



宿泊業特化の

WEB講座

自社ホームページの集客でお悩みの方必見！

Vol.1

情報配信ルール

ホテル・旅館の到着情報やプランなどの更新で多くのWEBサイトに導入しているCMS。

CMSでは定期的に情報の更新をし、それに合わせてFacebookなどのSNSを更新をしていると思います。

そこで質問です。

どれくらいの頻度で更新されていますか？

CMSとSNSで更新内容に違いをつけていますか？

情報配信におけるルールなどは決められていますか？

おそらく、ほとんどの施設様が不定期に、時間ができた時に、CMSもFacebookもコピーした同じ内容で投稿されていると思います。

実はCMSとFacebookの情報配信については、ルールを守れば、多くの方に露出することが可能となり、自社WEBサイトへの集客（訪問数）へもつながることになります。

STEP01

年間スケジュールの作成

自社、外部イベント・プラン等

STEP02

情報配信回数・配信内容を決める

例) 毎週金曜日⇒イベント情報
月2回隔週水曜日⇒プラン販促

STEP03

年間スケジュールを元に原稿準備

- 写真（最低1点）
- 記事（500～1000文字程度）
- アピール（特典）⇒詳細⇒着地の構成

STEP04

自社サイトのCMSへ投稿

1回の更新で自社サイトへ1ページ追加

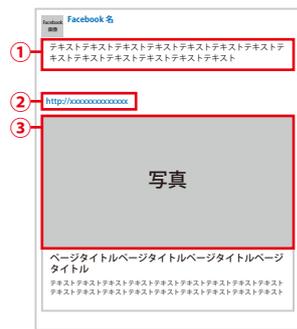
STEP05

Facebookへ投稿

- 写真（1点）
- 概要記事（50文字程度）
- URL設置



自社CMSは受け身として存在し、Yahoo!/Googleへの対策がメインとなるが、Facebookは連動させた記事を拡散させる。



Facebook 投稿

- 1 記事（50文字程度）
- 2 リンクURL（自社CMSへ）
- 3 写真（最低1点）

😊 連動運用により得られる効果

- ・自社サイトへの訪問数増加
- ・質の高いユーザー獲得
- ・幾何級数的な情報拡散

BB小ネタ帳

みなさんも御存知の通り、現在のGoogle検索結果に関する評価は、PCサイトの評価が検索順位決定に用いられ、スマホで検索しても、PCサイトの評価に基づき、検索順位が決められています。



WEBグループ
マネージャー 森

しかし、2016年10月、モバイルファーストインデックス導入がGoogleより発表されました。これは、現状の基準が逆になります。つまりは、スマホサイトの評価が順位決定に用いられ、PCで検索してもスマホサイト評価に基づき、検索順位が決められることとなります。

モバイルユーザーの急増から、今回の適応となりますが、正式な実施時期は決まっていますが、大きな基準変更となりますので、スマホサイトを持たれていない施設様やスマホサイトの情報が少ない施設様は注意が必要です。

今後もビジネスブレインでは、情報収集を続けていき、最適な提案の準備をしていく予定です。