

インターネットを活用して集客アップ

連載第1回

源泉かけ流し&岩塩浴
グランローザ潮の湯
高橋元美 支配人

ニフティが運営する国内最大級の温泉施設口コミ情報サイト「@nifty温泉」は温泉施設が手軽に情報発信を行える新サービス「ニフパス」を開始した。ニフパスを使って集客に成功した施設に話を伺い、ニフパスの活用方法を紹介する。



費用対効果の常識が崩れる

「源泉かけ流し&岩塩浴 グランローザ潮の湯」は事業再生を行い、再オープンして2年が経った。当初は決して有名ではなかった同施設が「@nifty温泉」のアクセスランキング上位に登場するようになったのは「ネットユーザーとの繋がりを大切にしてきた」と「ニフパス」との出会いがあったから」と支配人の高橋元美さんは語る。

同施設は豊富な湯量と源泉かけ流しの湯が自慢の本格リゾートスパ。より多くの人に施設のことを知ってもらいたいと、チラシの配布やタウン誌や雑誌、電車、看板などに広告を掲載していた。オープンから1年が経過した頃、「当館を何で知ったか」アンケートを行った。回答は「家族・友人・知人からの口コミ」が39%、次いで「インターネット」が31%という結果に。

高橋さんは「多額の費用をかけてきた広告より、費用のかかっていない口コミやインターネットの方が、宣伝効果が高かったという皮肉な結果は、大きな衝撃だった」と当時をふり返る。

口コミとインターネット

高橋さんはアンケート結果をふまえ、ネットを使った集客に一層注力していった。ネットと一口

に言っても、固定的な情報を掲載するだけのホームページ（HP）より、リアルタイムで最新情報を流し、顧客やその予備軍と直接コミュニケーションが取れるSNSを活用し、口コミが拡散していくことが重要だと考えた。

ブログ、ツイッター、フェイスブックに頻繁に記事を投稿し、ネット上で積極的にコミュニケーションを行ったところ、ユーザーとの繋がりが形成されていった。同時に情報を拡散してもらえ、機会も増えていった。

ネットユーザーとの繋がりを大切にしてきたことが結果、@nifty温泉のアクセスランキング上昇への要因の一つとなった。

投稿作業が負担に

HP、ブログ、ツイッター、フェイスブック、その他の情報サイトの更新やモバイル会員へのメールニュースなど、ネット上の媒体も数多くある。費用はわずかしかなかったとはいえず、記事の投稿や更新作業の負担は少なくない。担当者を育成して業務を引き継ぐにしても、販売促進のセンス、IT技術、広報の責任まで教育することは簡単ではない。

高橋さんがネットを活用した宣伝活動に行き詰

まりを感じていた頃、ニフパスと出会った。

連動機能で作業が軽減

担当者が負担を感じるのとは各SNSへの投稿。@nifty温泉の自社施設紹介ページに「施設からのお知らせ」を掲載することができるようニフパスは、ツイッターやフェイスブックとの連動機能を搭載しているの、同時に同じ内容を投稿することができる。またニフパスにはイベントやキャンペーンのアイデア、販促カレンダーなどの機能も備わっている。ネット集客作業の負担を軽減してくれる。

高橋さんは「ニフパスを使えば、スマートフォンからでも投稿できるので、少し空いた時間で、誰でも簡単に投稿できる。@nifty温泉を訪れる温泉好きなユーザーに効率よくアピールできている」と効果を実感する。



源泉かけ流し&岩塩浴
グランローザ潮の湯

千葉県野田市花井1の1の2
☎04(7120)3000

ザルツゾーンではヨーロッパの岩塩洞窟治療が体験できる

『ニフパス』の問い合わせは

「ニフパス」事務局(株)アクトパス
☎03(3524)2681
(平日午前10時から～午後6時)
aqtupas_nifty@list.nifty.co.jp