



# STEP 2

メディアの成功を決めるキーワード選定

# STEP 2 の目的

記事を書くときに上位表示を  
ねらうキーワードを決める



# キーワード選定の流れ

1. Gmailアドレスを取得する
2. メディア管理シートを取得する
3. キーワード管理シートを取得する
4. キーワード選定を行う  
トレンド・まとめ記事／リードページ／キラーページ
5. キーワードの優先順位を決める

※次回以降は、4～5のみの繰り返しです

# Gmailアドレスを取得する



# Gmailを取得してください。

OMCでは、  
メディア情報、キーワードを管理するために、  
Googleが提供しているサービス、  
「Googleスプレッドシート」を利用します。

Googleスプレッドシートを利用するために、  
まず下記リンクより、Gmailを作成してください。

<https://www.google.co.jp/intl/ja/gmail/about/>

# メディア管理シートを取得する



# メディア管理シートを取得する

下記情報を管理する、メディア管理シートを取得してください。

- メディア基本情報
- アフィリエイト案件
- 記事スケジュール
- 外注

メディア管理シートダウンロードURL

<https://goo.gl/J8GeiN>

※シート左上から、ファイル > コピーを作成、でコピーを作成し使用してください

# キーワード管理シートを取得する



# キーワード管理シートを取得する

キーワードを管理するシートを取得してください。

キーワード管理シートダウンロードURL

<https://goo.gl/FRcYpV>

※シート左上から、ファイル > コピーを作成、でコピーを作成し使用してください

# キーワード選定を行う



# 各パターン別のキーワード選定方法

OMCでは下記3パターンの記事を書いています。

- トренд・まとめ記事
- リードページ
- キラーページ

各パターン別にキーワード選定方法が違うので、それぞれ説明していきます。

# トレンド・まとめ記事の キーワード選定の流れ



# トレンド・まとめ記事の キーワード選定の流れ

1. キーワードプランナーにアクセスする  
<https://adwords.google.co.jp/keywordplanner>
2. カテゴリで検索し、ライバルサイトを  
5～10 サイトピックアップする
3. キーワードプランナーでライバルサイトの、  
キーワードを抜いてくる

# 月間の検索ボリューム目安

## 【0～3ヶ月】

月間検索ボリューム：100-1,000 (200～1,000)

## 【3ヶ月～半年以降】

月間検索ボリューム：1,000-10,000 (200～5,000)



# ピックアップするキーワード数目安

トレンド・まとめ記事=7割 例)70キーワード

リードページ=2割 例)20キーワード

キラーページ=1割 例)10キーワード

まずは全体で、

100キーワード=100記事分

のキーワードをピックアップしてください。

# リードページのキーワード選定



# リードページのキーワード選定の流れ

1. キーワードプランナーにアクセスする

<https://adwords.google.co.jp/keywordplanner>

2. ゴールとする商品（自社商品サービス、アフィリエイト商品ページ等）  
URLをピックアップする

3. 2でピックアップしたURLから、キーワードプランナー  
を使用し、キーワードを抜いてくる

# キラページのキーワード選定



# キラーページのパターン

キラーページには大きく分けると、  
下記の2パターンがあります。

## ■ 1つの商品を紹介するキラーページ

例) <https://goo.gl/iuBnxa>

## ■ 複数の商品を紹介するキラーページ(ランキング記事等)

例) <https://goo.gl/fTcmCR>

# 1つの商品を紹介する キラーページのキーワード

1つの商品を紹介するキラーページ

例) <https://goo.gl/iuBnxa>

【キーワードパターン】

1.販売する商品名・サービス名

例) ベルタ酵素、ハグクミ葉酸 等

2.販売する商品名・サービス名 + 単語組み合わせ

組み合わせる単語のオススメ

「価格、料金、最安値、評判、口コミ、申込み、予約」

例) ベルタ酵素 価格、ベルタ酵素 口コミ,等



# 複数の商品を紹介する キラページのキーワード

複数の商品を紹介するキラページ(ランキング記事等)

