80%、YouTube広告の予算を全体の20%など、それぞれの広告媒体の予算を割り振ることもできます。

ローカルキャンペーンを利用することで、最適な予算で効果的な地域特化型マーケティングが可能になります。

<h3>ローカル検索広告との違いは？ </h3>

ローカルキャンペーンと似た広告に、Googleの「ローカル検索広告」があります。間違える人も多いので、ここで両者の違いを説明しましょう。

ローカル検索広告は、リスティング広告の表示オプションとして設定できるメニューの1つです。

ローカル検索広告の配信面は「Google MAP」と「Google検索ネットワーク」のみです。一方のローカルキャンペーン広告の場合、Googleの巨大なネットワークで広告配信されます。その結果、より多くの見込み客にアプローチできます。

<h2>美容室がローカルキャンペーンで成功する7ステップ</h2>

ローカルキャンペーンは、地域に根ざした美容室に最適なマーケティング手法です。しかし、ローカルキャンペーンは常に成功するわけではありません。行き当たりばったりで広告配信しても、時間とお金がムダになります。ここでは、美容室がローカルキャンペーンで成功する5ステップを解説します。

<h3>1. 明確な目的・目標を持つ</h3>

目的・目標が明確であれば、それに見合った顧客や場所をターゲットにできます。例えば、1ヶ月の新規来店を100人増やす、1ヶ月の予算は10万円以下、など、具体的にです。

また、集客したい顧客を明確に設定しましょう。男性、女性、年齢層、彼らは何を求めているのか？ 予算はいくらなのか？ 来店しやすい曜日や時間帯は？ などを明確にします。

<h3>2. 予算は柔軟に、しっかり使う</h3>

ローカルキャンペーンは、柔軟な予算管理が簡単にできます。すべてGoogleに任せてもいいですし、あなたが自由に予算を分配・管理することもできます。

このとき、成人式、入学・入社式、卒業式などの美容室の繁盛期に限られた予算内で広告を配信するのは、効率的ではありません。

また、あなたの地域内にある他の美容室が雑誌やマスコミに取り上げられたことによって、検索件数が急激に増大することもあります。

このような繁盛期や想定外のチャンスには、通常の予算の3倍を使うなどの、柔軟な予算管理が必要です。

予想を上回る予算が必要な場合に備えて、あらかじめある程度の予算を確保しておくといいいでしょう。

<h3>3. ランディングページ・ホームページを最適化する</h3>

近所の美容室を探す人の割合は80%を超えていますが、そこに掲載された広告を見てすぐに来店するとは限りません。

広告を経由してあなたのウェブサイトを訪問し、そこから電話で問い合わせたり、予約や来店につながることもあります。

ウェブサイトを最適化し、「地域名 + 美容室」のキーワードで検索されやすいようにウェブサイトを構築します。

また、サイト内に電話番号、営業時間、メニュー、料金表などを明記しましょう。ローカルキャンペーンとウェブサイトの連動は、美容室のデジタル・マーケティングで重要な要素です。

あなたのローカルキャンペーンを成功させるため、ランディングページ・ホームページを最適化しましょう。

<h3>4. 必要なものを用意する</h3>

ローカルキャンペーンには、あらかじめ用意すべきものや、知っておいた方がいいことがあります。ここでは、ローカルキャンペーンを効率的に進めるために必要なものなどを紹介します。

<h4>ビデオと画像アセット</h4>

ローカルキャンペーンで広告を出稿するためには、最低でも画像1点、ロゴ1点、10秒の動画1点が必要です。

画像は、美容室を意識し、デザイン性が高く、高品質のものを用意します。テキストだけではなく、ひとりまたは複数人が写っている印象的な画像にしましょう。解像度が低く、デザインが低品質ですと、美容室の技術スキルまでも疑われてしまいます。

ロゴは、Googleマップで目立つように、背景が暗いか色がついていることが好ましいです。

動画は、お店の雰囲気わかる内容にします。動画の撮影はスマホでできるため、それほど難しくありません。

動画編集ソフトも無料で手に入ります。

なお、高画質の画像、目立つロゴ、顧客を引きつける動画の制作が難しい場合は、専門デザイナーに依頼する方法もあります。

<h4>入札システムを理解する</h4>

ローカルキャンペーンは多彩な機能を持ったキャンペーンが可能です。その代わりに、初めは操作が難しいと感じるかもしれません。入札や予算を適切に管理できるようになるまで、少し練習しましょう。

どんなにおかしな設定にしても、予算以上の費用が請求されることはありません。まずは少額の予算を設定し、入札システムに慣れた後で、従来の予算を設定するという順番がおすすめです。

<h4>キャンペーン期間</h4>

Googleは、ローカルキャンペーンについて、最低30日間の運用を推奨します。もちろんこれより短期のキャンペーンも可能ですが、広告効果を正確に分析するためには、ある程度の期間が必要です。

Googleとしても、あなたの美容室に関するローカルキャンペーンの最適な掲載場所、適切な予算配分、広告配信の時間帯や曜日などを正しく判断するためのデータと学習期間を必要としています。情報が多ければ、あなたに有利な広告配信をGoogleが自動で判断しやすくなります。

1〜2週間程度の配信の場合は最適化が進みにくいため、30日以上配信期間が推奨されているのです。

また来店コンバージョンなどの掲載結果は、配信から30日以上経たないと正確な数値が得られない場合があります。可能な限り、長期的かつ継続的な配信をおすすめします。

(参照：<https://support.google.com/google-ads/answer/9161920>)

<h3>5. 地域内の最新情報を入手する</h3>

同じ地区内の競合他店が、あなたより魅力的な最新キャンペーンを実施しているかもしれません。これでは、せっかくのローカルキャンペーンも効果は小さくなります。そのために、あなたの地域内で何が起きているのか、どのような変化やトレンドがあるのかを把握しておく必要があります。

確認方法は簡単です。Googleで「地域名 + 美容室」などのキーワードで検索してみればいいのです。

検索結果の中で気になる情報を見つけたら、内容を確認しましょう。そしてそれに影響を受けないように、自店舗の広告配信をカスタマイズします。

<h2>まとめ</h2>

Googleローカルキャンペーンを利用すれば、マーケティングの知識がなくても、効果的な広告を出稿・管理できます。

機械学習の発展によって、Googleがあなたの美容室に最適な予算、広告位置、広告内容、顧客を自動で分析し、効率的に集客してくれます。

ネットの仕組みやIT技術を勉強しなくても、Web広告で収益を最大化できる環境が整っているのです。

Googleローカルキャンペーンを賢く利用し、美容院の集客と収益を加速させましょう。