

ブログのアクセスアップは順調ですか？

もしあなたが、ブログの PV やユニークユーザー数を増やす方法に興味があるのなら、このコンテンツはきっとあなたのお役に立てるはずです。

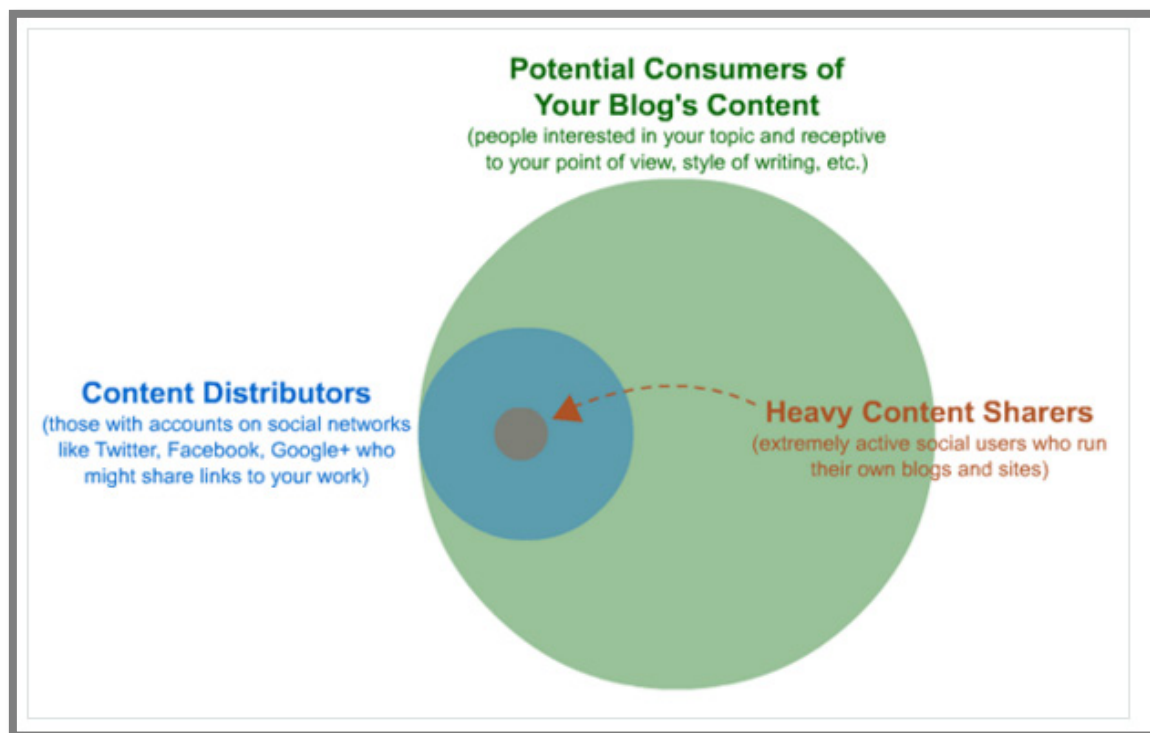
この ebook では、トラフィックを増やす効果が証明済みの 21 の方法を解説しています。すぐに実践できるテクニックばかりですので、ぜひすべてを試してみてください。

【WEB】 [このコンテンツの WEB バージョンをご覧ください。](#)

1. シェアを生むコンテンツテーマを選ぶ

コンテンツが Twitter や Facebook などの SNS でたくさんシェアされるかどうかは、コンテンツのテーマによって大きく左右されます。つまり、シェアをたくさん生むコンテンツを作りたいのならば、バズりやすいテーマを選ぶ必要があります。

Moz の [Rand Fishkin 氏](#)が表現した図は、SNS でコンテンツがシェアされる仕組みをわかりやすく表現しています。



全体の緑の円は、あなたのブログコンテンツに興味・関心がある人を示しています。次に、Twitter・Facebook・Google+などのSNSのアカウントをもっており、あなたのコンテンツをシェアしてくれる可能性がある人が青の円です。そして、その青の円の中で、ブログを運営していて積極的にコンテンツをシェアしている人がオレンジの円です。

つまり、あなたはオレンジのブロガーが好むコンテンツテーマを探し出す必要があるのです。では、オレンジのブロガーが好むトピックはどのように探せばいいのでしょうか？

答えはシンプルです。**SNSで何度もシェアされたコンテンツを探せばいいのです。**何度もシェアをされているということは、オレンジの人が強い関心をもっている可能性が高いからです。

SNSでたくさんシェアされたコンテンツを探すために、[BuzzSumo](#)を活用すると便利です。たとえば、“コンテンツマーケティング”で検索すると、主要SNSでのシェア数が多いコンテンツのタイトルが表示されます。（アカウント登録すると期間別にフィルタリングすることができます。）

上位のコンテンツのタイトルをチェックすると、ある大きなヒントが見えてきます。それは、事例コンテンツが多くを占めていることです。

つまり、コンテンツマーケティングのトピックで記事を作成する場合、成功事例やそのノウハウを解説すると“拡散”される可能性が高いということです。

2. 被リンクを獲得できるコンテンツテーマを選ぶ

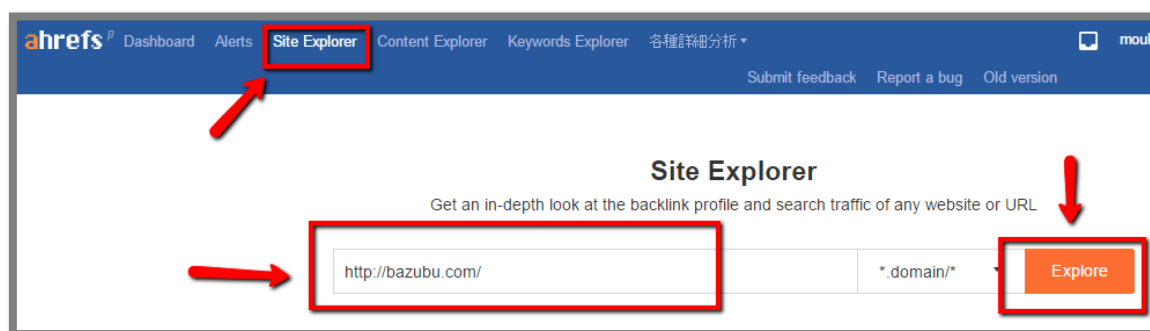
コンテンツには、被リンクを集めやすいテーマとそうでないテーマがあります。Googleで上位表示するために最も重要な要因が被リンクの獲得である以上、当然ながらリンクを獲得しやすいテーマを選ぶ必要があります。

では、あなたの分野でリンクを得られる可能性が高いテーマをどのように探せばいいのでしょうか？

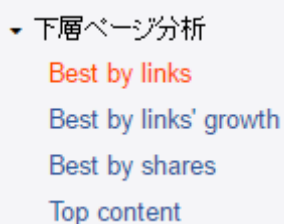
考え方は、前述のシェアを生むコンテンツテーマを探す方法と同じです。**既にあなたの分野でたくさんのリンクを集めているコンテンツこそ、リンクを獲得できる可能性の高いテーマです。**

Ahrefs を使用して、あなたの競合・関連サイトでたくさん被リンクを集めているトピックをリストアップします。なお、Ahrefs はインハウス SEO には欠かせない重要な WEB 分析ツールです。

まず、[Ahrefs](#) の[Site Explorer]をクリックして、リンクをたくさん集めているコンテンツをもっている可能性のある競合サイトの URL を入力して、[Explore]をクリックします。
(サンプルは[バズ部](#)です。)



ダッシュボードで、[下層ページ分析]の[Best by links]をクリックします。



被リンクをたくさん獲得しているコンテンツのタイトルが表示されるので、トピックをリストアップしていきます。

The Best Pages by Backlinks

Platforms ▾

Languages ▾

Search

Q

760 results

#	Page	UR ↓	RD	Dofollow	Nofollow	Redirects	First Seen	Chk
1	バズ部 bazubu.com/ ▾ JA WORDPRESS	41	455	1,684	189	2	8 08 '13	62 d
2	SEO対策 検索上位を独占するために弊社が行っている36の手順 bazubu.com/seo-13666.html ▾ JA WORDPRESS	35	131	239	627	4	8 08 '13	6 d
3	All in One SEO Pack の設定方法と使い方 bazubu.com/all-in-one-seo-pack-23836.html ▾ JA WORDPRESS	32	151	179	37	1	8 11 '14	8 d
4	絶対に導入しておきたいWordPressプラグイン10+3選 bazubu.com/wordpress-plugin-11415.html ▾ JA WORDPRESS	31	124	208	48	1	8 08 '13	8 d
5	WordPressブログの作成時に必ず導入しているプラグイン10選 bazubu.com/necessaryplugins-261.html ▾ JA WORDPRESS	30	68	120	19	3	8 08 '13	18 d

このプロセスを他の競合サイトでも繰り返して共通するトピックを探し出せば、それが被リンクを獲得できる可能性の高いテーマということになります。この作業は、質の高い被リンクを獲得するためのコンテンツ SEO 戦略である[エベレストメソッド](#)でも詳細を解説しています。

3. コンテンツに内部対策 SEO を施す

Google や Bing などの検索エンジンからのアクセス数を増加させるために、[コンテンツ内の SEO 施策は重要です](#)。少しの工夫でトラフィックやランキングに大きな違いをもたらします。

タイトルタグに複数のキーワードを使用する

タイトルタグに 1 つのキーワードしか使用しないのはとても損な方法です。複数のキーワードを使用することで、たくさんのキーワードでの上位表示を期待できるからです。

たとえば、私の内的 SEO のコンテンツは 2 つのキーワードをターゲットにしています。

14の内部対策SEO 今日から**SEOに強いサイト**を作る

「内部対策 SEO」と比較すると、「SEO 強い サイト」は検索ボリュームが少ないロングテールキーワードですが、とても大きな役割を果たしています。

検索語句	月間平均検索ボリューム ?
seo 強い サイト	40

それは、記事の公開直後でも上位表示される可能性が高いことです。

たとえロングテールキーワードからのトラフィックがわずかでも、そこからリンクやシェアを獲得できればメインターゲットでの上位表示を後押ししてくれます。

そのため、タイトルタグに激戦キーワードだけでなく、ロングテールキーワードを使用することがおすすめです。

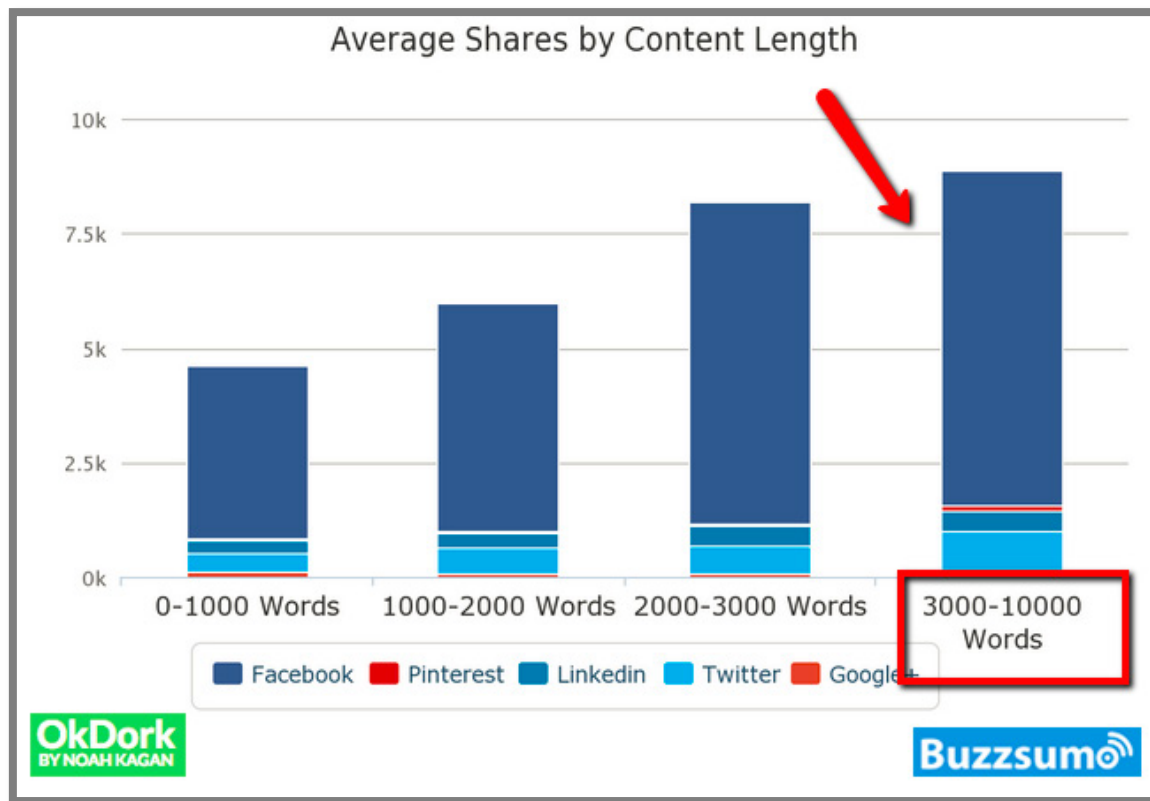
コンテンツの文字数を増やす

文字数が多いコンテンツは、上位表示される可能性が高く、ソーシャルシェア獲得数が多い傾向にあります。（次のデータは何度もピックアップしていますので耳タコかもしれませんね。）

次の [SERPIQ.com](https://serpIQ.com) のグラフは、Google で上位表示されているコンテンツの文字数が多い傾向を示しています。



また [BuzzSumo](#) のデータでは、文字数が多いほどソーシャルシェアを獲得している傾向がわかります。



このデータだけでは相関関係を判断することはできません。しかし、文字数が多いコンテンツの方が少ないコンテンツよりも得られるメリットが大きいという事実が重要です。

ちなみに 2016 年の SEMRush のデータによると、Google の検索結果 1 ページ目の平均文字数は 1890 ワーズでした。日本語に換算すると 4914 文字です。

