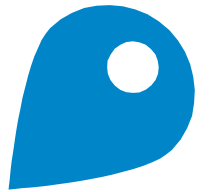


2018年のSEO情勢と アクセスを集める特化ブログの作り方



■ 目次

- 知っている事、わかっている事もあるかもしれない
- 素直に聴く
- アウトプットする

過去～2018年のSEO情勢

■ 過去のSEO対策

- 機械相手

Ex) 外部リンク、キーワードの本文内出現率

■ 2018年のSEO情勢

- 検索者の動向が重視されるようになってきている
- 滞在時間、直帰率、検索者の動き（検索活動の終了）
どこまで読んでいるか、複数ページ読んでいるか

■ 2018年のSEO情勢

- 今のSEO対策 = **ユーザー目線でのサイト構築**が最重要
- UX (=ユーザーエクスペリエンス)
ネットを通してユーザーが得られる経験の事
自身のサイトUXが高いかを追求する
ストレスなく使いやすいか、文章は分かりやすいか、面白いか、満足出来るか？
- SXO (=SEO + UX)
検索エンジン最適化は前提
ユーザーの検索行動に対してどれだけ満足させる事が出来るか
検索行動の終了がゴール

■ Googleの2つのガイドライン

1. ページの質

- ①メインコンテンツの質&量
- ②ページ・webサイトのE-A-T（専門性・権威性・信頼性）
- ③webサイトの評判

2. ニーズとの関連性

- ①ニーズとの合致度合い
- ②品質
- ③スマホでの使い勝手

■ Googleも日々、進化している

- 醤油ラーメンと検索すると近くの醤油ラーメンの店が表示される
⇒ 「醤油ラーメン」と検索する人のUXが最大限満たされる
- 昔は無かった機能
⇒ Googleも日々、進化している
- 柔軟な対応が必要

アクセスを集める 特化サイトの作り方

■ 概要

1. ロングテールのススメ
2. トレンドを活用
3. ライバルに差をつけるキーワード選定
4. 高品質な記事を作成せよ
5. スマホユーザー目線
6. 内部リンク
7. ライバルチェック

1. ロングテールのおすすめ

■ 狙ったキーワードで上位表示させる重要性和難しさ

Ex) 月間検索ボリューム = 1000アクセスのキーワードの場合

- 1位に表示できても月間500
- 2位なら月間250
- 10位（ギリ1ページ目）なら月間30アクセス

■ ビッグキーワードに頼るな！ロングテールのススメ

- ビッグキーワードとは
 - ・ 検索ボリュームが大きなワード 月間1万以上
 - ・ **ライバルが強い**ex) 筋トレ、ダイエット
- スモールキーワードとは
 - ・ 検索ボリュームの少ないキーワード 月間1000以下
 - ・ **ライバル弱い** タイトルに含まれていないケースもあるex) ノマドカフェ 埼玉

■ ロングテールとは

ロングテールとは

- 複数（3, 4語）の単語を組み合わせた検索ワード
- スモールキーワードの集合体の総称

1つ1つのスモールキーワードの検索数は少ない

- しかし、それが100、200集まる事で、ビッグキーワード以上の検索ボリュームとなっていく
- 見出しや本文にスモールキーワードを散りばめていく

■ 初期段階での戦略

- 初期のうちには月間ボリューム1000以下のキーワード選定
⇒検索ボリュームが大きい方が競合強いことが多いため
- ロングテールの考え方を意識する

Ex) タイトル「埼玉 ノマド カフェ」の記事

Mac、女性客、男性、一人、電源、wifi、無料
場所、行き方、アクセス、地図、メニュー、フード

⇒1つ1つのアクセスは少ないけど、
ニッチなキーワードも妥協せず盛り込む

■ ロングテールの選定方法

- 関連キーワード取得ツール
- <http://www.related-keywords.com/>
- 検索数少ない言葉も見出し、本文の中にぶち込みまくる
- タイトルに入っていないキーワードでも検索が集まるようになる
- 色々な組み合わせでアクセス集まる

