
CodeNative ファースト文 運用ガイド

Googleマップ枝／フォーム営業 1通目 実行部隊向け

2026年9月21日版

対象：送信オペレーションの責任者および実行メンバー

内容：文面、その意図、送信リストの条件、返信対応、計測

この資料の構成

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| 01 今回の方針変更 | 09 歯科・クリニックの扱い |
| 02 売るもの（提供できる範囲） | 10 送信リストの条件 |
| 03 クチコミ収集の流れ | 11 マップ上での見分け方 |
| 04 言ってはいけないこと | 12 運用フロー |
| 05 ファースト文の設計意図 | 13 返信が来たときの一次対応 |
| 06 文面：業種不問版 | 14 想定問答 |
| 07 文面の構造（触る箇所・触らない箇所） | 15 計測する数字 |
| 08 文面：業種別の差し替え | 16 最初の2週間 |

訴求を、今すぐ出せるものだけに絞りました

前回案（4つ訴求していた）

- ☒ ~~電話の取りこぼしを自動で拾う~~
~~営業時間外の着信、施術中の不在着信~~
- ☒ ~~予約システムと連携してクチコミ自動送信~~
~~来店後に自動でお願いメールを配信~~
- ☐ クチコミへの24時間以内の返信
- ☐ 投稿更新の抜け漏れ防止



今回案（2つ+補足に一本化）

- 1** クチコミへの24時間以内の返信
返信できていない過去のクチコミの拾い上げを含む
 - 2** 投稿更新の抜け漏れ防止
抜けが出そうなときは下書きまで用意
- +** 来店されたお客様からのクチコミ収集
店頭QR・カード・依頼リンクで、全員へ平等にご案内

外した理由。 電話まわりは現時点でプロダクトとして提供できません。商談で「具体的にどうやるのか」と聞かれて出せないと、そこまでに積んだ信頼が一度で消えます。予約システム連携は、店舗ごとに仕様がバラバラで現実的ではありません。

提供できるのは、この3つだけ

1通目で書くのは上2つ。3つ目は補足として1行

■ クチコミへの24時間以内の返信

いただいたクチコミに24時間以内で返信します。加えて、返信ができていない過去のクチコミもさかのぼって拾います。放置されたクチコミが溜まっている店舗ほど効きます。

■ 投稿更新の抜け漏れ防止

Googleマップの投稿が止まらないようにします。抜けが出そうなときはこちらで下書きまで用意し、店舗の確認を経て反映します。

■ 来店されたお客様からのクチコミ収集

店頭のQRコード、お渡しカード、ご案内リンクで、来店された方へ同じようにご案内します。その場で下書きをお出しし、Googleへ投稿いただく流れです。ご来店の方全員に平等にお願いし、評価による選別はしません。

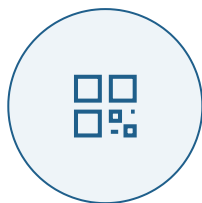
なぜこの形なら今すぐ出せるのか。 予約システムへの接続も、電話まわりの工事也不要だからです。店頭に置くものと、返信・投稿の運用体制だけで完結します。Googleのルール（依頼は全員へ平等に、評価による選別をしない）にも沿っています。

来店されたお客様から、その場でいただく



ご来店

施術・会計のタイミングで、ご来店の方全員に同じようにご案内します。



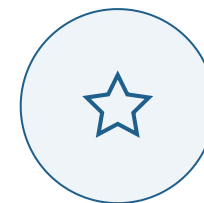
店頭QR・カード・リンク

レジ横のQR、お渡しカード、ご案内リンク。店舗の動線に合う形を選べます。



その場で下書きをご用意

お客様は文章をゼロから考えずに済みます。書き換えも自由です。



Googleへ投稿

お客様ご本人が投稿します。店舗側が代筆・投稿することはありません。

この形にしない理由がある。 予約システムごとの個別連携は、店舗ごとに仕様が違い現実的ではありません。

Googleのルールに沿う形です。 依頼は来店された全員へ平等に。高評価をつけそうな人だけに依頼する運用はしません。

1通目でも商談でも、この線は越えない

言ってよいこと

- クチコミへの24時間以内の返信
- 返信できていない過去のクチコミの拾い上げ
- 投稿更新の抜け漏れ防止と下書きの用意
- 来店客への平等なクチコミ依頼（店頭QR・カード・リンク）
- 現在のマップ運用や外注先には手を加えないこと
- 無料で試していただき、結果が出たら事例として紹介したいこと

言ってはいけないこと

- 電話の自動対応、不在着信の自動フォロー（未提供）
- 予約システムとの連携（1通目では出さない）
- 順位が上がる、集客が増える、売上が何倍という約束（景品表示法）
- 今の業者や他社を落とす表現
- 高評価の人にだけクチコミを依頼する運用（Googleポリシー違反）
- AI、内製化、外注費の比較、金額。すべて相手から出たら拾う

