

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は、
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きます。

- ・トレンド・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

キラー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/iuBnxz>

■ 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 キラーページのキーワード

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>

【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」

(キラー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
(○○年ネタ、季節ネタ、定期開催イベント、○○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」
- ・話題性はあり一時的(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

「キラー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
- ・キラーページのキーワードを「含んでいる」
- ・キラー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「○○○○」のヒロイン○○がベルタ酵素を愛用中
- ・ベルタ酵素の成分○○が体内の○○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紹介！

キラーページ

■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・アフィリリンクの 設置について

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、アフィリリンク割合・広告色を少なくするため、アフィリリンクはキラーページのみに集約してください。