



7日目

**アクセスの集め方編
補足マニュアル**

●はじめに

【推奨環境】

このレポート上に書かれている URL はクリックできます。できない場合は最新の AdobeReader をダウンロードしてください。(無料)

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

【著作権について】

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。
下記の点にご注意戴きご利用下さい。

このレポートの著作権は作成者に属します。
著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部を
いかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます

著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です
著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化
見解の変更等を行う権利を有します

万が一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の
業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても
著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないこと
をご了承願います。

目次

1-1 初期段階で SEO に時間をかけない	4
1-2.初めに設計図を描くことが重要.....	11
1-4.お客様は理論でなく感情で買う.....	22
2-1.その他注意すべきこと.....	25
2-2.ブログの更新時間にも注意！	27

1-1 初期段階で SEO に時間をかけない



「今日は“アクセスの集め方”について話をするね」
「松風さんのイメージするアクセスを集め方は？」



「私が昔やっていたのはバックリンクをライバルよりも増やすことですね」
「お恥ずかしい話ですがSEO勝負で検索上位を目指した集客でした^^」

「ブログを作ってはバックリンクを付けることの繰り返しでしたが
キーワードでアクセスを集めても結果が出てきませんでした(悲)」

「上位表示さえすればどうにでもなる、と置いていただけにですね・・・」



「時間のない副業アフィリエイトにはSEO勝負は論外だね」

「上位表示しても稼げるとは限らないからね」

「競合キーワードと成約キーワードは全く違うし」

「そういうのより、広告に繋がるどうかだけだし」

「検索されているか、どうかなだけだからね」



「塾長、その部分のお話をもう少し聞かせてください！」

「仮に“育てるブログ”で『抜け毛+シャンプー』というキーワードが
たくさんアクセスが来ているとして、そのキーワードで
“あの場所ブログ”を作るという仮定でお願いしていいですか？」



「いいよ^^」「育てるとか、あの場所の補足になるね」

「多くのアフィリエイトは“抜け毛+シャンプー”を狙うキーワードとして新しいブログを作り、リサーチすることなく適当に数ページ入れてるよ」

「ヤフーのユニットサーチや、グーグルのキーワードツールの検索結果数で表示された複合キーワードで個別ページをいれている」
「それが終わったらバックリンクをライバルよりも1本でも多くつけていく」

「稼げていない方は、だいたいこんな感じだよ」



「昔の自分のようで穴があったら入りたい(恥)」



「検索結果数とか見ても、人の気持ちは何も分からない訳だし」
「キーワード調査とかで記事をひたすら上げている人達もいるけど」
「全て、広告基準に合わせた中でやらないとあんまり意味はないからね」

「キーワードが稼ぐのではなく、ASPの場合は広告が稼ぐよ」
「売りたい商品の申し込み手順まで全部調べるし(ライバル商品も含む)」

「電話番号が書いてある案件は基本は無視」
「その他の商品が並んでいるのも無視だね」

「2個セットとか、3個セットとかある商品もあまり好きじゃない」
「2個セットとか、3個セットは、広告主があとから売ればいいのに」
「そこでよくばっているからコンバージョンが落ちるんだよね」

「こういうのまでさ、ちゃんと見るとキーワードが稼ぐのではない」
「と、いう事がよく分かってくるよ！売れているのには理由があるの」

「そもそも、広告のどこを見てほしいのかも決めていないのに……」
「今、松風さんが今、お話した通り……」

「抜け毛+シャンプーだけで何が分かるの？ で、そこから何をどう伝えるの？」

「アミノ酸がいいですよとか、広告に書いてあるよ？」
「そこを説明するのは広告だよ、アミノ酸だけじゃない所だって」
「差別化出来る所はたくさんあるんだよね・・・」

「男なのか？女なのか？性別さえ、キーワードからは分からない」
「新たに“買い替え”なのか“新規”なのかも分からないのにさ・・・」

「“抜け毛+シャンプー”でブログを作るのはいいんだよ」

「だけど何も分からない状態からSEO勝負ってズレまくるよ」
「とくに1ペラと呼ばれているやり方で、こういう競合キーワードに」
「自分から参入している方は、入り口1つ、出口1つだからね」