例) <https://goo.gl/fTcmCR>

## 【キーワードパターン】

1.その商品・サービスの商品ジャンル

例) 酵素ドリンク、葉酸サプリ 等

2.その商品・サービスの商品ジャンル＋単語組み合わせ

組み合わせる単語のオススメ

「ランキング、比較、おすすめ」

3.その商品・サービスで解決できる「メインの悩み」

例) お腹周りダイエット,産後 ダイエット 等

# キーワードの優先順位を決める



# キーワードの優先順位を決める

抽出したキーワードを、記事を書いていく順番に、ABCで優先順位をつける。

A・・・優先度高い	1ヶ月以内に記事作成
B・・・優先度中	2ヶ月以内に記事作成
C・・・優先度低い	3ヶ月～半年以内に記事作成

※常にゴールにする商品・サービスを意識し、  
「このキーワードは、ゴールに結びつきやすいかどうか」で優先度を判断してください。

# COMPASSを使った、 優先順位チェック方法



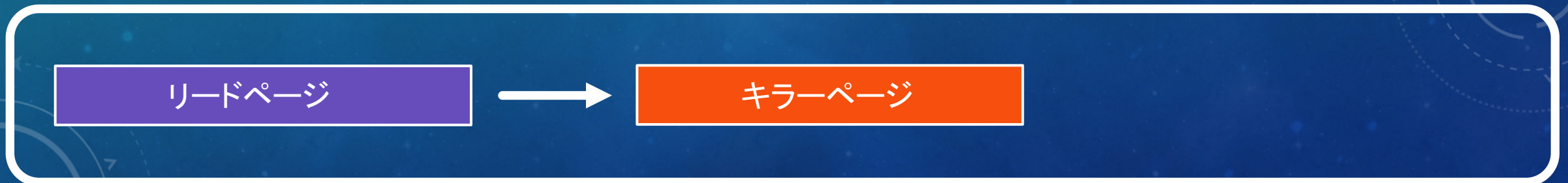
# 記事の導線を決める

# 記事の導線

## トレンド・まとめ記事からの導線



## リードページからの導線





# 記事タイプ別 PV・成約率関係図

PV多い

トレンド・まとめ記事B  
「キーワードを含まない」一時的に流行る  
優先度・・・低い

トレンド・まとめ記事C  
「キラーページで紹介している商品 に関連する  
優先度・・・超高い

トレンド・まとめ記事A  
「キーワードを含み」定期的に需要がある  
優先度・・・高い

リードページ  
キラーページに関連するキーワードの記事

キラーページ  
・1つの商品を紹介したページ  
・複数の商品を紹介したページ

※各カテゴリごと

成約率が高い

# トレンド・まとめ記事A

## 「キーワードを含み」定期的に需要がある、トレンド・まとめ記事

■優先度：高い

■効果：爆発的にアクセスは集まらないが、定期的にアクセスを集められ、かつリードページにつながる可能性がある

■目安とする条件

- ・カテゴリに関連している

- ・キーワードを「含んでいる」

(キラページ関連のキーワード以外)

※今後取り扱う可能性のあるキーワードも含む・毎年もしくは1ヶ月以上アクセスが見込める情報

(〇〇年ネタ、季節ネタ、定期開催イベント、〇〇の方法、成分、効果、効能、等)

■記事例)美容カテゴリ、ゴール商品「ベルタ酵素」の場合 (※タイトル例)

- ・今から始めるのがちょうどいい！「夏までに確実に痩せる」ダイエットのコツ5選！

- ・二の腕ねじりダイエットの効果は？【やり方と回数に注意！】

- ・今度こそ下半身ダイエットが成功する！即効性のある簡単エクササイズ

- ・ちょっと大変だけど短期間で痩せられる！「17日間ダイエット」が効果絶大!!