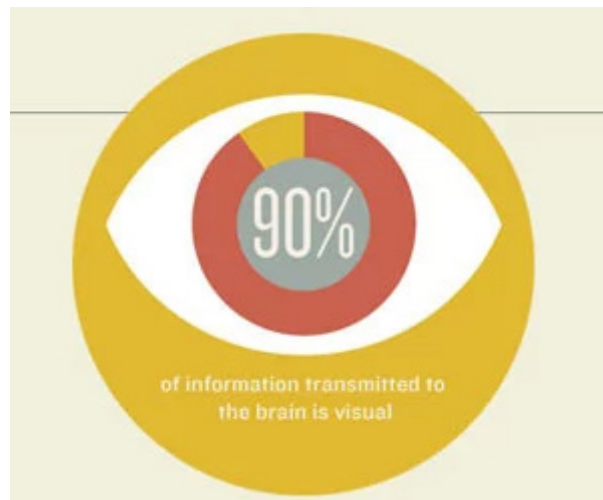
ビジュアルコンテンツを使用する

画像、動画、図表、インフォグラフィックを使用してコンテンツをマルチメディア化することは、直帰率の改善や滞在時間の増加といった効果以外にも驚くべきメリットをもたらします。

- インフォグラフィックを使用したコンテンツは、使用していないコンテンツよりも平均 12%トラフィックが増加する。(Source: [AnsonAlex](#))

- 動画を使用した投稿は、文章のみの投稿よりも 3 倍被リンクを獲得する。
(Source: [Moz](#))
- 画像と動画を使用したランディングページは、コンバージョンが 12.62%増加する。
(Source: [invodo](#))
- コンテンツに画像を使用すると、使用していないコンテンツよりも Twitter のシェアが約 2.1 倍、Facebook のシェア数が約 2.3 倍になる。(Source: [okdork](#))

ビジュアルコンテンツを使用することはトラフィックやシェアの増加だけでなく、読者のコンテンツへの理解や信頼性を高めることができます。これは、[人の脳が情報の 90%を視覚から得ている](#)ことに起因しているといえるでしょう。



メタディスクリプションに“パワーワード”を使う

Google の検索結果（SERPs）でクリック率が高いページは、検索順位が上昇する傾向にあります。たとえば、特定のキーワードで 6~10 位にランクされているページのクリック率が上位表示されているページよりも大幅に上回ると、検索順位が上昇する傾向にあります。

これは Moz の Rand Fishkin 氏が 2014 年に行った実験や、ブラックハットテクニックとして利用されている背景からもみてとれます。上昇したランキングが一時的なのか永続的なのかはケースによりますが、魅力的なスニペットでクリック率を高めることは効果的です。

YouTubeのSEO:動画のSEO対策完全ガイド - 儲け学

moukegaku.com/youtube-seo-complete-guide/ ▼

2016/02/29 - YouTubeのSEO対策を完全ガイド。YouTube動画をGoogleで上位表示させるために必要な動画SEOは、動画マーケティングに必要な基本テクニックです。

クリック率を高めるメタディスクリプションを作成する方法として、[CTR マグネットメソッド](#)という方法があります。Google のアドワーズ広告で頻繁に使用されているキーワードやフレーズを、メタディスクリプションに使用するテクニックです。

1. ターゲットキーワードの検索結果で表示されるアドワーズ広告をチェックする。
2. 頻繁に使用されているキーワードやフレーズをピックアップする。
3. ピックアップしたキーワードをメタディスクリプションに使用する。
4. SERPs でのクリック率がアップ！

とてもシンプルな方法ですが、クリック率を高めるために試行錯誤しているリスティング広告文を参考にすることは、とてもずる賢く戦略的です。

4. 適切なキーワード選定をする

コンテンツに適切なターゲットキーワードを設定することは、オーガニックトラフィックだけでなく顧客や利益の増加につながります。上位表示を目指すキーワードがビッグキーワードでもロングテールキーワードであっても、あなたの分野で使用されている適切なキーワードを目標にするべきです。

競合度が低くコンバージョンが高いキーワードを Google キーワードプランナーで探す方法には [GKP ハックテクニック](#)がありますが、今回は競合分析ツールの [SEMrush](#) を使用したキーワードリサーチテクニックを解説します。

まず、これから作成しようとしているコンテンツテーマと似た競合のコンテンツを探します。たとえば、シェアや被リンクを獲得できるコンテンツテーマ探してピックアップしたコンテンツです。

そのコンテンツの URL を SEMrush 入力して、国を[日本]に設定して[SEARCH]をクリックします。サンプルは、Google のアルゴリズムについての記事です。

競合コンテンツの URL

SEMrush Competitive Data
for Digital Marketing Professionals

日本に設定する

Q http://moukegaku.com/google-ranking-algorithm/

JP

SEARCH

次に、ダッシュボード中段の[TOP ORGANIC KEYWORDS]で、[View full report]をクリックします。

live update TOP ORGANIC KEYWORDS (28)

Keyword	Pos.	Volume	CPC (USD)
google検索	17	33,100	0.66
google 検索 アルゴリズム	1	170	0.00
google 検索順位	4	480	0.00
検索アルゴリズム	3	320	0.00
google アルゴリズム	6	480	0.00

Export

View full report

コンテンツが Google で上位表示しているキーワードが表示されます。つまり、調査したコンテンツが Google からトラフィックを獲得しているキーワードの一覧表ということです。

ORGANIC SEARCH POSITIONS 1 - 28 (28) ⓘ

Filter by keyword Filters Export

Keyword	Pos.	Volume	KD	CPC (USD)	Com.	Traffic %	Costs %	Results	Trend	Last Update	SERP
google 検索 アルゴリズム	1	170	67.72	0.00	0.07	3.66	0.00	926,000,000		1 day ago	
google 検索ロジック	2	30	169.62	0.00	0.12	0.13	0.00	514,000		Jan 2016	
アルゴリズム 検索	3	40	77.61	0.00	0.00	0.13	0.00	3,375,032,000		1 day ago	
検索アルゴリズム	3	320	75.34	0.00	0.03	1.29	0.00	2,515,032,000		8 Apr 2016	
グーグル 検索順位	4	110	61.09	0.00	0.14	0.32	0.00	287,000,000		11 hr ago	
グーグルの検索順位	4	30	59.61	0.00	0.15	0.09	0.00	306,000,000		4 hr ago	
google 検索順位	4	480	58.20	0.00	0.09	1.53	0.00	391,000,000		5 Apr 2016	
google アルゴリズム	6	480	62.22	0.00	0.01	1.11	0.00	639,000,000		5 Apr 2016	
googleドメイン 検索	6	50	70.79	0.00	0.18	0.09	0.00	1,250,000,000		13 Apr 2016	
アルゴリズム google	7	30	257.01	0.00	0.01	0.04	0.00	809,000		Jan 2016	
検索エンジン アルゴリズム	7	50	60.89	0.00	0.04	0.09	0.00	578,000,000		6 days ago	
グーグル検索ランキング	8	590	79.31	4.52	0.19	0.78	3.81	2,210,000,000		3 Apr 2016	

表にはキーワードのほかに、検索順位[Pos]、検索ボリューム[Volume]、キーワードのトレンド状況[Trend]などの項目があるのでキーワード選定の大きな助けになります。

ORGANIC SEARCH POSITIONS 1 - 28 (28) ⓘ

Filter by keyword Filters Export

Keyword	Pos.	Volume	KD	CPC (USD)	Com.	Traffic %	Costs %	Results	Trend	Last Update	SERP
google検索	17	33,100	92.79	0.66	0.06	6.12	4.15	860,000,000		1 day ago	
グーグル検索ランキング	8	590	79.31					000,000		3 Apr 2016	
google 検索順位	4	480	58.20					000,000		5 Apr 2016	

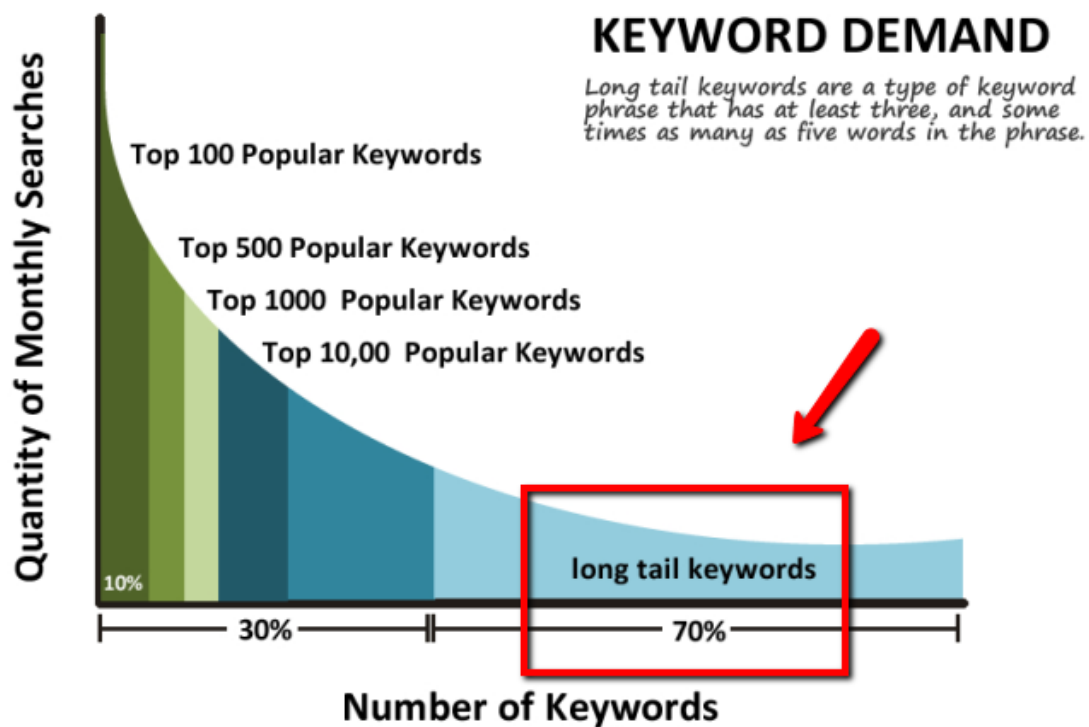
検索ボリュームやトレンド状況は必ずチェックするべき項目

これらの情報は、これから作成予定のコンテンツと似たコンテンツが、どのようなキーワードでどれくらいのトラフィックを獲得しているかを知ることができるのでキーワード選定の貴重な判断材料となります。

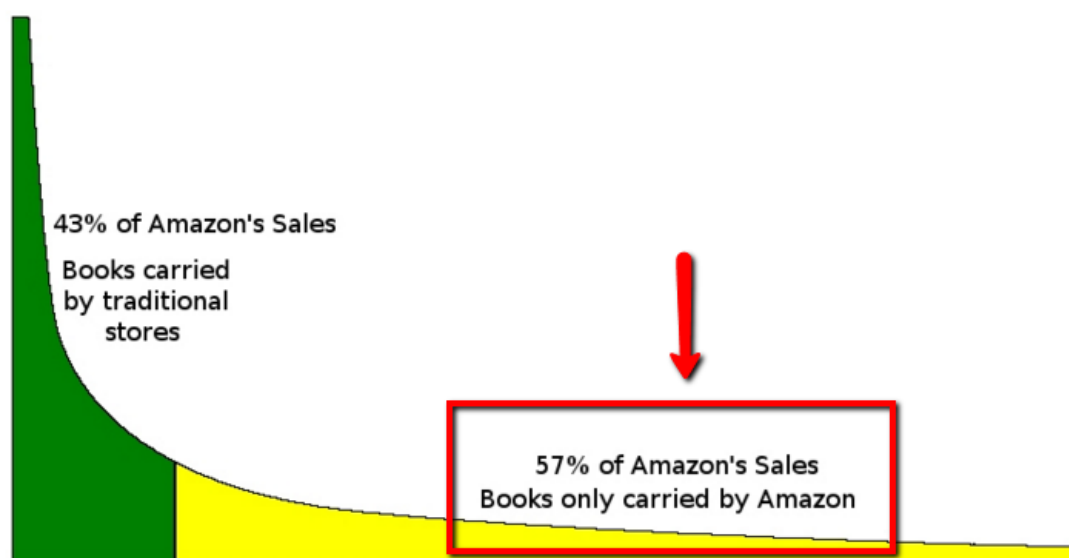
5. ロングテールキーワードを使用する

ロングテールキーワードのトラフィックを重視する理由は、[検索トラフィックの 70%をロングテールキーワードが占めている](#)からです。

つまり、Google で検索されるキーワードのほとんどがロングテールキーワードです。

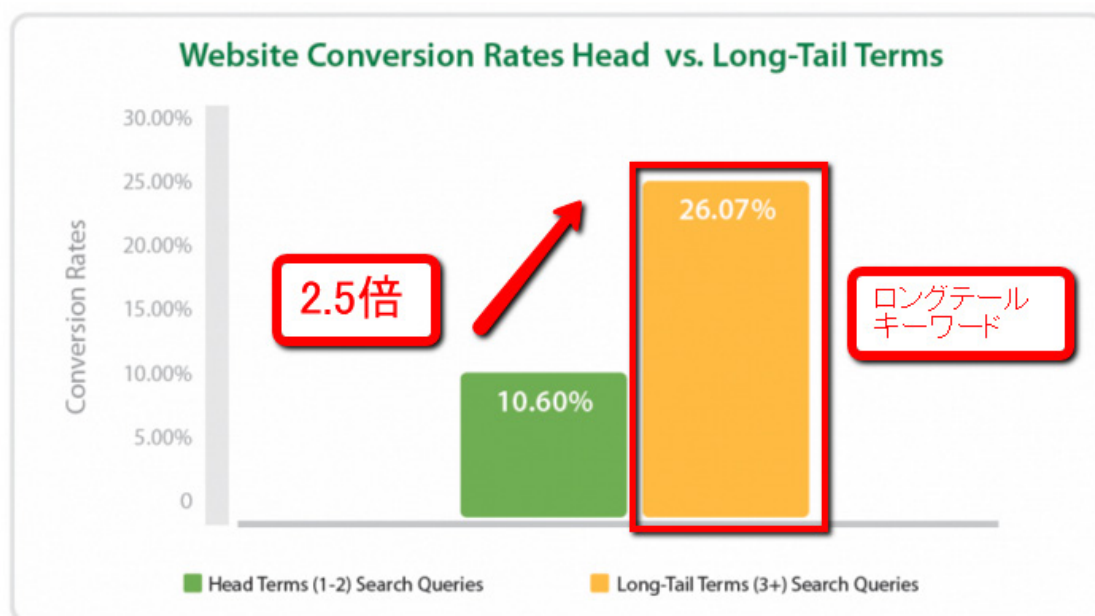


ロングテールキーワードのトラフィック量の増加傾向は、2011 年のパンダアップデート以降に強くなっています。たとえば、世界一の EC サイトである [Amazon の本のセールスの 57%](#) は、本の概要文に含まれているロングテールキーワード経由で購入されています。