「それでどういう答えを返すのか？逆に分からないよね・・・」



「何となく分かりました！お客様が誰さえも分からない状態で
ブログを作っても中身のコンテンツがズレていれば
たとえ、上位表示してもお客様は買ってくれないですもんね」



「そうばい！」

「アクセスを集める場合、真っ先にバックリンクはどこがいいなの」

「IP分散はした方がいいですか、相互リンクはSEO的にどうですか？」

「1日どのぐらいリンクを送ればいいなの、中小検索エンジンはどうのって」

「自分の基準を持っていない方ほど、情報に溺れ悩んでいるよ」

「自分でテストもろくにしていない中で、グーグルの変動に合わせるから」

「どれが正解なのか、ますます分からなくなんだよね・・・」

「だから、キーワードの検索結果数とかが気になるんだよ・・・」

「月に7桁・8桁もいっていないのに、そういう所ばかりを知ろうとするから」

「いつまでも本質に気づけないんだよ、斬新なノウハウとか求めてもね・・・」

「リサーチして、設計図組んでコツコツと積み上げていけばいい！」

「アフィリエイト脳はいらないよ」



「プレゼンする力を持つことですよ！1つ1つに答えを返すこと
「分かりました！」「いつもありがとうございます」

「基本に戻ることですよ^^ 設計図ありきだということ」
「自分の時間軸・習慣化をちゃんと決めること」
「SEOの前に、1つのテーマに強くなること」
「作る方を優先していくこと」

「そして、リサーチをしない事には何もわからないということ」

松風メモ

- ねらうキーワードに対してどういう構成で作るのか
決めていない中で最初からSEOに時間をかける必要はない！**
- SEOをしたら売れるということは絶対ない！**
- 狙っているキーワードばかりを見てSEOを考えること自体が
時間の無駄になる**

1-2.初めに設計図を描くことが重要



「SEO勝負でアクセスを集めるのはダメという話をしたね」
「そうすると次に知りたいのは・・・」

「じゃあ、どうすればいいの？」

「って話になると思うんだよ、2日目で主に話した事になるけどさ」



「おさらいも含めて宜しくお願いしますばい！」



「仮に“抜け毛+シャンプー”を狙うキーワードでブログを作るにしても、
そのキーワードの「1歩前」「2歩前」を考慮することが重要だね」
ここも広告選定基準に合わせる事が大事だよ

「お客様が“抜け毛+シャンプー”と検索窓に打ち込んでいたとしても
その過去(背景)が絶対あるわけさ」

「例えば、工事現場のおじさんが、多汗症でヘルメットの中で」
「ものすごい汗をかく人で、ムシて頭皮が気になって・・・」
「その流れで“抜け毛+シャンプー”と検索しているかもしれないね」

「抜け毛って家のシャンプーが原因なの？って思っているだけかも・・・」
「あるいは出産してから抜け毛が多くなった女性かもしれないよね？」



「同じキーワード(抜け毛 シャンプー)を検索するにしても
全くお客様の背景が違うからこそ広告に合わせる事」



「そうそう」

「育てるブログも同じでさ、自分が作った記事タイトルに対して」
「商品名や、属性キーワードで来たのなら、そこにSEOの前に」
「ここに繋げる為に必要な1歩手前の記事を調べて追加するの」