迷ったときの基準。「商談でやり方を実演できるか」で判断してください。実演できないものは書かない、言わない。返答に詰まった瞬間に、それまでの信頼が消えます。

なぜこの書き方なのか

依頼の形にしている

「作らせていただけませんか」と書いています。売り込みではなく試させてほしいというお願いなので、相手は評価する側に立てます。営業を受ける構図になりません。

外注先に触らないと明記する

最重要の一行です。「現在のマップ運用は今のままで構いません」と書くことで、解約も稟議も引き継ぎも不要だと伝わり、相手の判断コストがほぼゼロになります。

やることを2つに絞って具体で書く

抽象的な「集客を支援します」では伝わりません。24時間以内の返信と、投稿の抜け漏れ防止。読んだ瞬間に何が起きるか分かる粒度まで落としています。

褒めた直後に矛盾させない

「ご返信を続けていらっしゃる」と書いた直後に「返信できていない過去のクチコミ」と続けると矛盾して読めます。そのため間に「全件24時間以内、かつ投稿も止めずになると手が回らない場面もあるかと」の一文を挟んでいます。

無料と事例提供を交換にする

立ち上げ期なので嘘がなく、相手も「なぜ無料なのか」に納得できます。値引きではないので、後から価格を出すときに不利になりません。

そのまま送る本文 黄色は業種別に差し替える箇所

件名：クチコミへのご返信と投稿の更新、仕組みを作らせていただけませんか

突然のご連絡失礼いたします。株式会社CodeNativeの桑原と申します。

弊社は店舗向けの業務システムを開発している会社です。

現在、Googleマップのクチコミ返信と投稿更新を止めずに続けるための仕組みを作っており、実際の店舗で試させていただける企業様を探しております。

{{店舗名}}様のGoogleマップを拝見し、投稿やクチコミへのご返信を続けていらっしゃることから、お客様との接点を大切にされていると感じご連絡いたしました。

そのうえで、いただいたクチコミすべてに24時間以内、かつ投稿も止めずに、となると手が回らない場面もあるかと思います。そこをお手伝いする仕組みです。具体的には次の2つです。

- ・いただいたクチコミへ24時間以内にご返信します。ご返信ができていない過去のクチコミも、さかのぼって拾います。
- ・投稿の更新が止まらないようにします。抜けが出そうなときは、こちらで下書きまでご用意します。

いずれも、店舗様にご確認いただいてから反映する形にできます。

あわせて、ご来店いただいたお客様にクチコミをお願いする流れ（店頭のQRコード、カード、ご案内リンク）もご用意できます。ご来店の方に同じようにご案内する形で、その場で下書きをお出しして、Googleへ投稿いただきます。

現在のマップ運用は今のままで構いません。外部にご依頼されている場合も、そちらに手を加える必要はありません。並行して動かせるものです。

無料でお試しいただき、結果が出ましたら事例として紹介させていただければ幸いです。

まずは30分ほどお時間をいただき、いまの運用でどこまで手が回っているかをお伺いしたうえで、御社に合う形をご提案させていただきます。

ご興味をお持ちいただけましたら、本メールにご返信ください。

株式会社CodeNative 桑原

段落ごとの役割

黒＝固定／金＝業種で差し替え

名乗り	突然のご連絡失礼いたします。株式会社CodeNativeの桑原と申します。	先に誰かを明かす。リンクも資料請求も求めないので警戒されにくい。
立場（差し替え）	弊社は店舗／医院向けの業務システムを開発している会社です。	MEQ業者ではなく開発会社だと先に伝える。同業の売り込みと区別される。
依頼	実際の店舗で試させていただける企業様を探しております。	売り込みではなく依頼。相手が評価する側に回るので、断る負担も軽い。
選定理由（差し替え）	{{店舗名}}様のGoogleマップを拝見し、ご返信を続けていらっしゃるから…	一斉送信でないことの証明。{{店舗名}}の差し込み漏れはここで致命傷になる。
繋ぎ	そのうえで、すべてに24時間以内、かつ投稿も止めずに、となると手が回らない場面も…	褒めた直後に課題を出すための緩衝材。これが無いと矛盾して読める。
やること2つ	24時間以内の返信（過去分の拾い上げを含む）／投稿更新の抜け漏れ防止	この2つ以外を足さない。足した瞬間に商談で答えられなくなる。
収集の補足（差し替え）	ご来店いただいたお客様にクチコミをお願いする流れ（店頭QR・カード・リンク）	医院版ではこの段落をまるごと削除する。
外注はそのまま	現在のマップ運用は今のままで構いません。外部にご依頼されている場合も…	最重要の一行。解約・稟議・引き継ぎの心配を消す。絶対に削らない。
無料と事例	無料でお試しいただき、結果が出ましたら事例として紹介させていただければ…	なぜ無料かの説明になっている。値引きではないので後の価格交渉に響かない。
出口	まずは30分ほどお時間をいただき／本メールにご返信ください	求めるのは返信だけ。リンクも添付も入れない。