そのため、コンテンツにターゲットキーワードの関連語や共起語などの LSI キーワードを使用して、ロングテールキーワードのトラフィック増加を狙うことはとても効果的です。また、ロングテールキーワードは、コンバージョンが高いという魅力的なメリットもあります。

[conductor](#) のレポートによると、ロングテールキーワードはビッグキーワード（ヘッドキーワード）よりも、コンバージョンが 2.5 倍も高くなります。つまり、**ロングテールキーワード経由のユーザーは、あなたに利益をもたらす可能性が高いのです。**



コンテンツに適したロングテールキーワードを探すには、次のような方法があります。

Google の“関連する検索キーワード”から探す

Google の検索結果の最下部には、検索キーワードと関連するキーワードが表示されます。Google が関連性が高いと判断しているこれらのキーワードは、メタディスクリプションに活用するのも効果的です。

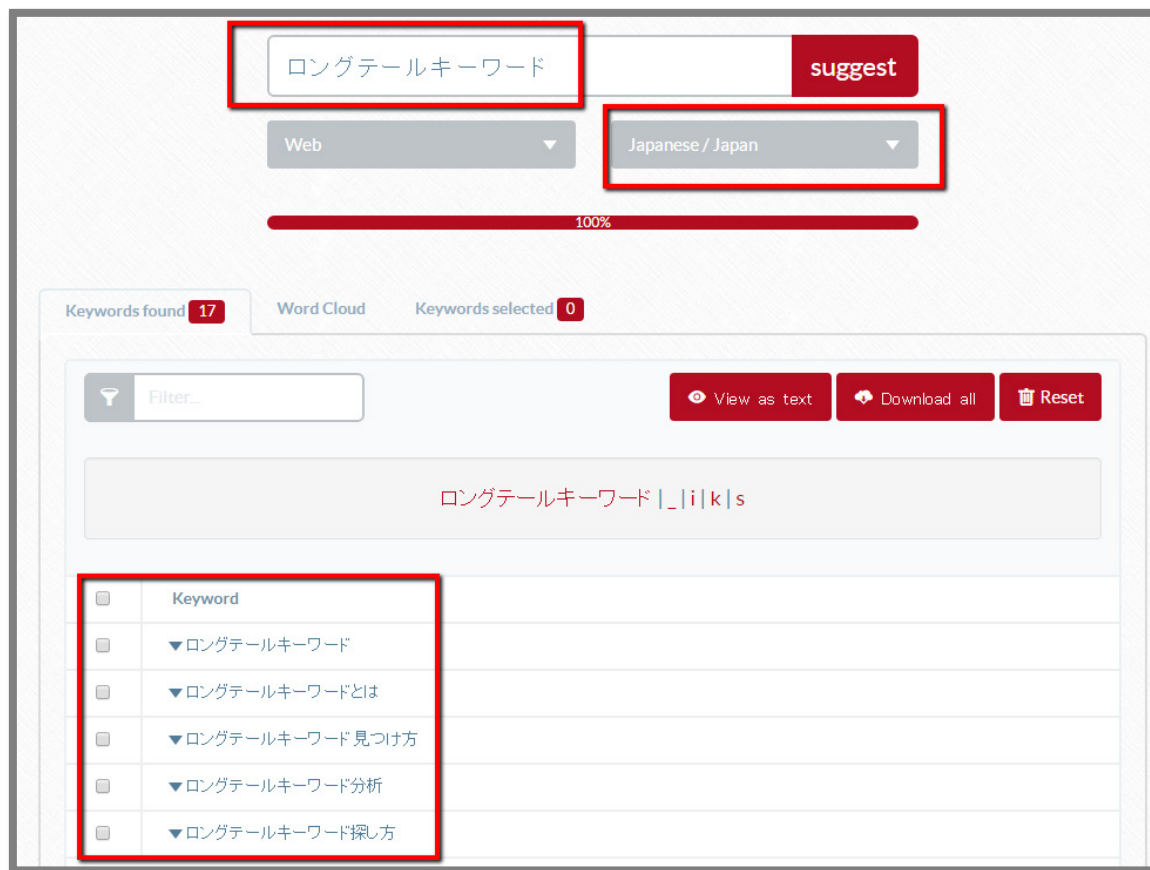
ロングテールキーワードに関連する検索キーワード

ロングテールキーワード例	ロングテールseoとは
ロングテールキーワード探し方	ロングテールワード
ロングテールキーワード分析	ロングテール対策
ロングテールキーワード見つけ方	ロングテールseo対策

Google のサジェストキーワードから探す

ユーザーがターゲットキーワードと一緒に検索する可能性が高いサジェストキーワードは、ロングテールキーワードの宝庫です。

無料 SEO ツールの [UberSuggest](#) は、サジェストキーワードを一括取得することができ、CSV ファイルでダウンロードすることもできます。



GKP ハックテクニックを使って探す

Google キーワードプランナーの[フレーズ、ウェブサイト、カテゴリを使用して新しいキーワードを検索]の中の、[ランディングページ]にあなたのコンテンツと似たコンテンツの URL を入力して、[候補を取得]をクリックします。

[キーワード候補]から、推奨入札単価が高く、月間平均検索ボリュームが少ないキーワードをリストアップします。コンバージョンの高いロングテールキーワードを探し出すためです。

広告グループ候補		キーワード候補	表示項目	ダウンロード
キーワード(関連性の高い順)		月間平均検索ボリューム	競合性	推奨入札単価
seo		40,500	中	¥553
seo対策		22,200	中	¥660
アドワーズ		33,100	低	¥104
seoツール		2,400	中	¥540
seoとは		6,600	低	¥695
seo対策 方法		720	低	¥711
seo対策とは		2,900	低	¥683

これらの方法によってリストアップしたキーワードをコンテンツに使用することで、ロングテールキーワードからのトラフィックが増加するはずです。なおこうしたロングテールキーワード戦略は、上位表示が難しいアフィリエイトサイトにも有効です。

6. コンテンツにシェアを生む要因を加える

Facebook や Twitter でたくさんシェアされるコンテンツには、シェアを生み出す要因が含まれています。読者がシェアボタンをクリックしたくなる要因をコンテンツに加えて、バイラルコンテンツを作りましょう。

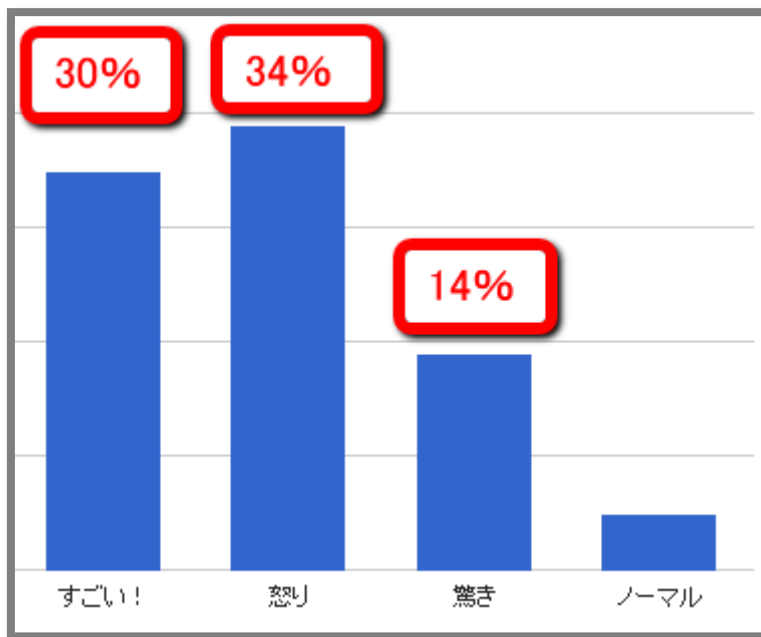
読者のシェアを促す要因には次のようなものがあり、[“WEBライティング術：ソーシャルシェアを生む 17 の方法”](#)でも詳細に解説しています。

実践的な内容を含むコンテンツは、通常よりも 30% 多くのシェアを得られる。

(Source: [Dr. Jonah Berger](#))

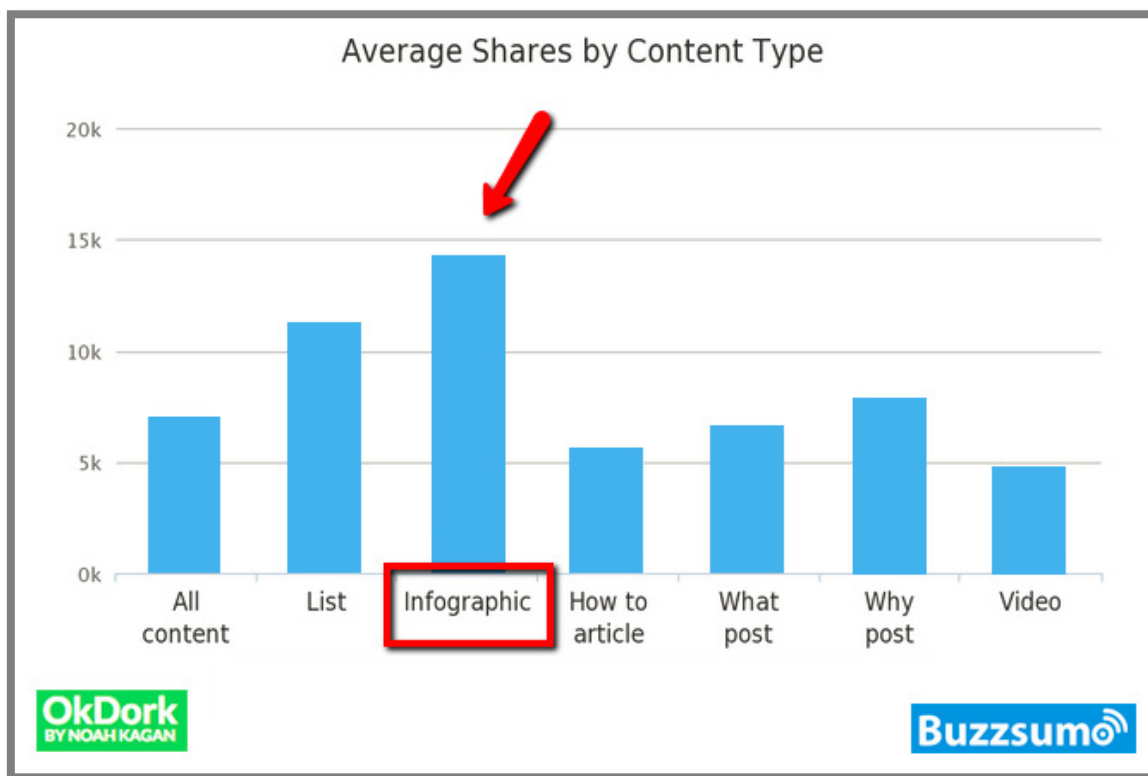


すごい”、“怒り”、“驚き”などの感情を揺さぶるコンテンツは、14%~34%多くのシェアを得られる。(Source: Dr. Jonah Berger)



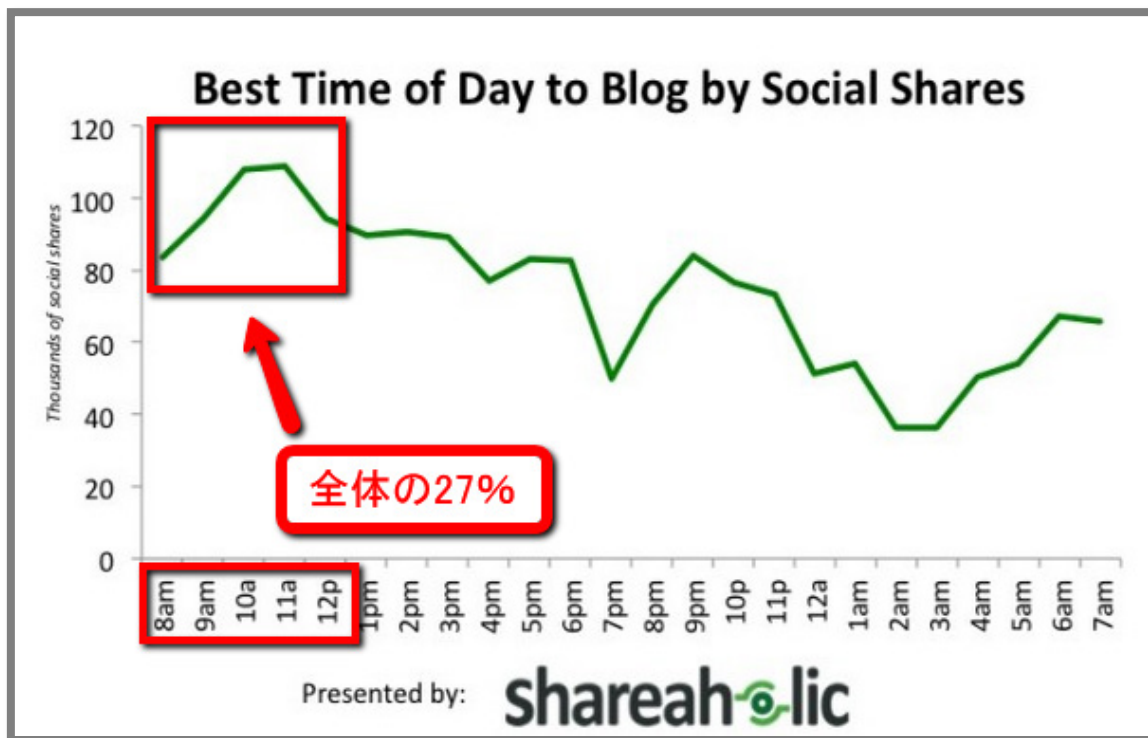
インフォグラフィックを使用したコンテンツは、通常のコンテンツよりも 2 倍シェアされる。

(Source: [Buzzsumo](#))



コンテンツのシェアの 27% は、午前 8 時から午後 12 時の時間帯に発生する。

(Source: [Social Fresh](#))