「そうする事で、楽天も、アドセンスも、どんどん育つし」
「そういう事をしながら、あの場所ブログも作っていくんだよ」

**「だからリサーチが重要だよと
何度も言っているとよ」**



「リサーチありきばい！」

「ですよね^^」



「そうそう(決めゼリフをとられたばい)」

「大半の方がキーワード検索結果を気にしているけど・・・」

**「商品に対する訴求基準を
決めていないからそうなる」**



「あの場所の時は特に大事ですよ！商品の中にある各訴求ポイントの部分を決めてからっていう所ですね！」

「たしかに、ここを決めないままだと全てがぼやけてしまうので書く記事の内容も訪問者の気持ちとマッチングしないですものね」

「商品のウリの部分(訴求ポイント)を決めないと属性は当然決まらなると以前教わりました」



「そうだったよね」

「“育てるブログ”や“あの場所ブログ”はその練習という意味合いもあるし、アクセス解析から生のキーワードを収集する役目もあるんだ」

「下から作っていくと僕は表現するんだけど、意味が分かるかな？」



「分かります！」

「ランキングサイトが稼げると聞いて、ランキングのキーワードを使っていきなり作っても売れないのと同じですよね」

「見栄えよくランキングをテキストにイれて外見はごまかせてもお客様の求める情報を提供する為には伝えるべきポイントがある」

「そこが分からないからこそ、広告訴求ポイントの基準を」
「私達がちゃんと決めておく必要があるって事ですよね」



「そうそう」

「広告訴求ポイント＝属性が決まったらあとは
「“抜け毛+シャンプー”までの流れを作る」
「つまり設計図を描くことが重要になるよ」

「このあたりは3日目(あの場所ブログ)の動画や補足マニュアルで復習しておいてください」

松風メモ

- 1 歩手前の背景を調べる**
- 商品に対する選定基準を決めなければ属性も決まらない**
- 全てリサーチありきばい！**
- 意味合いを持たせて作る
⇒ 設計図を描くことが重要**

1-3.売っている人は別の切り口で成約する



「SEOばかりに時間と労力を使うのではなく」

「別のキーワードで個別ページを作ってそこから集客するのさ」



「“抜け毛＋シャンプー”とは別のキーワードという意味ですよね？」

「例えば“髪＋薄い”とかですか？」



「まだまだだね。」

**「さっき話したけど別のキーワードとは」
「“キーワードの1歩手前”の話だよ」**



「なるほど！」

「“抜け毛 シャンプー”とお客様が検索するまでの過程」

「つまり背景で該当しそうなキーワードで集客するんですね」

「その為にも広告訴求ポイントをちゃんと決めておく必要があると」



「そうそう」

「“抜け毛+シャンプー”だけにSEOをかけるのではなくて」

「広告基準に合わせて1歩手前、2歩手前を調べてさ

個別ページをまずは用意すること」

「実際に商品を購入して、その感想を個別記事で

追加で書いてあげて集客するでもいいよね～」

**「コンスタントに売っている人は
別の切り口で売っているよ」**

「リサーチもちゃんとしてる」

「コトリさんとかは、本当にめちゃくちゃ最初の段階でしているから」

「松風さんも、ここを後少しがんばると、もっと伸びていくよ^^」



「はいっ！」

「アクセスを集める方法＝SEOという思考」

「この軸を変えないといつまでもアリ地獄の中に巻き込まれますね(汗)」

「無知だからこそ、ちゃんと調べる！」

「このように塾長はよく言われていますね」

「その意味が十分に分かりました」

「私も塾長やコトリさんを目指してちゃんとリサーチするばい^^」

松風メモ

- キーワードの1歩前が重要**
- SEO勝負という軸を変えないと
いつまでもアリ地獄(汗)
- 稼いでいる人は切り口を変えている
- 切り口を変えるには広告基準に合わせて
リサーチからキーワードを知る

1-4.お客様は理論でなく感情で買う



「お客様は感情で物を買うとよく言われるんだ！」
「理論的ではなくて“感情的”にね」

「例えば“抜け毛 シャンプー”と検索してくる人をイメージして・・・」
「その人が本当に知りたいのは商品説明ではないんだよ」

「この商品が自分の背景を含めた悩み、そして手に入れたら
どんな生活が待っているのかを知りたいの」

「そこをちゃんと伝えてあげれば、商品はちゃんと売れるんだよ」
「だとすると、どんな記事がブログの中にあるといいかな？」



「やっぱり自分とだぶる背景に対する情報かなと思います」

「自分と同じ悩みの方がこの商品を使ったら解決しました！」
「↑こういう情報がほしいと思います」



「そういうのこそが大事なんだよね！そこで初めてキーワードだよ」
「その為に僕達はお客様の背景を知る必要があるんだよ」
「広告訴求基準は当たり前、それをしない中でSEOは不要」

