

分かれ目は3.8以上

エアプラ新聞

2026/1/1 元旦号
毎月気まぐれ発行
タイツ広報担当

-意見広告-
「あの店、ダサッ!!」
そんな声には
エアプラが効きます



ショップまでのグーグルマップ

経路設定時に評価丸見え

グーグルクチコミ対策に注目

なんだよ…このクチコミ
お店の評価が低すぎる…
星3もないし…



クチコミも
少なすぎる…

クチコミ

店舗集客の成否は、来店前の段階でほぼ決まる時代に入っている。消費者は店舗を訪れる前にネット上のクチコミ評価を確認し、「その店に行くかどうか」を判断する。商品力や技術力に自信が

★3・8の壁

あっても、評価が低ければ比較の段階で選択肢から外れるのが現実だ。では、来店前に勝敗が決まる状況を、店舗はどう乗り越えるべきか。まず把握すべきは、自店舗が市場からどのような評価を受けているかという点にある。消費者は来店前にクチコミの点数や件数を確認し、「候補に入れるかどうか」を判断している。飲食店利用に関する調査によると、「行きたい」と感じる店の評価基準で最も多かったのは★4・0、次いで★3・8だった。裏を返せば★3・8に満たない評価の

星3と星4における購入率の差



店舗は比較検討の段階で候補から外される可能性が高いことを示している。商談テーブルに「クチコミQRコード」を置いてるだけでは効果は見込めない。大切なのは集める意思と仕組みづくりであることは間違いない。

―売り場特派員 小田―



店長
どうしたんですか

それが…
クチコミが
最悪なんだよ



エアプラタッチ
電子名刺

それならこれで決まり！
クチコミやライン友達も
グッと増えますよ！



よろしければ
お願いします！

これ便利ね！
クチコミして
おかわね！

金話のキツカケに
なるし一石二鳥ですね！