シェアが最も発生する曜日は木曜日。（Source: Social Fresh）



7. YouTube に動画を投稿する

YouTube は [10 億人以上のユーザー](#) に利用されており、視聴者数は増加傾向を持続しています。また、YouTube の視聴回数の半分以上がモバイル端末からの視聴です。

つまり、YouTube に投稿した動画からブログに誘導することは、デスクトップユーザーだけでなくモバイルユーザーにもアプローチできる素晴らしい戦略です。

Step1 : 動画のキーワード選定をする

キーワードプランナーなどのツールを利用して、YouTube で上位表示したいターゲットキーワードを探します。視聴回数の多い YouTube 動画は Google 検索時にも上位表示できますので、ブログのキーワード選定と同様に重要な作業です。

Step2 : 質の高い動画を作る

YouTube での上位表示の秘訣は動画の質です。高品質な動画を制作するために動画制作を勉強するのも重要ですが、プロに依頼してしまうことも現実的な選択肢です。

最近では撮影した動画の編集だけでなく、撮影自体を請け負ってくれるサービスがあります。人物を含めた撮影は難易度があがりますので、カムタジアなどでパソコン上を撮影する以外なら外部サービスの活用を検討してください。



Step3 : YouTube に動画をアップロードする。

動画のアップロード時に行うべき SEO 対策には、ファイル名、タイトル、タグの最適化などがありますが、最も重視すべきは動画の説明文です。なぜなら、Google や YouTube は、動画を視ることも聞くこともできないからです。

Google と YouTube に動画の内容を伝えつつ動画視聴者をブログに誘導するために、次のポイントに最適化した説明文を作成します。

- Call To Action となる外部リンク（ブログへの誘導）をトップに設置する。
- ターゲットキーワードを文章の冒頭から 50 文字以内に使用する。
- ターゲットキーワードを 3〜4 回使用する。
- 最低でも 500 文字以上にする。

見込み客リストを作る方法をまとめたチェックリストはこちら：<https://moukegaku.leadpages.net/lead01/> **CTA**

サイト訪問者のメールアドレスを獲得して、見込み客のリストを構築することはビジネスにおいてとても重要です。

しかし、実はあなたのウェブサイトにもっと簡単にページを作るだけで、見込み客のリストを増加させる方法があるんです。

それは、メールアドレスを集めるだけのページ、スワイプページ、スクイズページです。海外の最新のスクイズページは、価値のある動画コンテンツ、わかりやすいウェブデザイン、ソーシャルメディアに最適化といった特徴を持っています。古いスクイズページではありません。

2014年に最適化されたスクイズページは、3ステップで作成することができます。

1. スクイズページのテーマを選ぶ：見込み客が喉から手が出るほど欲しい情報を含んだ動画コンテンツ提供するために、訪問者の抱えている課題をすぐに解決できるような実用的なテーマを探します。

2. スクイズページを作る：スクイズページを構成する要素は5つあり、この5つの要素をウェブページに配置します。

3. スクイズページを宣伝する：既存の見込み客、ソーシャルメディア、サイドバーで積極的に宣伝をします。

海外の最新マーケティング情報をもっと知りたくありませんか？ 儲け学のYouTubeチャンネルを登録してください：<https://www.youtube.com/user/moukegaku> **CTA**

カテゴリ ハウツーとスタイル
ライセンス 標準の YouTube ライセンス

動画の詳細な説明

Step4 : 動画をプロモーションする。

YouTube で上位表示するためには、たくさんの再生回数が必要です。そのため、動画をブログのようにプロモーションする必要があります。

動画の宣伝には様々な方法がありますが、ブログに動画を埋め込む方法が最も簡単です。あなたの人気コンテンツに動画を埋め込んで、読者の反応を確認してみましょう。

8. 寄稿する（ゲストポスト）

質の高いブログに寄稿することは、新しい読者の獲得や専門家としてのブランド構築を期待できる素晴らしいプロモーションです。寄稿すればするほど、外部サイトにブログへの導線を作ることができます。

しかし一方で、[Google のマット・カツツ氏](#)は質の悪いゲストポストに警鐘を鳴らしています。これは、ゲストポストがリンクビルディングに乱用された海外の SEO 事情が関係しています。

そのため、質の良いコンテンツを提供しているサイトに価値の高いコンテンツを提供することが大前提です。つまり、リンク目的ではなく本来の趣旨に基づいた寄稿を行うことが重要です。

企業ホームページとネットマーケティングの実践情報サイト

Web担当者 Forum

高機能 CMS Oracle WebCenter Sites 12c 登場!!

トップへ 何か良い情報ないかな? 〇〇の情報を知りたい!! セミナープレゼント Web担について メン

Web担トップ » ユーザー投稿一覧 » 無料SEOツール9選:便利なのに意外と知られていないツール

無料SEOツール9選：便利なのに意外と知られていないツール

日本語検索に対応していて、無料・フリーミアムで利用できるSEOに役立つツールをご紹介します。

宮 義明 3/7(月) 16:23 いいね! 15 ツイート 17 B! 10

SEO | 便利ツール / サービス

※この記事は読者によって投稿されたユーザー投稿のため、編集部の見解や意向と異なる場合があります。また、編集部はこの内容について正確性を保証できません。

日本語検索に対応していて、無料・フリーミアムで利用できるSEOに役立つツールをご紹介します。

テーマは、「便利なのに意外と知られていない」です。被リンク分析、キーワード選定、競合調査などに役立つツールをピックアップしましたので、ぜひ試してみてください。

Step1：関連するブログの寄稿募集を探す。

海外ほどゲストポストが盛んではない日本では、寄稿先を探すことが一番大変な作業です。関連テーマを扱うブログやメディアが寄稿を募集していないかを、Google や SNS で検索します。

また、寄稿を募集しているサイトがなかなか見つからない場合は、寄稿したいサイトにこちらからオファーする方法もあります。寄稿のオファーを承諾してもらえるかは、運営者との関係や価値のあるコンテンツを提案できるかが大きなポイントです。

Step2：専門的なコンテンツを提供する。

寄稿コンテンツのテーマ選びでは、あなたの専門性と相手サイトのテーマが重なり合うポイントを探します。たとえば、私が[ストーリー思考のススメ](#)に寄稿させていただいた際には、ストーリーを活用してサイトの概要ページからメルマガ登録者を獲得する方法を解説しました。

寄稿先のサイトテーマであるストーリーと、私の専門であるウェブマーケティングを組み合わせたコンテンツを提供することで両者の読者に価値を提供できます。

Step3：寄稿コンテンツをプロモーションする。

寄稿は記事を提供したら終わりではありません。自分のコンテンツと同様に、たくさんの人に読んでもらえるように SNS やメールマガジンでプロモーションをします。



自らの読者を寄稿先に誘導することで、寄稿先にも大きなベネフィットを提供することができます。寄稿戦略の素晴らしいポイントは、このように Win-Win の関係を築けることにあります。

なお、私は寄稿を積極的に行っています。[もし、私の寄稿記事にご興味がある方はお気軽にご連絡ください。](#)

9. Google Analytics のデータを分析する

Google Analytics は、トラフィックやコンバージョンを改善するためのデータを無料で手に入れることができます。Google Search Console と併用すれば、必要な情報のほとんどを得られるといっても過言ではありません。

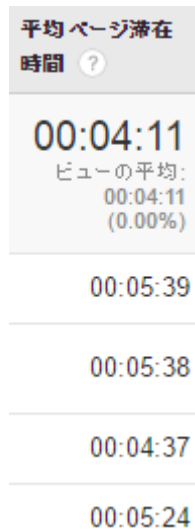
しかし、Google Analytics は使いこなすことが難しいのも事実です。そこで今回は、ブログ訪問者の興味・関心を寄せているテーマを探すことのみに活用します。

まず、[Google Analytics](#) の[レポート]から、左サイドメニューの[行動]、[サイトコンテンツ]、[すべてのページ]をクリックします。

デフォルトの状態ではコンテンツの URL が、ページビュー数、ページ訪問者数、平均ページ滞在時間などの項目とともに並んでいます。

ページ ?	ページビュー数 ?	ページ別訪問数 ?	平均 ページ滞在時間 ?
	18,290 全体に対する割合: 100.00% (18,290)	16,178 全体に対する割合: 100.00% (16,178)	00:04:11 ビューの平均: 00:04:11 (0.00%)
1. /google-ranking-algorithm/	3,303 (18.06%)	2,987 (18.46%)	00:05:39
2. /how-to-use-the-google-keyword-planner/	2,961 (16.19%)	2,770 (17.12%)	00:05:38
3. /youtube-seo-complete-guide/	2,359 (12.90%)	2,086 (12.89%)	00:04:37

ここで着目したいのが、[平均ページ滞在時間]です。ページの滞在時間が長いコンテンツは、読者が好んでいる可能性の高いテーマです。



ページビュー数が多く、滞在時間の長いコンテンツのテーマをリストアップしてください。
また、ページビュー数が多いにも関わらず滞在時間の短いコンテンツも要注意です。読者の期待を裏切り、改善すべき問題を抱えている可能性の高いコンテンツだからです。

本来は平均ページ滞在時間という 1 つの指標のみで判断することは難しいのですが、Google Analytics を普段使用していない初心者の方にとっては、Google Analytics を使う「ちょっといい”はじめの一步”」になるはずです。

10. ソーシャルメディア・コミュニティで新しいつながりをもつ

Facebook の月間アクティブユーザー数は [15 億 9 千万人](#)、Twitter は [3 億 2 千万人](#) です。膨大なユーザー数をもつこれらの人気 SNS は、検索エンジンと並ぶアクセス源になりつつあります。

しかし、そこで課題となるのがいかに既存の SNS を効率的に運用して、さらに年々増加する新しい SNS へ対応するかということです。ここで重要となるのが、マーケティングでおなじみの“選択と集中”を実践する戦略です。

まず、主要な Facebook や Twitter はもちろんのこと、Instagram や Pinterest などのトレンドになりつつある全ての SNS やコミュニティでアカウントを作成して、プロフィールページからブログへリンクします。被リンクを獲得するためではなく、ブログへの導線を作るためです。

- Facebook : <https://ja-jp.facebook.com/>
- Twitter : <https://twitter.com/?lang=ja>
- Google+ : <https://plus.google.com/>
- LinkedIn : <https://jp.linkedin.com/>
- Instagram : <https://www.instagram.com/>
- Pinterest : <https://jp.pinterest.com/>
- Vine : <https://vine.co/>
- SlideShare : <http://www.slideshare.net/>
- はてなブックマーク : <http://b.hatena.ne.jp/>
- Yahoo! 知恵袋 : <http://chiebukuro.yahoo.co.jp/>

次に、あなたの分野で影響力の強い人物であるインフルエンサーが、どの SNS を積極的に使用しているかをチェックします。たとえば、ファッションやアパレル関係者は Instagram を使用している傾向にあります。

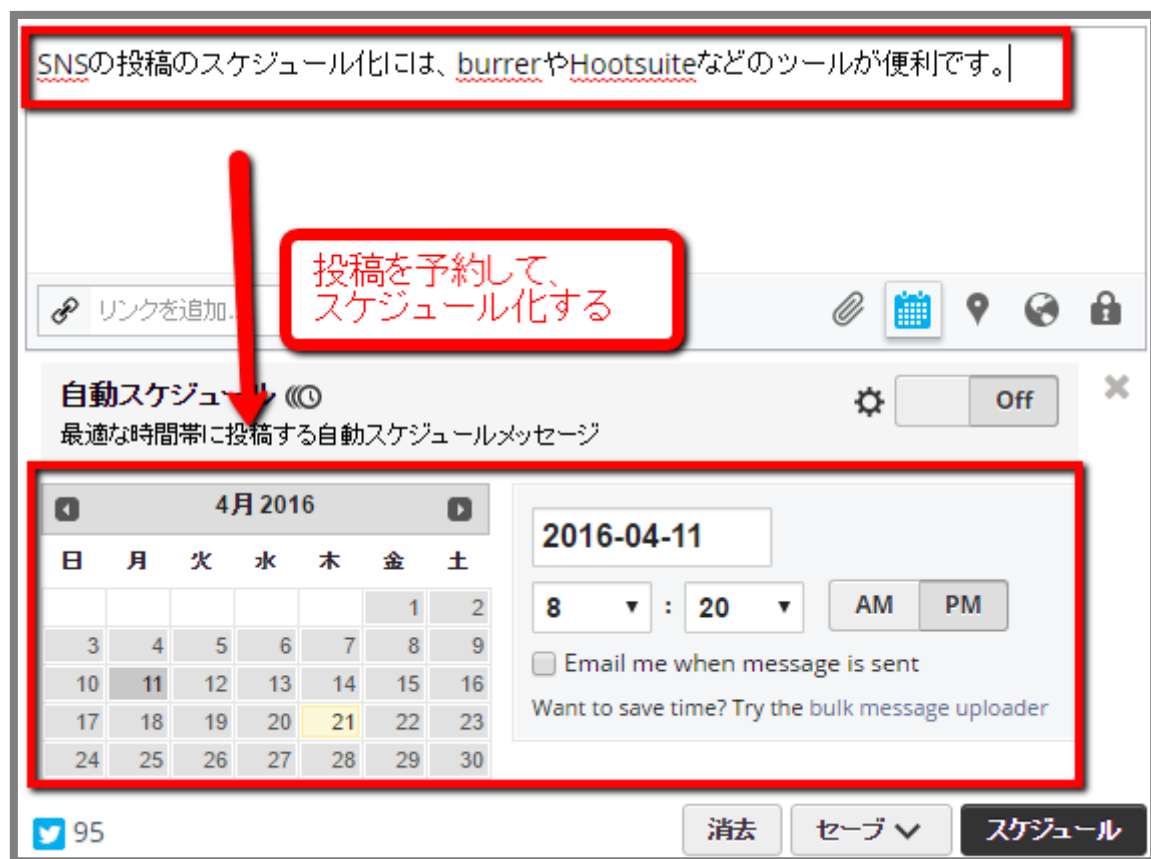
つまり、Facebook と Twitter 以外に、どの SNS を運用すべきかを見極めるのです。インフルエンサーの周りにはファンが集まるので、インフルエンサーの動向を探るのが効率的です。

実際にいくつかの SNS で積極的に活動するかはあなたのリソース次第ですが、Facebook・Twitter+1~2 つが妥当といえるでしょう。アクティブに活動する SNS を選択したら、あなたの潜在読者に PR します。