「リサーチばい！」

(今度は言えたぞ(´ー+´)ニヤリ)

松風メモ

人は理屈で動くのではない！

感情・感動で動くのだ！



「“抜け毛+シャンプー”を狙うキーワードにするにしても
その前のキーワードを考える、その為にもリサーチを怠らず
人の背景を知る必要があるよ」

**「ただ商品とのマッチングが重要だから、
先に商品の訴求ポイント＝広告選定基準を決めないとダメ」**

「商品までの流れを作ってページビューをあげていくよ」
「設計図により落とし込みまでの提案方法は変わるけどさ」
「とにかく、こういう部分を大切にしながらテストのつもりでやるしかない」

「頭で考えながらやってもさ、実践しないと分からないことばかりだもん」
「適当に量産しているのに、売れない、アクセスがないとかさ」
「それが分かっているのに悩んでいる人ばかりだからね・・・」

「記事の書き方・魅せ方については次回の講座で話すからね」

2-1.その他注意すべきこと



アクセスを集める為の本質的な話しはさきほどまでとなります
キーワードばかりに目を向けるのは違うという事です
ここからは、その他注意すべきことをお話します

動画でもお話をさせていただきましたが

PING の設定と、狙うキーワードのタグ設定は忘れないようにしてください

このあたりについてはモンスターブログ編など各マニュアルで
すでにお話させていただきました

PING についてはごちゃごちゃと
私が語っておりますが……

結局のところは以下の4つを設定してもらえれば間違いありません

<http://blogsearch.google.com/ping/RPC2>

<http://api.my.yahoo.co.jp/RPC2>

<http://blog.goo.ne.jp/XMLRPC>

<http://ping.fc2.com/>

※詳細はモンスターなど各補足マニュアルをご覧ください



**動画で、プログラミングについてのお話しました
あれも分かる人だけやってもらえればと思います
分からない人は無理にやる必要はありません！**

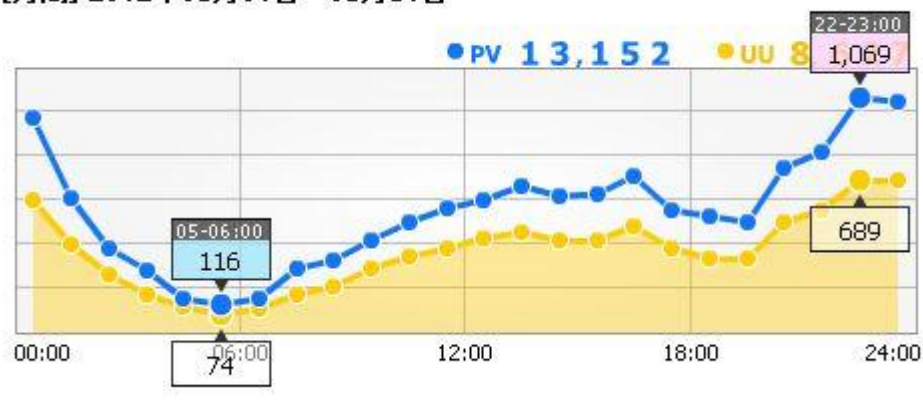
2-2. ブログの更新時間にも注意！

属性によってアクセスの集合する時間は異なる

例 主婦:9時～11時にアクセスが多い


⇒子どもが学校に行って、家事がひと段落する時間帯に集中

【月間】2012年03月01日～03月31日



ブログ会社の「新着記事」からのアクセス数もあなどれない！

例:FC2 ブログ

 **新着記事**

- ▶ 「ソニーらしさ」「ホンダらしさ」 今はどこに見られるのか！
by ガジェットニュース
17:46
- ▶ ユンソナ ブログでも発表 第2子妊娠で当分韓国へ
by ニュースプレイバック | あの話題を掘り下げる
17:44