■ 長文ロングテールは有効か？

- ロングテールの考え方だと
記事内の見出し、本文中で出身地や趣味など
スモールキーワードの集合体でアクセスを増やしていく
- 「アイドル 彼氏」について検索してくる人
今、知りたい情報は、「彼氏の有無や誰か」
⇒出身地や趣味ではない・・・本質的に価値あるか微妙？
- 今のところ有効！
- 順位変動の影響を受けづらい

2. トレンドを活用

■ トレンドを混ぜつつ記事を作成

- 初期段階でブログパワーの底上げを行うため
- Ex) アイドル特化サイトなら
テレビ番組で対象のアイドルが放送された場合
- Ex) 野球、格闘技の特化サイトだったら最新の試合結果
- Ex) 新規のスマホゲーム
- ブログパワーが上がって検索エンジンの
順位が上がってアクセス数が増える

3. ライバルに差をつける キーワード選定

■ ライバルに差をつけるキーワード選定

- 例) 食べ過ぎ、吐き気
- 「食べ過ぎで吐き気がするメカニズムを解説」
- 「一瞬で食べ過ぎの吐き気が治る!?!驚きの方法を紹介！」
- 検索ユーザーが何を求めているかを常に考える

■ クリックされやすくするタイトルにする工夫

目を引く	一瞬で、驚きの、秘密の、最新の etc
数字	～3つのポイント、～5選 etc (奇数がオススメ)
疑問	～とは!?!、～かわいい? etc (記事タイトルで中身を連想させる)
その他	～の方法、～の理由、～のポイント、～の原因 etc

※大前提は検索されるキーワードを複数、用いる事
そして検索上位に表示される事

4. 高品質な記事

■ 高品質な記事

- 最善なキーワード選定
- 読者が求めている事を記事にする
- 情報量&オリジナリティー
- ユーザビリティ

■ 高品質な記事 【Googleは・・・】

- グーグル=価値ある完璧な情報群を作りたい
⇒ ネット上には根拠のない情報が蔓延している
他サイトに書いてある根拠のない噂話は避けた方が良い
- 情報の根拠を示す
 - 本に書いてあった
 - サンジャポで放送されてた
 - 週刊サンデーに書いていた
 - トーク番組で本人が言っていた
 - 行ってみた etc

■ 高品質な記事 【情報量 & オリジナリティー】

- 圧倒的な情報量！自分の記事で全部、**情報を網羅**する！
- 記事内、見出しにニッチなキーワード盛り込む
- 長期の安定記事文字数3000文字以上
- **ライバルの1.5倍以上**！
- 記事ネタのために参考資料を購入する！
- 実際に作る、体験する → 最高のオリジナリティー！
- 新鮮な情報 記事の更新 更新日付

■ 高品質な記事 【ユーザービリティ】

- ・居心地良いサイト作り

- ・読みやすい、わかりやすい、面白い

<http://magara-style.com/yomiyasui-664>

- ・表示スピード

<http://magara-style.com/ewww-settei-1118>

5. スマホユーザー対策

■ スマホユーザー対策

- 読みやすい文になるように短文で
- 文字の大きさ、色、見出しで知りたい情報を分かりやすく
- 画像、埋め込み動画
- 結論（ユーザーの知りたい情報）はなるべく前半に

6. 内部リンク

■ 内部リンク

- 文末だけでなく、記事本文内での誘導も有効
 - 最後まで読まないユーザーもいる
- 誘導文にもキーワードを入れる
- ユーザーを逃がさない

7. ライバルチェック

■ ライバルチェック

- 狙ったキーワードでライバルサイトより上位表示できるか確認する事
⇒自分の目で、自分のサイトで確かめるしかない
- 避けるべき
 - 大手企業サイト（HIS、食べログetc）
 - ニッチな特化サイト
 - 2ちゃん、NAVERまとめ（抜ける事もある）
 - パワーがある特化サイト

■ パワーある特化サイトの判断基準

- 記事数
- 運営期間
- サイトデザイン
- 記事の文字数
- 内部対策
 - 人気記事ランキング
- ライバルチェック対策
 - コピペ防止

まとめ

■ まとめ

- 最重要は読者にとって価値あるコンテンツ！
- 質の高い記事を書く！
- ロングテール（スモールキーワードの積み重ね）を意識する！