コンテンツを定期的に発信する。

自社コンテンツに関連する投稿をスケジュール化して自動化します。たとえ同じコンテンツに誘導する目的でも、切り口の違う情報を投稿することはクリックを生む大きなきっかけになります。

SNS の投稿のスケジュール化には、[burrer](#) や [Hootsuite](#) などのツールが便利です。また、WordPress サイトならば、コンテンツを定期的にツイートする [Revive Old Post](#) のようなプラグインを利用できます。



情報源になる。

潜在読者にとって役立つ情報を発信することで、情報源としてみなされることはフォロワーやファン獲得に貢献します。役立つ外部コンテンツを紹介することは一般的な方法ですが、専門性が高いテーマに限定することがポイントです。

ソーシャルメディア戦略について役立つ記事を紹介した後に、ダイエットの方法を発信する SNS の専門家はイマイチですね？ SNS だけに限らず、テーマを広げずに限定することはオーソリティーを考えるうえで重要な戦略です。

アクティブなコミュニティに参加する。

多くの SNS には、[Facebook グループ](#)のような様々なグループやコミュニティが存在します。あなたのブログに関連するアクティブなグループに参加してメンバーと交流を深めたり、メンバーの質問や問題に回答することは、質の高い読者の獲得やブランディングに役立ちます。

SNS の有料広告を使う。

Facebook や Twitter のウェブ広告は、適切に運用すればトラフィックだけでなく見込み客の獲得に役立ちます。特に [Facebook 広告](#) は、コンバージョンが高くアドワーズ広告ほど単価が高騰していないので、低予算でも十分な成果を見込めます。



低予算で高い成果を得るポイントは、ターゲットとなる[ペルソナ](#)を明確にすることです。ターゲットユーザーを絞り込んで広告を配信する範囲を限定することで、コストパフォーマンスを高めることができます。

ペルソナとは、あなたの製品やサービスの理想の顧客の人物像です。コンテンツマーケティングやリードナーチャリングなどのマーケティング活動でペルソナは必須と言えます。

ペルソナは理想の顧客そのものではありません。一人の顧客が全ての理想的な条件を満たすことは無いため、既存顧客の情報やインタビュー、調査データなどの実在する情報から、架空の理想の顧客「像」を描きます。これがペルソナです。

11. エバーグリーンリストを作る

特定のテーマに関する情報を集めたリストタイプのエバーグリーンコンテンツは、トラフィックやシェアを長期間に渡って継続的にもたらししてくれます。

エバーグリーン（Evergreen）コンテンツとは、トラフィックを何年も集め続けるコンテンツを意味しています。たとえば、今年アカデミー賞にノミネートされた俳優に関する記事は数か月で価値がなくなりますが、アカデミー賞を受賞した歴代俳優に関する記事は何年も価値を持ち続けます。

ラウンドナップの中山さんは、[エバーグリーンコンテンツのポイント](#)として次の4つをあげています。

- ターゲットの役に立つかどうか（ニーズに合っているか）
- 普遍的かどうか（将来も価値を生み続けるかどうか。例えば「今流行の?」などは、時間の経過とともに急速に価値を失います）
- サイトの趣旨にそっている（コンバージョン）
- 中立・押し付けがましくない（特定の思想に沿った内容は、良し悪しに関わらずターゲットを限定するので）

これらのポイントをおさえたコンテンツは、まとめ記事のようなリストタイプで作成するのがおすすめです。自コンテンツでも外部コンテンツでも、情報源としての価値をもちやすいからです。

たとえば、私の[検索アルゴリズムのリスト記事](#)は、定期的に最新情報を加えることで価値を生み続けることができます。

追記

202. クオリティアップデート: Googleは、2015年4月下旬から5月初旬にかけてコンテンツの質に関するアルゴリズムに変更を加えたことを[Search Engine Land](#)に認めました。ランキングの変動も大きく発生しています。ランキングが下落したサイトの特徴は、パンダアップデートと類似している点が多いようですが、いずれも低品質なコンテンツを提供していることが原因です。アルゴリズムの詳細な内容については2015年5月現在では発表されていません。

203. RankBrain: 2015年10月末にGoogleのグレッグ・コラード氏は、数か月前から[RankBrain](#) (ランクブレイン)と呼ぶAIをアルゴリズムとして導入していることを発表しました。検索クエリに対する解釈を高めるためのアルゴリズムで、アルゴリズムにおいて3番目に重要な要因であることを明確にしています。ユーザーが求めている検索結果の精度を高めるアルゴリズムとみられており、ランキングを決定する一歩前の段階の要因と予測されています。

また、[被リンク獲得テクニックを外部コンテンツでまとめた記事](#)も、リストアップしている記事を定期的に更新することで情報源としての価値を維持することができます。

被リンク獲得戦略の情報源

Chapter 7

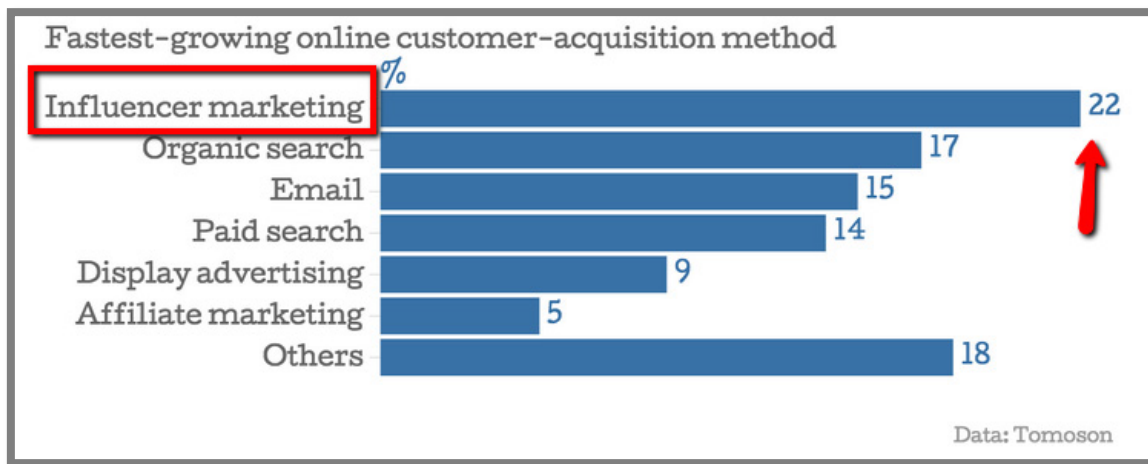


チャプター7は、必ず目を通すべき被リンク獲得戦略の情報源です。ホワイトハットSEOからコンテンツSEOなどのテーマを含むこの情報源は、あなたを次のレベルに押し上げてくれるはずです。

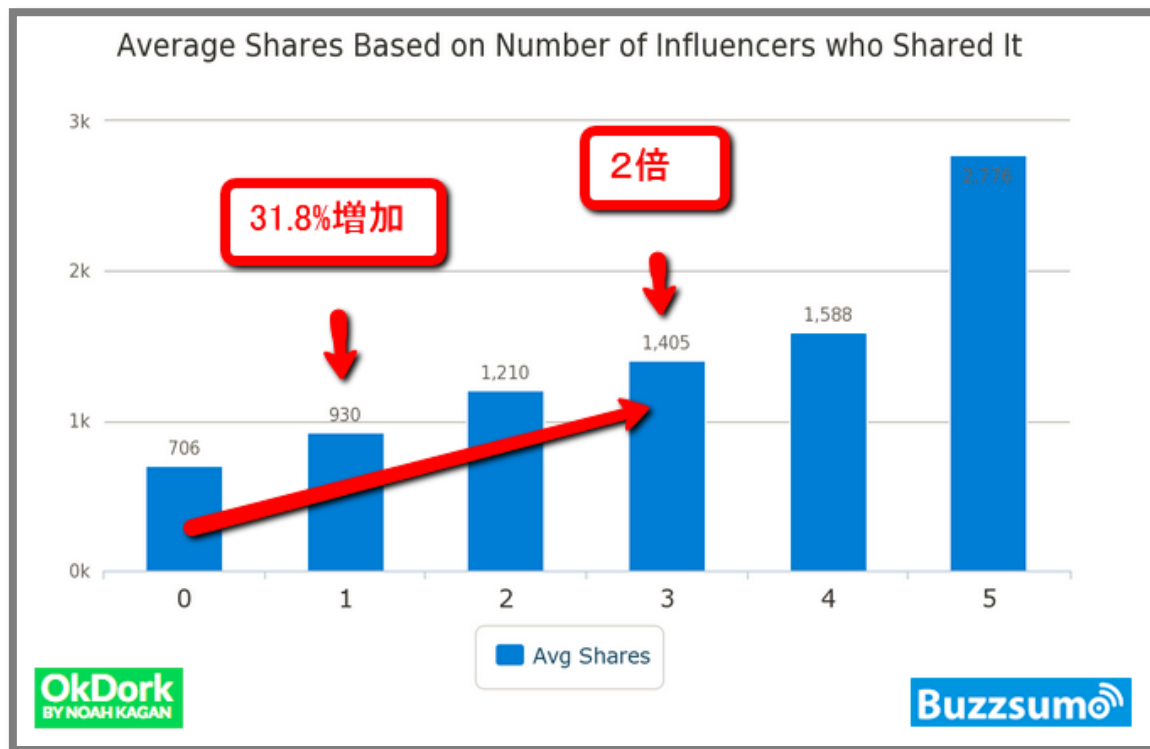
- [17のホワイトハットSEO:SEOに強いブログを作るテクニック](#)
- [SEOを制する究極のリンク構築ガイド 全12章](#)
- [既存サイトのリンク構築6か月計画](#)
- [コンテンツマーケティング事例一覧](#)
- [リンクビルディング戦略最新調査:2014年](#)

12. インフルエンサーをターゲットにする

[Tomoson](#) がマーケットターに行った調査によると、インフルエンサーをマーケティングに活用する方法は、オンラインで顧客を獲得する最も効率的な手段です。



[Buzzsumo](#) によると、1 人のインフルエンサーがコンテンツをシェアするとシェア数が 31.8%増加して、3 人がシェアすると 2 倍に増加します。

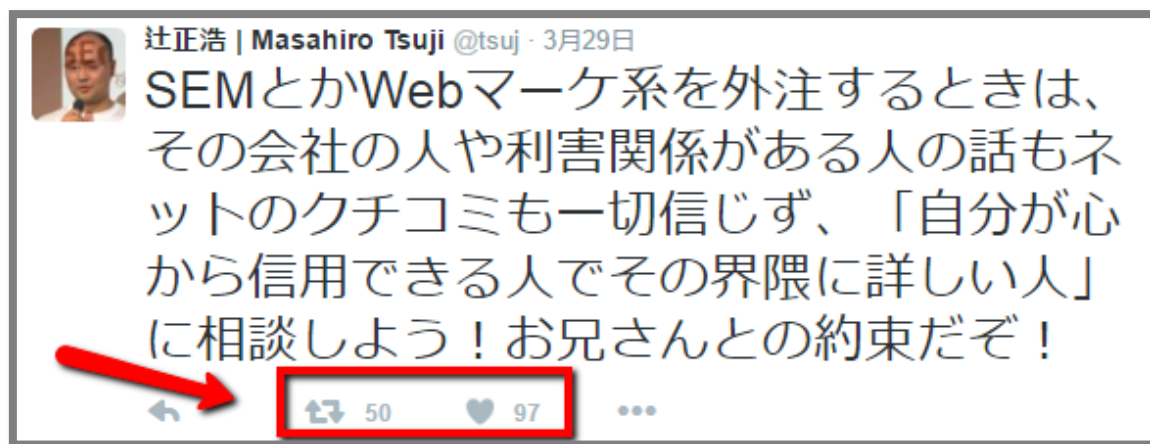


では、どうしたらあなたのコンテンツをインフルエンサーがシェアしてくれるのでしょうか？

Step1：インフルエンサーを探す。

まず、あなたの分野で強い影響力をもっているインフルエンサーを探します。ビッグキーワードで上位表示されているサイト運営者や、フォロワー数の多い人物をリストアップします。

ちなみに Buzzsumo のインフルエンサーの定義は、“1 ツイートすると 2 リツイートされる人物”です。



Step2 : インフルエンサーが注目しているトピックを探す。

リストアップしたインフルエンサーが、関心を寄せているトピックを探します。ブログで頻繁に言及しているテーマや、Twitter でリツイートしている投稿内容などをチェックします。

Step3 : 注目トピックでコンテンツを作る。

インフルエンサーが興味をもっているテーマに関するコンテンツを作ります。あなた独自の視点でテーマを掘り下げるなどして、高い価値をもったコンテンツであることが重要です。

また、コンテンツ内からインフルエンサーの記事にリンクをするなどの“心遣い”も大きな違いを生みます。誰でもリンクしてもらえればうれしいですね？

Step4 : インフルエンサーにコンテンツを伝える。

作成したコンテンツを、メールや SNS でインフルエンサーに伝えます。さりげなくコンテンツのシェアをお願いする文面が理想的ですが、価値のあるコンテンツを提供できれば依頼しなくてもシェアをしてくれる可能性はあります。

シェアの可能性は、あなたとインフルエンサーの関係に大きく影響されます。インフルエンサーマーケティングの最も難しいポイントは、まさにこの関係構築だからです。もしあなた

が商品やサービスを販売しているのならば、それらを無料で提供することは関係構築の一步といえるでしょう。

13. サイトのデザイン性を高める

ブログ訪問者は、コンテンツの信頼性を判断するためにサイトのデザインをととても重視しています。残念ながらコンテンツの内容だけが判断基準ではありません。

[Stanford Persuasive Technology Lab](#) のデータによると、46.1%の人はウェブサイトのデザインが会社の信頼性を判断する 1 番の要因だと回答しています。また、ノーザンブリア大学の実験によると、[ウェブサイトの信頼を損なう要因の 94%がデザインに関連するもの](#)でした。

つまり、デザインはあなたのサイトの価値を大きく左右する要因です。しかし、デザイン、ユーザビリティ、ユーザーエクスペリエンス（UX）を考慮した最適なデザインを探し出すことはとても大変な作業です。

そこでおすすめしたいのが、身近な人に被験者になってもらう方法です。あなたのサイトを見たことがない数人に、あなたの目の前でサイトを閲覧してもらいフィードバックをしてもらいます。