✓松風のワンポイントチェック✓



私も、あまりにアクセスが集まらなると不安が募り出して
目の前にあるキーワードばかりにこだわっていた私は・・・

「キーワードを変えた方がいいですか？」

「検索結果数が多いからですか？」

「ニッチキーワードで責めた方が・・・」

「ライバルが多いみたいです！」

「被リンクの数で負けているみたいです」

などなど・・・昔、情報商材で培った知識で塾長に良く話をしましたが・・・



「ふんふん……」

「なんでそこにばかりこだわると？」



塾長の地元久留米弁にも驚きましたが
私にとってそれが当たり前だと思っていたので

「へっ？」
でした(汗)



「あのね、ライバルが多いとか、検索結果数とか」
「1ページ目に入らないとかそういうのはあんま関係ないの」
「みんな、同じ事をしているのだから・・・時間のムダだよ」

「導線を増やせばいいだけばい！」



「ど、どうせんとは？」



「松風さんが狙うキーワードの前とか後のことだよ」

「そこからアクセスを集めて
繋げてあげた方が親切でしょ？」



「2日目、3日目、5日目をしっかり見直していきます！」

※忘れた方は講座が終わる前に動画を見直してくださいね！



「そうそう」

「なんでライバルの事ばかり考えるとね？」

「訪問者の流れを考えればどうってことないでしょ？」

「そこだけで全部を解決しようとするのが間違いなんだよ」

「そこだけで全部を解決しようとするのが間違いなんだよ」

松風の心「2回言われたのでメモメモ・・・メモメモ・・・」

「で、そこで集めたからと言ってもさ」

「ターゲットを明確にしていないと」

「中身がズれるから売れないよ？」



「キューピーン！」

「そうでした」「【キーワード選定編】で流れが重要だと教わりました」



「広告のどこを見てほしいのか？そこに対する属性は大丈夫？
そんなんもしてないなら属性の過去・未来を調べる事もできないよ」

「だから、どんな記事を書けばいいのか？分からないとか・・・」
「商品に繋げるまでの記事が難しいという言葉が平気で出るんだよ」
「設計図も組んでないのだから分かる訳がない、甘いよ」

「だから、どっかのブログやサイトと似たりよったり」
「パッとみられて直ぐに違う所にいかれるんだよね」

「そういう部分を磨かないとまた情報商材にはまるよ？」

確かに・・・



ガビーンでした(汗)

塾長がターゲットとか、流れを考える

と言っていたのはこういう事なんだという事が改めて分かりました

狙うキーワードはもちろん大切！

だけど、そこばかりにSEO対策をがんばったとしても
広告訴求ポイントやターゲット(属性)がズレていたら
売れない、クリックされない

ここを決めていない限り、1歩手前・1歩後、2歩手前の背景など
リサーチしようにも出来るはずがない(ぼやけるから)
そこを知らずして、キーワードだけを見てアクセスに
こだわるのが間違っていました



- ねらうキーワードに対してどういう構成で作るのか決めていない中で最初からSEOに時間をかける必要はない！
- SEOをしたら売れるという事は絶対ない！
- 狙っているキーワードばかりを見てSEOを考えること自体が時間の無駄になる

- 商品に対する選定基準を
決めなければ属性も決まらない
- リサーチありきばい！
- 意味合いを持たせて作る
⇒設計図を描くことが重要
- ブログの狙うキーワードの前後の属性で
個別ページを作って集客
- SEO勝負という軸を変えないと
いつまでもアリ地獄(汗)
- 稼いでいる人は切り口を変えている
- 切り口を変えるにはリサーチが重要！
- 人は理屈ではなく感情・感動で動く