



A8.net[®]

**サイト・ブログ運営
ノウハウセミナー**



PROFILE

どうぞよろしくお願いいたします。

株式会社Smartaleck

代表取締役 河井大志 (かわいだいし)



実績

商工会議所WEBマーケティングセミナー
Festivo SEOキャンプ講師
各ASP様、広告主様タイアップセミナー
フジテレビ「ホンマでっか!?」WEBマーケティング評論家
各ASP様のサイト内へのアフィリエイト関連記事の寄稿
ブロガーコミュニティ「ichi」サポーター



事業内容

企業のアフィリエイトマーケティング運用
コンテンツマーケティング施策運用 (SEOコンサルティング)
アフィリエイター、ブロガーのコミュニティ運営

NEW!



「ホンマでっか!」



出版

SEO対策 検索上位サイトの法則52
アフィリエイト報酬アップの絶対法則61
元GoogleAdSense担当が教えるAdSenseのプロ技60
現役ASP役員が教える本当に稼げるアフィリエイト
10年稼ぎ続けるブログを創る アフィリエイト成功の仕組み





PROFILE

どうぞよろしくお願いたします。

株式会社Smartaleck

代表取締役 河井大志 (かわいだいし)



YouTube

ichiチャンネル
@ichi7003 チャンネル登録者数 1718人 100本の動画
◆チャンネル説明 >

ホーム 動画 再生リスト コミュニティ チャンネル 概要

新しい順 人気の動画

ChatGPTを使ったブログの稼ぎ方
【トップブロガーの裏技】ChatGPTを使ってSEOに強い記事を書く方法
173 回視聴・15 時間前

10億稼いだ河井が教える情報収集活用術
【10億ブログで稼いだブロガー直伝】ChatGPTを活用した情報収集方法
222 回視聴・2 日前

副業ブロガー必見 ブログを始めて月5万円稼ぐスケジュール大公開
【単ブロガー直伝】月5万円稼ぐためのブログ運用ステップ徹底解説
594 回視聴・5 日前

10億稼いだ河井が教える 最も勝率の高いブログ戦略
【25サイト運用してわかった】一番勝率の高いブログ戦略
645 回視聴・7 日前

ChatGPT活用方法まとめました
11:47

記事作成でChatGPT使うとブログが終わる?
8:57

SEO以外でブログのPV数を伸ばす!
10:44

10億稼いだ河井が教える! すぐ結果が出る! ブログ即改善 施策9選!
14:46



Twitter

ichi サポーター
ブログ運営、アフィリエイト、SEOのことつぶやいていきます!

ichi サポートサイト
QRコード

ichisupportedbyA8.net

プロフィールを編集

河井大志 | アフィリ、ブログ運営、SEOのことつぶやきます。
@kawaidaishi

めっちゃ有益なYouTube始めました→youtube.com/@ichi7003
アフィリエイトとSEOに特化した株式会社Smartaleck代表 | アフィ歴13年・A8アフィリエイトBASE講師 | A8キャンパス、アクトレアアフィリエイト大学、afbアフィリエイト学校執筆 | アフィ&SEO本5冊出版 | 3児のパパ

◎ 大阪府大阪市 @ smartaleck.co.jp ◎ 誕生日: 1986年7月9日
📅 2015年3月からTwitterを利用しています






1,971 フォロー中 1.4万 フォロワー



Googleアナリティクス4の 使い方・活用

01. GA4だからと言って
難しく考える必要はない
02. GA4の導入と使い方
03. アクセス数の確認後に
実践すること6つ
04. 滞在時間を伸ばすために
すべきこと3つ
05. ユーザー行動を確認し
実践すること
06. 施策内容の効果測定で
すること5つ

ウェビナー内容と質問内容について

-  本セミナーは申込者のレベルを把握し、レベルに合わせた内容でセミナーを開催します。
-  1時間～1時間30分の講義、残りを質疑応答にします。
-  資料、本セミナーの動画は後日配布致します。
-  できるだけ多くの質問に回答します。
-  ただし質問数が多い場合は「皆の参考になる質問」を優先します。



第1章

GA4だからと言って
難しく考える必要はない



01 GA4だからと言って難しく考える必要はない



GA4の基本的な話と考え方

- ☆ **アプリ等の連携**を加味しGA4がリリース。ブログ運営に必要なデータは変わらない
- ☆ GA4で100のことができれば、**98は使わない**
- ☆ 「分析」を目的にするのではなく、手段として使い**「収益」を目的**に使う
- ☆ 仕様は常に変更されるので、**情報収集は「ネット」**がおすすめ
- ☆ ただし、ネットの情報は**必要以上**のことが書かれているので注意が必要
- ☆ 必要十分な分析に留め、収益の上がる**ブログ施策**に生かしましょう。



アナリティクス専門家として収益を上げるなら、勉強をしてもいいよ！





第2章

GA4の導入と使い方
(山本慎太郎さん監修)

02

GA4の導入と使い方（山本慎太郎さん監修）



GA4とは

- ☆ UA（ユニバーサルアナリティクス、通称Googleアナリティクス）の後継ツール
- ☆ Googleが提供する無料のアクセス解析ツール
- ☆ Googleアカウントがあれば無料で利用できる
- ☆ タグをサイトに埋め込むことで計測する
- ☆ アプリ等の連携のため「指標」の呼び方が変わっている
 - ページビュー → 表示回数
 - 滞在時間 → エンゲージメント時間 など