このテストは、デザインへの感想を生で得られるだけでなく、ユーザーがサイト内でどのような行動をするかチェックできるメリットがあります。儲け学のサイトもデザインの向上に取り組んでいますが、このテストによって unnecessary メニューやナビゲーションを取り除いてレイアウトを変更したことがあります。

14. モバイルフレンドリーにする

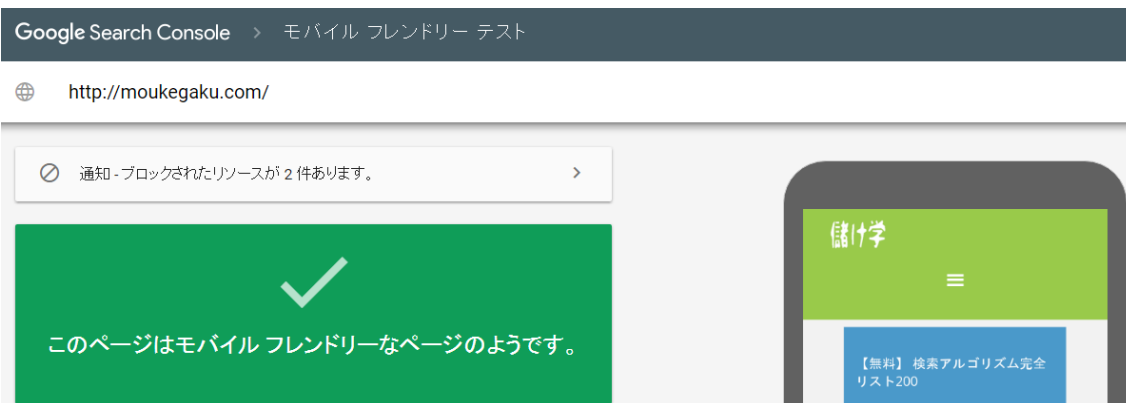
2015 年～2016 年の SEO の大きなテーマの 1 つは、モバイル検索対策です。[モバイル端末の検索数がデスクトップ検索数を上回り](#)、モバイルフレンドリーの有無が[さらにランキングに強く影響されていく状況](#)からもみてとれます。

また、Google の [AMP \(Accelerated Mobile Pages\)](#) 導入の猛プッシュも、モバイルフレンドリーの重要性を後押ししています。AMP とはモバイル端末のウェブページを高速化するプロジェクトで、ランキング要因になるのも時間の問題とみられています。



では、具体的にモバイルフレンドリーの最適化には何が必要なのでしょう？

まず大前提は、ウェブサイトがモバイル端末に対応していることです。[モバイルフレンドリーテスト](#)でチェックして、スマホでもきちんと閲覧できるかを確認してください。



対応していない場合は[モバイルガイド](#)を参考にして、レスポンシブデザインの導入、フォントサイズの最適化、解像度の高い画像を使用するなどの対策を行います。

ここまでが今までの基本的なモバイルフレンドリーでしたが、さらに一歩進んだ施策を行います。それは、モバイルユーザーが求めるコンテンツを提供することです。

[2015 年末の Google のウェブマスターオフィスアワー](#)では、モバイルユーザーとデスクトップユーザーでは検索クエリが大きく異なり、求めている情報が違うことを指摘しています。

つまり、モバイルユーザーのニーズを満たすコンテンツを作成することが、本質的な意味でのモバイルフレンドリーになるのです。

【Extra step】

もしあなたが WordPress でブログを運用しているのならば、2 つのプラグインで AMP 化することができます。ランキング要因になる可能性の高い AMP 化を行うことで先駆者利益を得ることができるかもしれませんし、純粋にモバイル表示が高速化することは読者にとっても有益です。

WordPress ブログの AMP 化は、次のチュートリアルを参考にしてください。

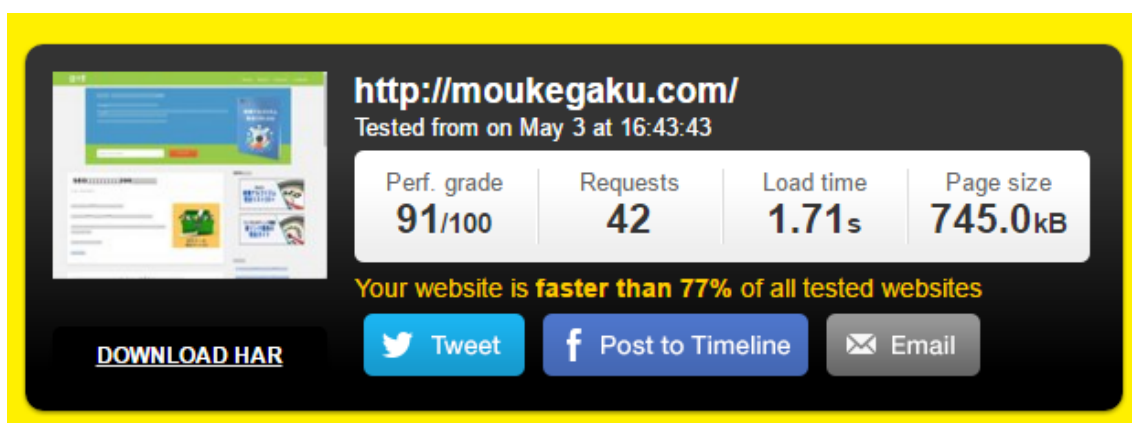
[5 分で WordPress サイトをプラグインで AMP 化する方法](#)

15. ページ表示速度を高速化する

ウェブページの読み込み時間を短くするべき理由は、ランキング要因であるだけでなく表示速度が遅いことによるデメリットが致命的だからです。

- ユーザーの 47%が 2 秒以内のページ表示を期待しており、3 秒以上かかると 57% がサイトを去る。（Source:[aykira](#)）
- ページの表示時間が 4 秒以上だと、75%の人がサイトを再訪問しない。
（Source:[MunchWeb](#)）
- ページの読み込み時間が 1 秒遅くなるごとに、コンバージョンが 7%減少する。
（Source:[Kissmetrics](#)）

これらのデータから 2 秒以内にページを表示することが、Google とユーザーに配慮した最低限の目標になります。まずは、[PageSpeed Insights](#)、[pingdom](#)、[GTmetrix](#) などで現状を確認します。



ページ表示速度を短くするテクニックは次のようにたくさんありますが、最も効果が期待できるのは高機能なレンタルサーバーを使用することです。いくら高速化の施策を行っても、低機能なサーバーには限界があります。

- 高機能なレンタルサーバーを使う。：高速化の観点からみると、[mod_pagespeed](#) を簡単に設定ができる[エックスサーバー](#)がおすすめです。
- CDN（コンテンツデリバリーネットワーク）を使う。：画像の高速化に役立つ [MaxCDN](#) などの CDN を使う。
- 質の高い WordPress テーマを使う。：有料・無料に関わらず、ページ表示速度をウリにしているテーマを探す。

- キャッシュ系プラグインを使う。 : [W3 Total Cache](#) や [WP Fastest Cache](#) などページをキャッシュする。
- データベースを最適化する。 : WordPress のデータベースを最適化する [WP-Optimize](#) のようなプラグインを使用する。
- HTML・JavaScript・CSS を最適化 (Minify) する : プラグインの [Autoptimize](#) や、[ツール](#)を使用してファイルサイズを圧縮して削減する。
- gzip 圧縮する : [CSS や JS などのファイルを gzip 圧縮して](#)、転送量を減らす。
- 画像を圧縮する。 : 画像ファイルを圧縮するためにプラグインの [EWWW Image Optimizer](#) や、[Optimizilla](#) のようなサービスを使用する。
- WordPress のリビジョンを最適化する。 : [Revision Control](#) でリビジョンの保存数を制限して、[Better Delete Revision](#) で古いリビジョンを一括削除する。
- ピンバック・トラックバックを受け付けない。 : WordPress にデフォルトで設定されているピンバックとトラックバックは、もはや必要のない機能です。
- 使用していないプラグインを削除する。 : 使用していないプラグインはサイトを遅くする原因になる。

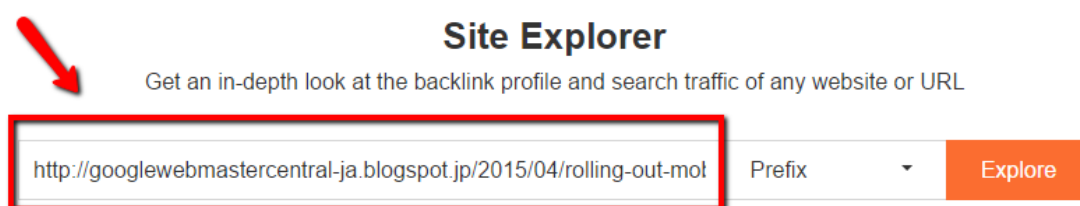
16. メールでプロモーションする

あなたのコンテンツに関心をもつ可能性が高い人に、メールで記事の情報を伝えることは効果的な方法です。この記事を読んでいる人の中には、私からメールを受け取ったことがある人もいます。

メールでのアプローチは日本ではあまり利用されませんが、海外では一般的なプロモーション手段の1つです。スパムメールを送るわけではなく、それぞれパーソナライズしたメールを送ります。

まず、あなたの類似コンテンツにリンク・シェアしている人のリストを作ります。あなたのコンテンツと似ているコンテンツにリンクをしている人は、あなたのコンテンツにも関心をもつ可能性が高い人だからです。

[Ahrefs](#) であなたの類似コンテンツにリンクしている人を探し出します。Ahrefs の[Site Explorer]に、あなたの類似コンテンツの URL を入力して、[Prefix]を選択して[Explore]をクリックします。



ダッシュボードで、[被リンク]をクリックします。類似コンテンツにリンクしているブログのタイトルや URL が表示されます。

Referring page	DR	URL	Ext.	Social	Anchor and backlink	First seen / 減少 / Chk
へえ〜とクリックしたくなるキャッチコピー例。 ameblo.jp/housecompass/▼ JA	84	21	56	fb 0 G+ 0 in 0	グーグルの モバイルフレンドリーアップデート が開始されました。 googlewebmastercentral-ja.blogspot.jp/2015/04/rolling-out-mobile-friendly-update.html?m=1▼	26 05 '15 86 d
レスポンシブデザインがすべてではない: マーケターが対応すべきデザインと開発のトレンド(前編) Moz - SEOとインバウンドマーケティングの実践情報 Web担当者Forum web-tan.forum.impressrd.jp/e/2016/02/08/22120▼ JA CMS	64	21	63	fb 137 G+ 0 in 0	グーグルは、あらゆるデバイス上でサイトを適切に表示するレスポンシブデザインの採用を 推奨 しており、レスポンシブデザインは モバイルでの検索順位を上げる助けになると思われます googlewebmastercentral-ja.blogspot.jp/2015/04/rolling-out-mobile-friendly-update.html▼ LINK REMOVED	12 04 '16 19 04 '16 16 d
検索エンジン順位変動と動向(2015年4月) プレスルーム 株式会社アイレップ www.irep.co.jp/press/whitepaper/2015/20150515.html▼	59	20	16	fb 35 G+ 0 in 14	http://googlewebmastercentral-ja.blogspot.jp/2015/04/rolling-out-mobile-friendly-update.html googlewebmastercentral-ja.blogspot.jp/2015/04/rolling-out-mobile-friendly-update.html▼ LINK REMOVED	23 05 '15 15 04 '16 17 d
2015年4月21日のヘッドラインニュース - GIGAZINE gigazine.net/news/20150421-headline/▼ JA CMS	66	18	169	fb 10 G+ 0 in 0	Google ウェブマスター向け公式ブログ: モバイルフレンドリー アップデートを開始します googlewebmastercentral-ja.blogspot.jp/2015/04/rolling-out-mobile-friendly-update.html▼	21 04 '15 151 d
モバイルフレンドリーアップデートによる順位変動調査レポート プレスルーム 株式会社アイレップ www.irep.co.jp/press/whitepaper/2015/20150526.html▼	59	18	11	fb 27 G+ 0 in 69	2015年4月21日、Google はかねてより明言していた通り、モバイルフレンドリーアップデートを実施した(参照: http://googlewebmastercentral-ja.blogspot.jp/2015/04/rolling-out-mobile-friendly-update.html)。 googlewebmastercentral-ja.blogspot.jp/2015/04/rolling-out-mobile-friendly-update.html▼	31 05 '15 23 d

この中から、ソーシャルブックマークや質の低いサイトなどを取り除いて、メールアプローチ対象者のリストを構築します。リスト数が不十分な場合は、他の類似コンテンツでバックリンク調査を繰り返します。

また、SNS で類似コンテンツをシェアしている人もリストの対象者です。被リンクと同様に、Twitter や Facebook であなたの競合コンテンツをシェアしている人は、あなたのコンテンツもシェアしてくれる可能性が高いからです。

[BuzzSumo](#) の有料プランを使用する方法が最も効率的ですが、Twitter の検索欄で地道に関連キーワードを検索することもできます。たとえば、AMP 化についてのコンテンツを作成した場合、AMP について投稿している人がリスト候補者になります。

これらの作業によって十分な量のリストを構築できたら、リストの対象者にメールを送ります。忙しい人にメールを読んでもらうために、次の内容を含んだシンプルな文面にします。

