

Googleビジネスプロフィール ハンズオン設定ガイド

結婚相談所の信頼感を最大化し、無料相談予約につなげるための実践的な設定セッションへようこそ。



今日のセッションで設定すること

このガイドは一緒に操作しながら進めるためのハンズオン資料です。以下の3つのステップを順番に設定していきましょう。

01

アカウントの必須設定

スパム判定・停止を防ぐ安全な土台づくり

02

導線（商品・サービス）の設定

視覚的アピールから予約へ直結させる仕組み

03

コンテンツ設定

信頼感・安心感を醸成し、心理的ハードルを下げる

STEP 1

アカウント停止を防ぐ 必須設定

GBPはガイドライン違反があると予告なく停止されます。まず**安全な**土台を確認・設定しましょう。



必須設定：今すぐ確認する項目

ビジネス名

実際の屋号や法人名のみ記載。キーワードの詰め込みはスパム判定の原因になります。

カテゴリ設定

メインカテゴリは「結婚相談所」を選択。追加カテゴリで補足するのがポイントです。

住所・電話番号

自社ウェブサイトと完全に一致させること。NAP情報の不一致は信頼性低下につながります。

ウェブサイトURL

正確なURLを入力し、リンク切れがないか確認。

営業時間

実際の相談受付時間を正確に設定。祝日・特別営業日も忘れずに更新しましょう。

オーナー確認（認証）

未認証のプロフィールは編集権限が弱く、第三者に乗っ取られるリスクがあります。

⚠ 設定後は必ず「保存」ボタンを押し、反映されているか検索画面で確認してください。

導線づくり： 「商品」機能を使った予約誘導



結婚相談所は無形商材ですが、GBPの「商品」機能を活用することで、サービス内容を視覚的に訴求しながら、そのまま無料相談の予約へ誘導できます。

- ① 「サービス」機能より「商品」機能の方が、写真と価格・ボタンが目立つため、コンバージョン率が高くなりやすいです。

「商品」の登録方法：一緒に操作しましょう

GBP管理画面を開く

「商品」メニューを選択

写真・名称・価格・説明を入力

CTAを設定して保存

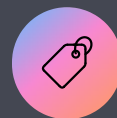
各商品には魅力的な写真と「無料相談を予約する」などのCTAボタンを必ず設定しましょう。登録例：「初回無料カウンセリング」「婚活プラン説明会」など。

商品・サービス登録で押さえるべきポイント



写真は必ず設定

清潔感のある相談室やスタッフ写真が効果的。写真なしは選ばれません。



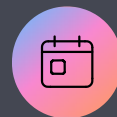
価格表示の工夫

「0円～」や「要相談」など、無料であることを明示するだけでクリック率が上がります。



説明文は100字以内

「何ができるか」「誰向けか」を簡潔に。長文は読まれません。



CTAは予約リンク直結

フォームページや予約ツールのURLを直接設定し、迷わせない導線を作りましょう。

コンテンツ設定： 信頼感と安心感を作る



結婚相談所は「誰に相談するか」がとても重要です。ユーザーは申し込み前に必ずGBPを確認し、「この人に話してみたい」と感じるかどうかを判断しています。

- 担当者の顔出し写真で親近感を演出
- 専門性を示す投稿・ノウハウ発信
- 口コミへの丁寧な返信で誠実さをアピール

写真・投稿・口コミ返信の設定

1

写真のアップロード

相談室の内観、スタッフの顔写真、成婚者（許可済み）の写真を登録。最低5枚以上を目安に。

2

最新情報の投稿

週1回を目安に「婚活豆知識」「成婚事例」「イベント情報」などを投稿。更新頻度が信頼感に直結します。

3

口コミへの返信

すべての口コミに**48時間以内**に返信。ネガティブな口コミにも誠実・丁寧に対応することが重要です。

- ☑ 口コミは「書いてもらう文化」を作ることが大切です。成婚者や面談後の方に、さりげなくお願いするタイミングを決めておきましょう。

本日の設定完了チェック

✓ 必須設定

ビジネス名・住所・電話・
URL・時間・認証

✓ 導線設定

商品登録・写真・CTA（予約）
ボタン

✓ コンテンツ

写真・定期投稿・口コミ返信ルール

設定が完了したら、スマートフォンで実際に検索して表示を確認してみましよう。お疲れさまでした！

