

おまけ: キーワードの基礎知識

キーワードとは

キーワードは訪問者が、ある一定のニーズ(意図)を持って検索結果を表示するために入力するもののことを指します。

“意図”を持って検索するということは悩みを解決したり、情報を得たいといった欲求が内包されているということです。

その欲求の強さを考えてキーワードを選ぶことで商品が少ないアクセスでも売れていくということがおきます。

つまり、商品選びとキーワード選びがうまくなればSEOをやるだけで稼げるということになります。

キーワードの選び方、あとは内部SEOのキーワードの使い方を覚え、稼げるサイトを作れるようになります。



キーワード＝欲しい、知りたいなどのニーズ



〇〇の情報を知りたいな
□□の問題を解決する方法は？



検索する人の意図を反映してキーワードが入力される

キーワードは助詞・助動詞を省き、単語で使う

※一部含まれるものもある

例えば「プロミスの申込み方」の場合、キーワードは「プロミス」「申込み方」の2語。

キーワードを考えるときには上記のように考えて検索をします。

ただし、例外として“家のできる”“腰の痛み”といったキーワードは助詞・助動詞を含んだキーワードとして認識されている場合があります。

これはキーワードの検索ボリュームによって判断されているようなので、実際に検索をして関連キーワードが表示されるか確認をしましょう。



関連キーワードとは

関連キーワードは、軸となるキーワードと一緒によく検索されるキーワードのこと。

サブキーワードとも言われたりします。

例えば、「プロミス」というキーワードの場合、プロミスのみではなく、“プロミス atm” “プロミス 店舗” など、atm、店舗と一緒にして検索されています。

この場合、“atm” “店舗” が関連キーワードとなります。

“プロミス” 1語では見えてこない検索者のニーズも、関連キーワードが入ることで検索者の意図が具体的に見えるようになってきます。

また、アフィリエイトではメインキーワードのみでライバルサイトがSEOの強い場合、関連キーワードを含めたサイトを作る選択肢にもなります。

キーワードの種類によるメリット・デメリット

○商品名・作者名・会社名などの固有名詞のキーワード メリット

商品の購入率が高い → ニーズの強い人達が集まる

SEOが比較的簡単 → **結果の出るまでが早い**

サイトが作りやすい → 情報を知っている人達なので細かい説明が不要

デメリット

広告の終了と一緒にサイトの役目も終了 → その時点から報酬はなし

○固有名詞を含まない一般名詞のキーワード メリット

広告が終了しても大丈夫 → **報酬ゼロがないので安定して稼げる**

デメリット

悩みの情報をまとめる力と商品と結びつける力が必要 → 時間がかかる

SEOに時間がかかる場合がある → ワードによって競合サイトが強い

報酬発生までのスピードと、報酬の安定度の違いがポイント

SEO的なキーワードの使い方の基礎

稼ぐために必要なキーワードの配置場所

キーワードには、必ず配置をしなければならない場所があります。

詳細はサイト作成や内的・外的SEOなど、他のテキストで触れていきますが、非常に重要な内容なので、このテキストでも簡単に触れておきます。

サイト(ページ)タイトル

キーワードから入れていく(左側に入れる)

metaキーワード

狙うキーワードを半角カンマ区切りで入れる

h1タグ

狙うキーワードのみを入れる

metaディスクリプション

キーワード入れてサイト(ページ)の紹介文を作る

サイトの文章内

キーワードを若干意識して文章内に配置する

アンカーテキスト

狙うキーワードを基本的に入れていく

キーワードの基礎のまとめ

- ・キーワード＝検索者のニーズ
- ・文ではなく、基本的に助詞・助動詞を抜いた単語単語の組み合わせで考える
- ・関連キーワードを含められると検索者ニーズがより具体的に見えてくる
- ・商品名・作者名・会社名などの固有名詞のキーワードは、SEOが比較的簡単で結果の出るまでが早い
- ・固有名詞を含まない一般名詞のキーワードは広告が終了しても他の商品に切り替えることで報酬ゼロを防ぎ、安定して稼げる
- ・キーワードは重要な箇所に正しく設置することで結果に繋がられる