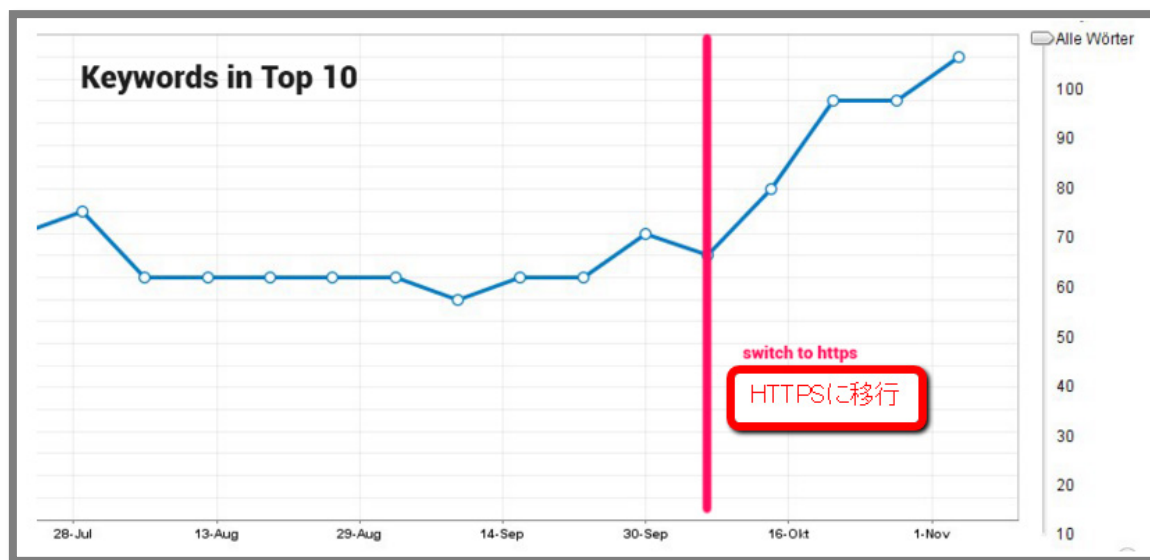
- 簡潔な自己紹介
- メールを送った理由
- コンテンツの URL
- コンテンツを読むべき理由・相手が記事を読むメリット

これらの基本的な要因を含みつつ、パーソナライズしたメールを作成します。送信相手ごとに“響く”ポイントを探し出して、今後も交流できるようなメールを作成することがポイントです。

17. HTTPS (SSL/TLS) 化する

ブログを HTTPS 化することは、SEO にもユーザーにもメリットがある将来を見据えた施策です。

[HTTPS は Google のランキング要因](#)として使用されていますが、現在のランキングへの影響はわずかでグローバル検索に与えている影響は 1% 以下です。しかし、わずかといえども [HTTPS 化によってランキングが上昇した事例](#)はあります。



また、今後はさらに [HTTPS の検索順位への影響が強くなる](#)と予想されています。なぜなら、HTTPS 化の最大のメリットはサイトの安全性を高めることにあり、サイトのセキュリティは Google が最も重視している要因の 1 つだからです。

HTTPS サイトになるとランキングが少し上昇しますが、目に見えるほどの変化は期待しないでください。Google は HTTPS をポジティブなランキング要素として使用します。数多くの要素のうち、この要素は現時点では、高品質のサイト コンテンツよりウェイトは小さくなります。短期的には、HTTPS へ移行しても大きな SEO 上のメリットは期待できません。長期的には、HTTPS サイトであるということの影響が強まる可能性もあります。

つまり、HTTPS 化はブログの安全性を高め、検索順位にわずかな上昇をもたらします。そのため、わずかなランキングの違いがトラフィック量に大きく影響される大規模サイトや、サイト内で支払いなどの重要な個人情報を扱っている場合は HTTPS 化の実装を急ぐべきです。

HTTPS 化は決して簡単な作業ではありませんが、次のコンテンツは HTTPS 化の移行にとっても役立ちます。

- [HTTPS でサイトを保護](#)
- [ブログの完全 HTTPS 化を完了、HTTP から HTTPS への移行プロセスを共有](#)
- [HTTPS 移行のよくある Q&A 13 連発。](#)

18. コンテンツのフォーマットを変える

ダイレクトマーケティングの第一人者である[ロバート・W・ブライ](#)氏は、著書「How to コンテンツでお金を生み出す方法」で次のように述べています。

書いた作品はどれ 1 つムダにしてはいけない。読者はすでに購入済や無料で受け取ったことのある内容でも、別の形式で出されたらまた買うものなのだ。

つまり、過去にあなたが書いた人気コンテンツを他の形式に変えて投稿することで、たとえ同じ内容であっても再び読者の関心を集めることができるのです。さらに、変換するフォーマット次第では、商品として販売することもできます。

たとえば、ブログ記事をまとめて電子書籍として出版する方法です。無料で提供する場合はそれ自体が大きなプロモーションになりますし、有料で提供する場合は [Amazon](#) から収益を得ることができます。

ブログコンテンツから変更しやすい形式には、次のようなものがあります。

- 動画
- アプリ
- ポッドキャスト
- インフォグラフィック
- eBook（電子書籍）
- PDF レポート
- スライド
- 漫画・イラスト

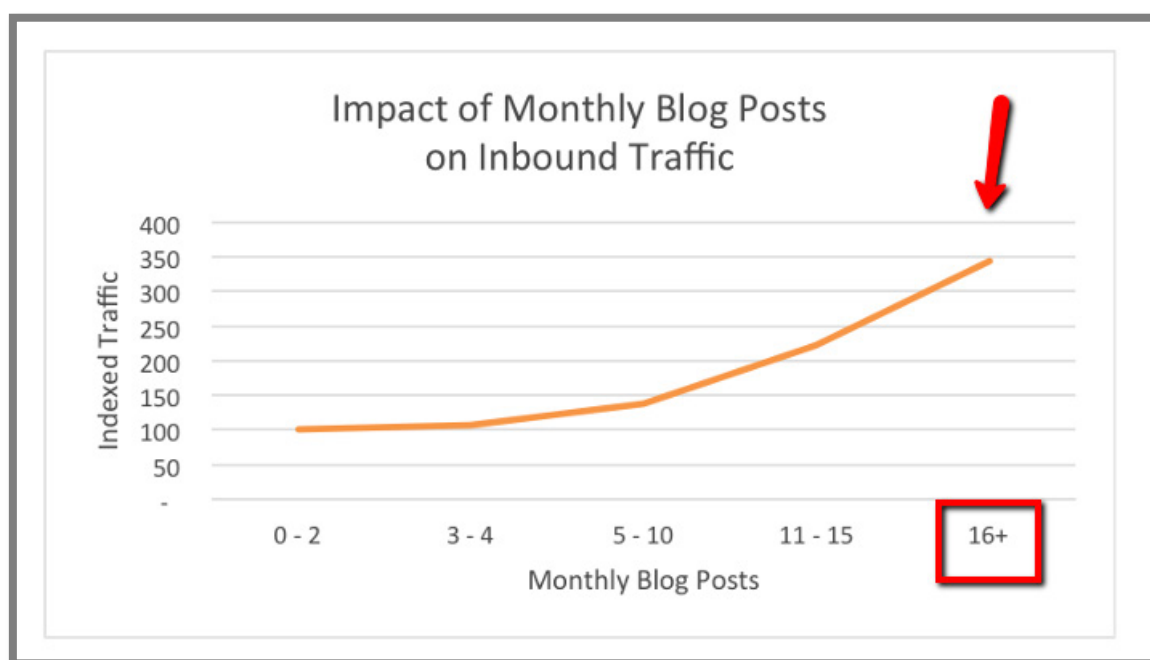
既存のコンテンツをこれらのフォーマットで再活用することで、ゼロから作成するよりも短時間でコンテンツを作成できます。

また、様々なメディアでコンテンツを提供することは、ブログやあなた自身の信頼性を高めることに役立ちます。

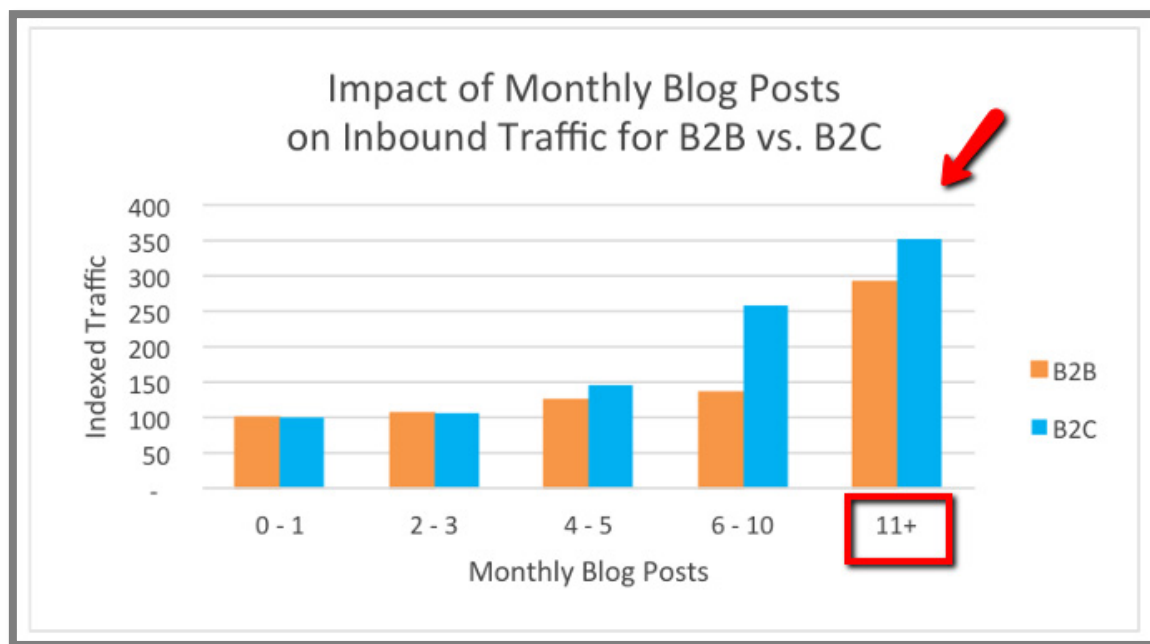
19. 記事の更新頻度を増やす

基本的にブログは更新頻度が高いほどトラフィックを得ることができます。そのため、ブログで最も重要な目的がトラフィックならば、質の高い記事をたくさん投稿する必要があります。

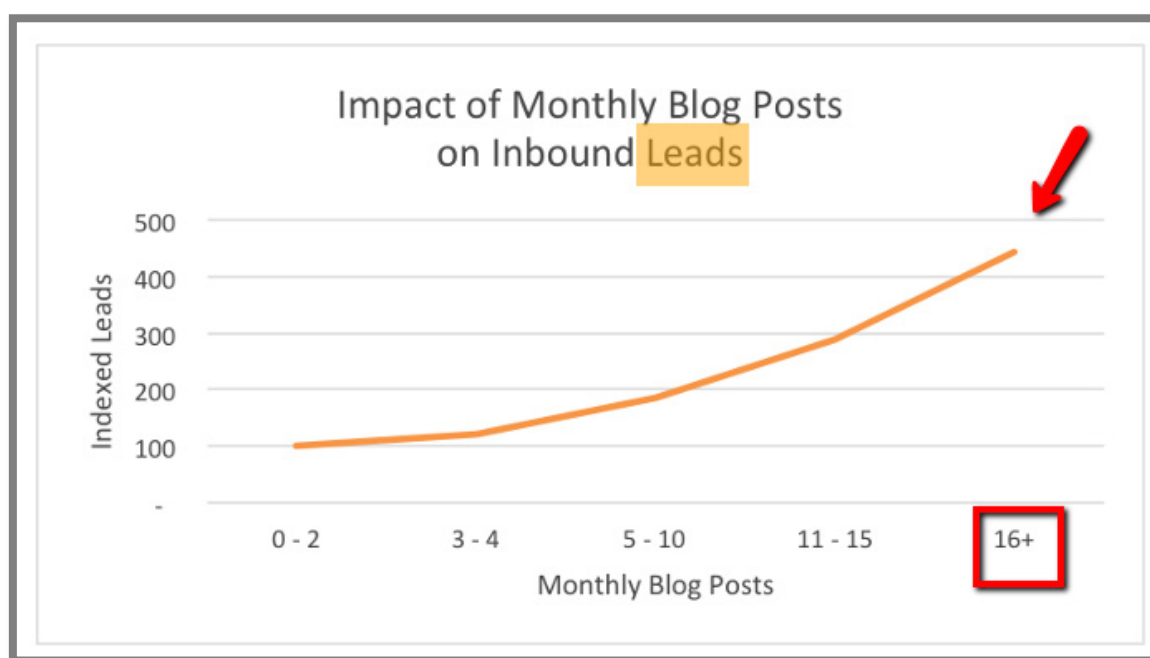
[HubSpot の 2015 年の調査](#)では、1 か月間に 16 回以上投稿した企業のトラフィックは、0 ~4 回投稿した企業の 3.5 倍のトラフィックを得ています。この傾向は企業の規模にほとんど影響されません。



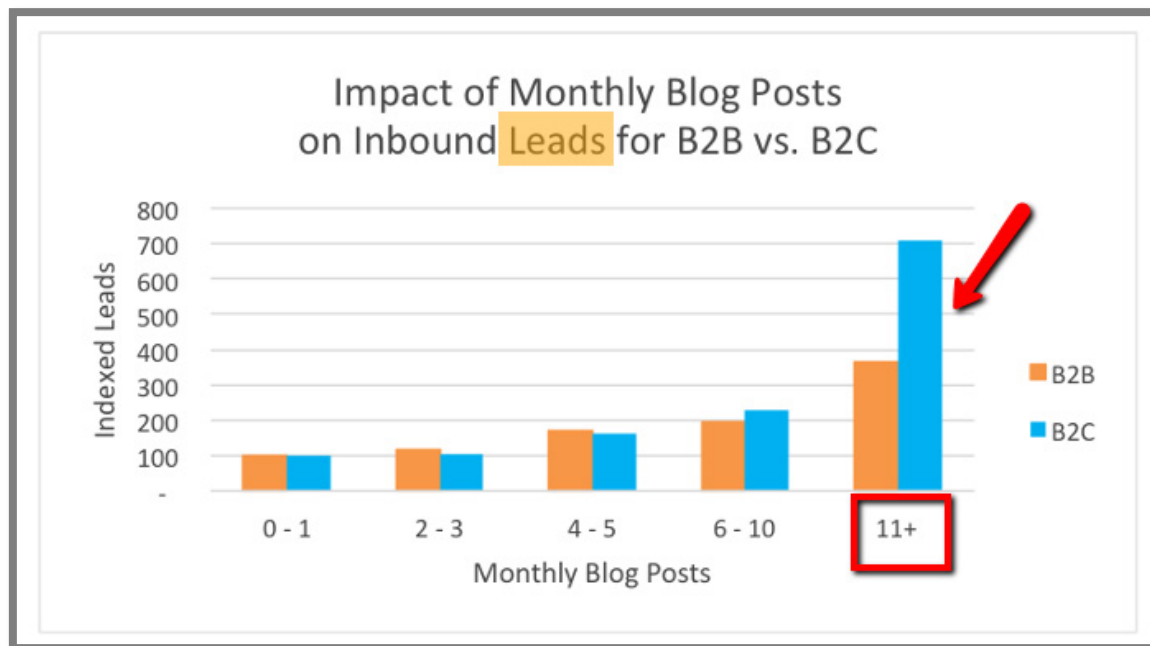
さらに、企業を B2B と B2C で分けたデータでも、B2B と B2C とともに月に 11 回以上投稿すると、0~1 回投稿時よりも 3 倍多くのトラフィックを得ています。