骨格は共通。言葉だけ入れ替える

業種	呼称	来店の言い方	顧客の呼び方	その業種だけの調整
美容室	サロン様	ご来店	お客様	「施術の合間に」を繋ぎの一文に入れる
整体・接骨院	院	ご来院	患者様	「施術の合間に」を入れる。QRは「院内の」と書く
歯科・クリニック	医院	ご来院	患者様	投稿ではなく「情報の更新（診療時間・休診日・お知らせ）」。クチコミ収集の段落は削除（次ページ）
エステ・ネイル	サロン様	ご来店	お客様	「施術の合間に」を入れる

差し替えはこの4語だけ。 文章そのものを書き換えしないでください。骨格を崩すと、意図して入れてある「外注先に触らない」「依頼の形」が抜け落ちます。全文は別紙のテキストをコピーしてお使いください。

医院向けだけ、クチコミ収集を外しています

医療広告ガイドラインでは、患者の主観に基づく体験談を医療機関が広告として利用することが制限されています。医院が患者にクチコミ投稿を依頼する行為がこれに当たるかはグレーです。

リスク

商談で突っ込まれたときに 答えに詰まる

院長や事務長は広告規制に敏感です。規制に触れかねない提案を出すと、その一点で全体の信用が落ちます。

対応

収集の段落を削除し 返信と情報更新だけで出す

医院版の文面では、クチコミ収集の1段落をまるごと外しています。返信と情報更新だけでも十分に成立します。

今後

確認が取れたら戻す

CodeNative側で法務確認が取れた時点で、医院版にも収集の段落を戻す判断でよいと考えています。それまでは外したまま運用してください。

実行部隊へのお願い。 医院から「クチコミを増やしたい」と言われた場合も、その場で収集の提案はしないでください。「持ち帰って確認します」で止めて、CodeNativeへ連携をお願いします。

訴求が変わったので、狙う店舗も変わります

これまでは「投稿もクチコミ返信も継続している店舗」に絞る想定でした。訴求が抜け漏れ防止になった今、最も刺さるのは一度はやっていたのに途切れている店舗です。優先順位を逆にしてください。

優先	状態	なぜ刺さるか	Googleマップ上の見分け方
第1	クチコミは来ているが未返信が溜まっている	過去分の拾い上げがそのまま解決策になる	直近のクチコミにオーナー返信が付いていない。返信率が半分以下
第2	投稿が数ヶ月止まっている	やる気はあったが続かなかった層。抜け漏れ防止が響く	最新投稿が3ヶ月以上前。過去には複数の投稿がある
第3	投稿も返信も継続している	すでに外注済みの可能性が高い。24時間以内の返信速度で差別化する	投稿もオーナー返信も直近1ヶ月以内にある
対象外	クチコミゼロ、投稿ゼロ	そもそも集客に投資していない。返信が来ても商談まで進まない	クチコミ件数が一桁前半。オーナー返信が一度もない

