

インターネットを活用して集客アップ

連載第10回

アクトパス

社長 望月 義尚さん
専務 米澤英一郎さん

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。開発に携わったアクトパスの望月社長と米澤専務にニフパスの活用方法について話を伺った。

販促の作業を軽減し効果的に誘客する

「ニフパス」は温泉施設がインターネットを使って「低コストで効果的」な集客・宣伝を行うために開発された新サービス。アクトパスの望月義尚社長と米澤英一郎専務が現場で培ってきた集客ノウハウが凝縮されており、販促担当者の作業負担が軽減されるための工夫がなされている。この連載でお伝えしてきたように、ニフパスの利用を開始した施設では、大きな成果ががり始めている。

使いこなせるまで無料でトライアル

多くの施設は最大2カ月間の無料トライアルから使用をスタートする。アクトパスは電話などでもサポートを行っているが、トライアル期間が終了してもニフパスをうまく活用できていない施設があることが最近分かってきた。

その理由について調べると、①ネット集客の担当者が決まらず、投稿が行えない②担当者のパソコンやインターネットに

7月からサービスを開始したニフパス最大の特徴は、ニフパスを使って作成した文章は、@nifty温泉だけに発展するウェブマーケティング

ニフパスを利用して販促を始めた施設では、ニフティが提供する成果報酬型クーポン「ぬくぬくぼん」の利用者数がニフパス導入前と比べて数倍に増えているケースも

関する知識が乏しいため、導入段階でつまづいてしまう③成果を感じるにはトライアルの時間が必要で、有料サービスに踏み切れない、などさまざまであった。

これらの声を踏まえ、ニフティとアクトパスの両社は、これまで最大2カ月間としていた無料トライアル期間の制限を緩和することにした。

「ニフパスは温泉施設に集客の成果をあげてもらうために開発したものの」と、開発の原点に戻ると望月社長は語る。

トライアル期間については、文章の制作、投稿はもちろん、閲覧者からのコメントへの返信など、SNSを使って顧客との繋がりができてようやくニフパスを使いこなせていると判断し、トライアルを卒業とする。

「新しい取り組みなので、現場によっては試行錯誤があるのは当然のこと。成果が出るまで、じっくり取り組んでいただきたい」と米澤専務。

「新しい取り組みなので、現場によっては試行錯誤があるのは当然のこと。成果が出るまで、じっくり取り組んでいただきたい」と米澤専務。



アクトパス

東京都中央区銀座3の11の5
第2中山ビル7F
<http://www.aqutpas.com/>

望月社長（左）と米澤専務が温泉ビジネスをトータルでサポートする

『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～午後6時)

aqutpas_nifty@list.nifty.co.jp

資料請求は<http://onsen.nifty.com/magazine/nifpas/>



ニフパスの資料請求画面

〈最終回〉