- ・ミランダ・カーもローラも！2016年もまだまだブレイク中の「チアシードダイエット」



## トレンド・まとめ記事B

# 「キーワードを含まない」一時的に流行る、トレンド・まとめ記事

■優先度：低い

■効果：一時的なアクセスにはなるが、アクセスが爆発する可能性があり、ドメインパワーが高まる

■目安とする条件

- ・カテゴリに関連している
- ・キーワードを「含んでいない」
- ・話題性はある一時的(1ヶ月程度)にアクセスは集まるが、その後アクセスが見込めない記事
- ・一時的な現象、イベントに関する記事

■記事例) 美容カテゴリ、ゴール商品「ベルタ酵素」の場合 (※タイトル例)

- ・世界一の美女がサラコナー！エミリアクラークに注目！【ターミネーター5新起動ジェニシス来日動画】
- ・『25ans』創刊35周年記念の初めての美容イベント「プリンセス美容博覧会」10/3に開催

# トレンド・まとめ記事C

「キラページで紹介している商品・サービス」に関連する、トレンド・まとめ記事

■優先度: 超高い

■効果: 優先度は超高いが、商品＋トレンドが発生したタイミング（商品がTV、雑誌でとりあげられた）で一番効果を発揮するので、タイミングがあったときでしか、記事を作成できない。

■目安とする条件

- ・カテゴリに関連している
- ・キラページのキーワードを「含んでいる」
- ・キラページで紹介している商品、サービスがテレビ番組、雑誌等でとりあげられた

■記事例) 美容カテゴリ、ゴール商品「ベルタ酵素」の場合 (※タイトル例)

- ・6月11日にヒルナンデスで紹介されていた「ベルタ酵素」が痩せると話題に
- ・2016年9月15日公開予定映画「〇〇〇〇」のヒロイン〇〇がベルタ酵素を愛用中
- ・ベルタ酵素の成分〇〇が体内の〇〇を20%減少させると6月17日に研究機関が発表



# リードページ

■優先度: キラーページ1つに対して、3～10記事(それ以上でも可)

■効果: キラーページの商品・サービスに関連し、キラーページに誘導することを目的とした記事。また、キラーページに直接関連しない情報→キラーページに関連する情報につなげる役割も果たす。

## ■目安とする条件

- ・カテゴリに関連している
- ・キラーページに関連するキーワードを「含んでいる」

## ■記事例) 美容カテゴリ、ゴール商品「ベルタ酵素」の場合 (※タイトル例)

- ・藤井リナさんも愛飲♡3ヶ月で平均-4.4kg痩せる酵素ドリンク
- ・ローラも愛用中！あの話題のファスティングで最短スリムボディをGET♪
- ・ファスティング効果を引き立てる酵素とやり方、回復食まとめ
- ・ダイエットに効果的な酵素ドリンクの飲み方
- ・ダイエットの強い味方！酵素ドリンクの効果的な飲み方をご紹介！

# キラページ

■優先度：目安 全体の記事数の1割（全体記事数100であれば、10記事程度）

■効果：ゴールとする商品・サービスを紹介する。

■目安とする条件

- ・カテゴリに関連している
- ・ゴールとする商品、サービス名、（＋単語組み合わせ）がキーワード

■記事例）美容カテゴリ、ゴール商品「ベルタ酵素」の場合

- ・購入前に必見！ベルタ酵素で失敗する7つの理由 / 口コミ効果ではわからない事実
- ・モデルや芸能人も愛用！この春の“美人痩せ”はベルタ酵素ダイエットが叶えてくれる♪
- ・酵素ドリンクダイエット商品比較と7つの誤解 / 人気ランキングの前にチェックしたいこと



# 商品紹介リンク・アフィリエイトリンクの 設置に関して

今後PVが伸びていき、

- 「キーワードを含み」定期的に需要がある、トレンド・まとめ記事
- リードページが上位表示され、アクセスが集まるようになれば、  
直接関連する商品の紹介、アフィリエイトしてもOKです。

アクセスが集まらないうちは、アフィリエイト割合・広告色を少なくするため、アフィリエイトはキラーページのみに集約してください。