クチコミ欄のここを見る



田中 ○○

クチコミ 3件・2週間前



丁寧に対応していただきました。予約も取りやすく、また利用したいと思います。

オーナーからの返信なし

第1優先 すぐ送る



佐藤 ○○

クチコミ 12件・4日前



スタッフの方の説明が分かりやすく、安心してお任せできました。

オーナーからの返信・2日前

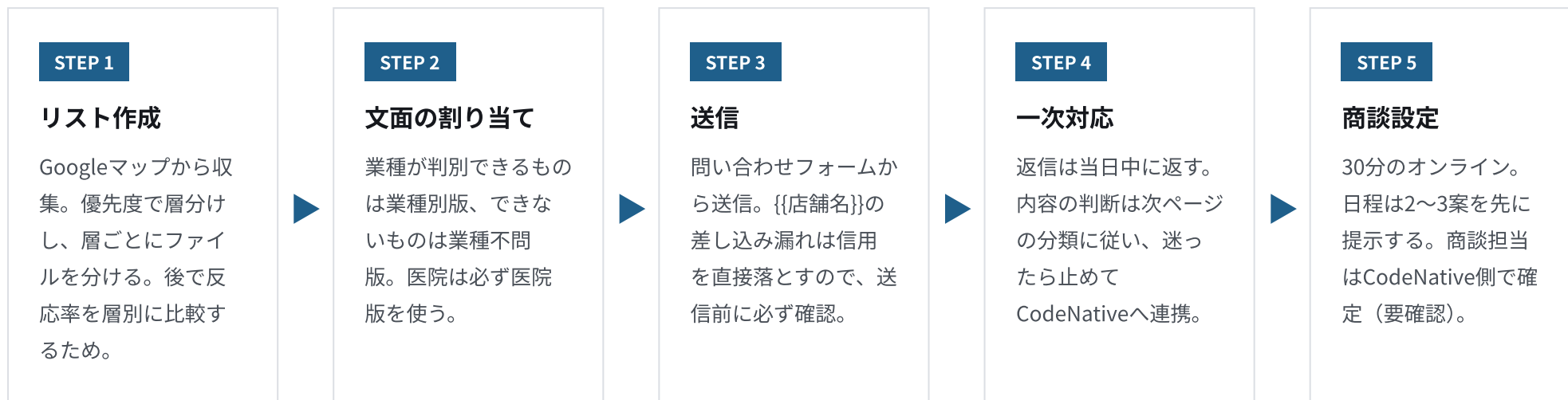
この度はご来店ありがとうございました。またお待ちしております。

第3優先 後回しでよい

返信率のざっくり確認。 直近10件のクチコミを見て、オーナー返信が5件未満なら第1優先です。1件も無ければ最優先。

投稿タブも見る。 最新投稿が3ヶ月以上前で、過去には複数投稿がある店舗が第2優先です。投稿タブ自体が無い店舗は対象外。

リスト作成から商談まで



先に決めておきたいこと。 差出人と返信先のメールアドレス（フリーメールだと信用度が落ちるため独自ドメイン推奨）、商談を誰が担当するか、無料モニターの期間と範囲。この3点はCodeNative側の確定待ちです。

4パターンに分けて、迷わず返す

返信の種類	やること	返し方の型
興味あり・話を聞きたい	当日中に日程調整。2〜3案を先に出す	お礼、30分で伺いたい内容を1行、日程候補。売り込みは足さない
質問（何をするのか、費用は）	提供する2つを具体で答え、その先は商談へ	24時間以内の返信と投稿の抜け漏れ防止。詳細は画面をお見せしながらの方が早い、と繋ぐ
不要・お断り	即座に送信停止リストへ。再送しない	一行でお詫びと感謝。食い下がらない
苦情・強い拒否	その場で返信せず、責任者へエスカレーション	責任者が判断。個人で返信しない

一次対応でやってはいけないこと。 電話対応や予約連携を聞かれて「できます」と答えること。金額をその場で提示すること。この2つは必ず持ち帰ってください。

聞かれること、返し方

返信は誰が書くのか

こちらで下書きを用意し、店舗様にご確認いただいてから反映します。慣れてきたら確認を省く運用も選べます。

変な返信をされたら困る

最初はすべて確認いただく形から始めます。公開前に止められるので、意図しない文面が出ることはありません。

いまMEOを外注している

そのまま構いません。外注先に手を加える必要はなく、並行して動かします。解約の話ではありません。

クチコミはどうやって増やすのか

ご来店の方へ店頭のQRやカードでご案内します。全員に同じようにお願いする形で、評価による選別はしません。

費用はいくらか

まずは無料でお試しいただき、結果が出たら事例としてご紹介いただく形です。その先の条件は商談で（金額はこの場で出さない）。

順位は上がるのか

順位を約束することはできません。できるのは返信と投稿を止めずに続けることです（保証表現は使わない）。

電話の取りこぼしも見てくれるか

現在是对应していません。今できるのは返信と投稿です（できると答えない。持ち帰る）。

どこが詰まっているかを、段で見る

送信数

層別・業種別・日別に記録。**母数がないと他の数字が読めません。**

返信

ここが低い → **件名と冒頭**を疑う。相手は本文まで読んでいません。

前向きな返信

ここが低い → **訴求そのもの**を疑う。お断り理由の原文が材料になります。

商談実施

ここが低い → **一次対応と日程調整**の問題。文面ではありません。

目標値はまだ置きません。 この訴求での実績がないためです。最初の200～300通を基準値として取り、そこから改善幅を測ります。

お断り理由は原文のまま残す。 要約すると次の改訂で使えません。返信文をそのまま貼り付けて蓄積してください。

着手順

■ 差出人・返信先のメールアドレスを確定する

独自ドメイン推奨。フリーメールだと返信率に影響します。CodeNative側の確定待ちです。

■ 商談担当と、無料モニターの範囲・期間を確定する

1通目でアポを求める設計なので、返信が来てから決めていては間に合いません。送信開始前に決めてください。

■ リストを層別に作る（まず各層100件）

未返信が溜まっている店舗を最優先。層ごとにファイルを分け、混ぜないでください。

■ テスト送信20通で文面と差し込みを確認する

{{店舗名}}の差し込み漏れ、文字化け、フォームの文字数制限。ここで潰します。

■ 本送信を開始し、返信文は原文のまま蓄積する

お断り理由も含めて残してください。2週間後に、その原文をもとに文面を改訂します。