また、投稿数を増加させることは、見込み客の獲得（Leads）にも効果的です。1 か月間に 16 回以上投稿した企業は、0～4 回投稿した企業よりも 4.5 倍の見込み客を獲得しています。



特に B2C 企業は、月に 11 回以上投稿すると、4～5 回投稿時よりも 4 倍以上の見込み客を獲得しています。



つまり、質の高い記事の更新頻度を増やすことは、企業の規模、B2B、B2Cに関わらず、トラフィックと見込み客獲得に役立ちます。

20. メールマガジンのリストを構築する

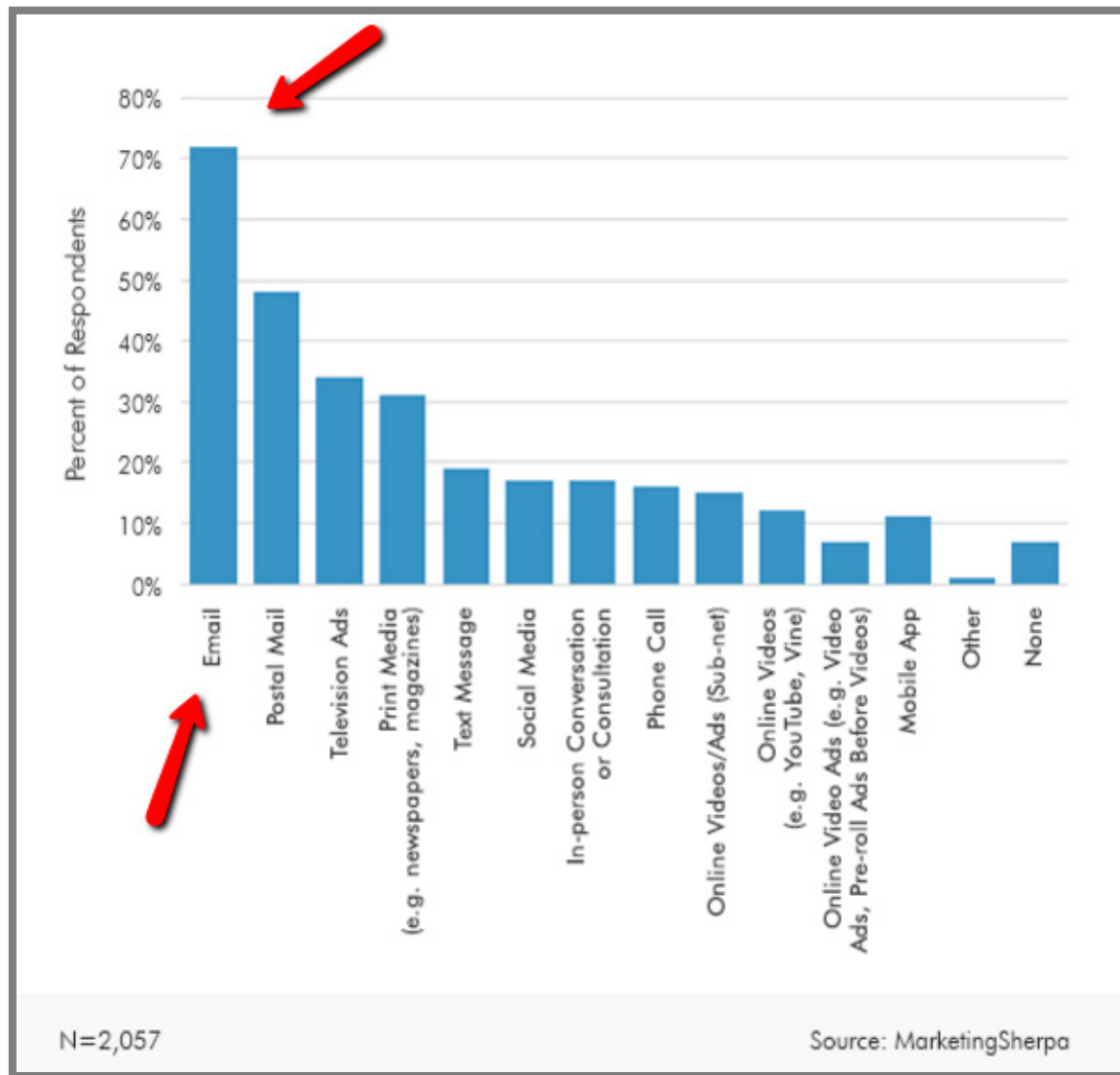
ブログマーケティングにおいて最も重要なことは、サイト訪問者のメールアドレスを獲得することです。なぜなら、メールアドレスのリストを構築することは、あなたのブログのアクセス、シェア、売上を増加させるからです。

たとえば、あなたに 1000 人のニュースレター登録者がいるとしましょう。あなたは新しい記事を投稿したので、コンテンツの URL をメールで登録者にお知らせします。

メール中の URL のクリック率が 10% なら 100 人、30% なら 300 人に閲覧してもらえます。さらに、閲覧者の数パーセントはソーシャルシェアをしてくれます。

つまり、メールマガジンリストに 1 通のメールを送るだけで、記事の公開直後に一定量のトラフィックとシェアを確保することができるのです。ちなみに web マーケティング情報サイトの Quick Sprout は、[メール経由のトラフィックが全体の 16.25%、シェアが 34.3%、収益が 44%を占めています。](#)

これらのデータは、メールマーケティングが依然として最も効果的なマーケティング手法であることを示しています。[2015 年の MarketingSherpa の調査](#)では、アメリカの消費者の 72% が企業とのコミュニケーション手段としてメールを好んでいるというデータもあります。



では、ブログ訪問者のメールアドレスをどのように獲得すればいいのでしょうか？

メールアドレスを獲得する方法はたくさんありますが、70 万人以上の登録者を抱えている [Okdork の Noah Kagan 氏](#)は、Exit popups が効果的だと発言しています。

Exit popups とは、ユーザーがサイトのウィンドウを閉じようとする则表示されるポップアップです。たとえば、儲け学のページを閉じようとするとき次のポップアップが表示されます。



Googleの検索順位を決定する要因を知りたくありませんか？

検索アルゴリズム完全リスト200

- Googleが存在すると明言しているアルゴリズムから、その存在を隠すもの、はたまた噂レベルのものまでを含めたリストです。
- 世界中のSEOの専門家がどのような要因を重視しているかを知ることができます。
- 2009年に「Search Engine Journal」で公開された情報を、独自にアップデートしています。

YES

OR

NO

儲け学

ポップアップがユーザーから好まれないことは誰もが理解しています。しかし、海外の有名ブロガーのほとんどが Exit popups を導入しています。

なぜなら、効果的だからです。

Exit popups は、サイトバーなどに設置する登録フォームよりも圧倒的にコンバージョンが高い傾向にあります。ちなみに儲け学のポップアップのコンバージョンは、1.02%です。悪くない数字です。

☐	Name	Theme	Impressions	Conversions	Rate
☐	exit popup 01	New Theme 7	14293	146	1.02%

Exit popups は、ステップメールサービスとプラグインを使用して導入できます。現在の儲け学のポップアップは、[アスメル](#)と [Ninja Popups](#) を連携して利用しています。まずは Exit popups で、魅力的な無料オファーを提供してみましょう。

21. 競合サイトのリンクプロフィールを調査する

あなたの競合ブログの被リンクを調査して、競合ブログがどこからアクセスを集めているかを知ることは効率的な方法です。なぜなら、あなたの知らない競合サイトの集客源を発見できれば、あなたもそこからトラフィックを得ることができるからです。

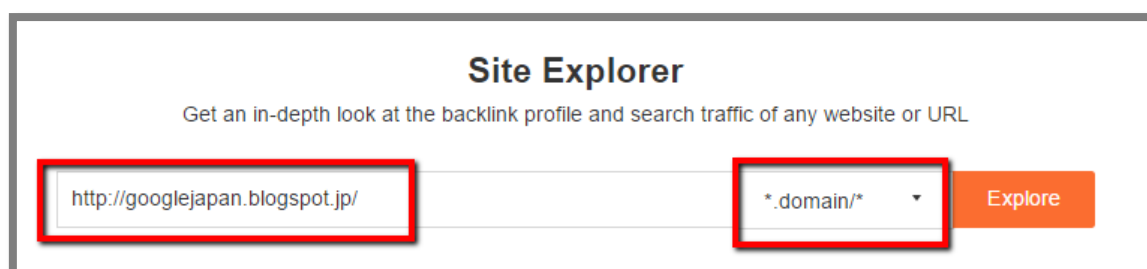
Step1 : 競合サイトをリストアップする

あなたのブログの競合サイトを 10 サイト程度リストアップします。具体的には、あなたが Google で上位表示したいと考えているキーワードで上位表示しているサイトなどです。

Step2 : 競合サイトの被リンクを調査する。

SEO 解析ツールを使用して、リストアップした競合サイトの被リンクを調べます。[Ahrefs](#) が最もおすすめですが、[Open Site Explorer](#) や [Majestic](#) でも高精度な調査をすることができます。

Ahrefs の[Site Explorer]に、競合サイトの URL（ホームページ）を入力して、[Explore]をクリックします。



Site Explorer

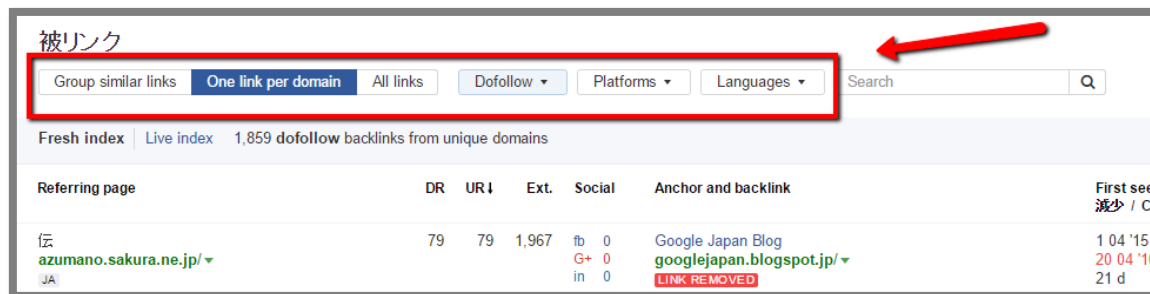
Get an in-depth look at the backlink profile and search traffic of any website or URL

ダッシュボードの、[被リンク]をクリックします。検索したサイトにリンクしているサイトの一覧が表示されます。



Referring page	DR	URI	Ext.	Social	Anchor and backlink	First seen / 減少 / Chk	Links
伝 azumano.sakura.ne.jp/▼ JA	79	79	1,967	fb 0 G+ 0 in 0	Google Japan Blog googlejapan.blogspot.jp/▼ LINK REMOVED	1 04 '15 20 04 '16 21 d	19 ▼
セキュリティホール memo www.st.ryukoku.ac.jp/~kjm/security/memo/▼ JA	61	48	615	fb 40 G+ 23 in 4	まんがで学ぼう「セキュリティ入門」 (Google, 2/10) googlejapan.blogspot.jp/2016/02/blog-post_10.html▼ LINK REMOVED	12 02 '16 10 03 '16 57 d	66 ▼
検索サイト[MT-ISLET] - お役立ち情報を探す検索エンジン mtislet.com/▼ EN	54	48	29	fb 0 G+ 210 in 0	Google Japan Blog - 最新情報 googlejapan.blogspot.jp/▼	8 08 '13 40 d	1 ▼
アクセスアップのためのリンク集 SEO対策に全てページラ ンク付き www.access-capture.com/▼ ET	52	46	15	fb 1 G+ 2 in 0	モバイルウェブをもっと速く googlejapan.blogspot.jp/2016/02/blog-post_25.html▼ LINK REMOVED	4 03 '16 29 03 '16 32 d	
【小寺信良の週刊 Electric Zooma】第726回 定額購入 +ロッカーで超能力! 音楽配信の伏兵「Google Play Music」を試す - AV Watch av.watch.impress.co.jp/docs/series/zooma/20150930 _723177.html▼	71	43	9	fb 135 G+ 34 in 1	http://googlejapan.blogspot.jp/2015/09/google-play-music.html googlejapan.blogspot.jp/2015/09/google-play-music.html▼ LINK REMOVED	30 09 '15 14 04 '16 18 d	245 ▼

表の上部の項目でフィルタリングすることができます。たとえば、[One link per domain]をクリックすると、1つのドメインから1つのリンクしか表示しなくなります。その他にもリンクタイプ、プラットフォーム、言語などで検索結果を選別することができます。



Step3 : 競合の被リンクリストを作成する。

競合サイトの被リンク調査の結果を、Excel や [Google のスプレッドシート](#) にまとめます。無料ツールの [Free Dupe Remove Tool](#) などで、重複している URL を削除してリストをクリーンにするのが理想的です。

	A	B	C	D
1	Name	Twitter	Email or contact page	Blog
2				
3				
4				
5				

Step4 : 競合の被リンクを分析して、真似をする。

競合の被リンクリストの URL を1つずつ調べて、どのような場所からどんな種類のリンクを得ているのかを分析します。そして、あなたもそのリンクを獲得するための行動をします。

- 寄稿をしていたら、あなたもそのサイトに寄稿する。
- ブログや SNS からのリンクを発見したら、シェアした人にコンテンツを伝える。
- 自分が使用していない SNS を発見したら、その SNS にアカウントを作る。
- フォーラム（掲示板）に参加していたら、そのフォーラムのメンバーになる。

なお、競合調査するうえで注意すべきなのは、[ホワイトハット SEO によるリンクのみを参考にすること](#)です。Google のガイドラインに違反するようなブラックハットな手法を真似しないでください。

次のステップは？

ここで解説している 21 の方法は、私がこの ebook を作成するために集めた 100 以上のテクニックの中で優先順位が高いと判断したものです。ぜひどれほど役立つかをご自身で確かめてみてください。