基本事項です。



02

GA4の導入と使い方（山本慎太郎さん監修）



GA4を使ってできること

- ☆ サイト上のユーザーの行動を把握できる
- ☆ ユーザー自身に関することの分析
→年齢、性別、閲覧地域など
- ☆ 集客に関する分析
→参照元、アクセス数、リアルタイムアクセス数など
- ☆ 行動に関する分析
→ページの滞在時間、直帰率、エンゲージメント率など



分析はできるが、その分析をもとに施策をしていく方が大事



02

GA4の導入と使い方（山本慎太郎さん監修）



GA4を使う目的

- ☆ データの取得
→〇〇ページのエンゲージメント時間（滞在時間）が短い
- ☆ 仮説の検証
→リード文が魅力的でない可能性がある
- ☆ 施策の実行
→リード文を書き換える
- ☆ 結果の分析
→前後1か月でエンゲージメント時間（滞在時間）は変わったか



レポートを見ただけで問題点を発見するのは（初心者）には難しい



02

GA4の導入と使い方（山本慎太郎さん監修）



GA4を導入するにはタグの設置が必要

- ☆ 既存のタグを使う方法
- ☆ プラグインを使って設置する方法
→site kit がおすすめ
- ☆ ページに直接タグを設置する方法
→テーマの外観、header.phpを編集
→テーマによっては設定欄がある
- ☆ タグマネージャーを使って設置する方法



<https://xn--yck7ccu3lc8026d6fwg.jp/ga4-initial-settings/>

左記参照



02

GA4の導入と使い方（山本慎太郎さん監修）



GA4の初期設定

- ☆ データの保持期間を変更する
- ☆ Googleシグナルを有効にする
- ☆ 内部トラフィックの除外
- ☆ Googleサーチコンソールとの連携

☆ <https://xn--yck7ccu3lc8026d6fwg.jp/ga4-initial-settings/>

☆ <https://xn--yck7ccu3lc8026d6fwg.jp/exclude-your-access/>



設定方法については上記2記事を参照



02

GA4の導入と使い方（山本慎太郎さん監修）



GA4レポートの見方で覚えておくべきポイント

- ☆ 「ディメンション」と「指標」の違いを必ず覚えておく
- ☆ （例）
〇〇ごとの××が見たい
〇〇がディメンション、××が指標
- ☆ （事例）
ページごとの新規ユーザー数
「ページ」がディメンション、「新規ユーザー数」が指標
- ☆ 新規ユーザー数のエンゲージメント時間
「新規ユーザー数」がディメンション、「エンゲージメント時間」が指標



<https://xn--yck7ccu3lc8026d6fwg.jp/ga4-pv/> 左記も参照



02

GA4の導入と使い方（山本慎太郎さん監修）



外部リンクを計測する方法

- ☆ 内部リンクは「経路データ探索」で確認できる
- ☆ 外部リンクは予め「設定」が必要
- ☆ A8のアフィリエイトリンクを追えればCTR、CVRを追うことができる



<https://xn--yck7ccu3lc8026d6fwg.jp/measure-external-link/> 左記参照





第3章

アクセス数の確認後に
実践すること6つ

03

アクセス数の確認後に実践すること6つ

アナリティクス 「ウェブの概要」と検索してみてください

過去28日間 5月9日～2023年6月5日

ページとスクリーン: ページタイトルとスクリーン名

検索

1ページあたりの行数: 10 移動: 1 < 1～10/497 >

ページタイトルとスクリーン名	表示回数	ユーザー	ユーザーあたりのビュー	平均エンゲージメント時間	イベント数 すべてのイベント	コンバージョン すべてのイベント	合計収益
	108,836 全体の 100%	86,699 全体の 100%	1.26 平均との差 0%	1分 06 秒 平均との差 0%	383,393 全体の 100%	0.00	¥0
1	7,025	6,270	1.12	1分 10 秒	24,491	0.00	¥0
2	6,702	4,246	1.58	0分 53 秒	24,783	0.00	¥0
3	3,842	3,219	1.19	0分 56 秒	13,140	0.00	¥0
4	3,807	3,425	1.11	1分 13 秒	13,837	0.00	¥0
5	3,588	3,170	1.13	0分 50 秒	12,222	0.00	¥0
6	3,531	2,980	1.18	1分 05 秒	12,181	0.00	¥0
7	3,332	2,791	1.19	1分 00 秒	11,320	0.00	¥0
8	3,084	2,590	1.19	0分 54 秒	11,225	0.00	¥0
9	3,068	2,151	1.43	2分 44 秒	10,639	0.00	¥0
10	2,427	1,904	1.27	0分 59 秒	8,812	0.00	¥0



「ページとスクリーン」で一番見慣れているページが出てくるよ！



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ

- 01 アフィリエイトリンク設定
- 02 アフィリエイト商品の見直し (商品、紹介方法の見直し)
- 03 強化記事へのリンク
- 04 補足記事制作
- 05 どの記事への誘導が多いか
- 06 キーワード、コンテンツ、紹介商品の見直し



アクセス数の多い記事の方が効果性が高いよ！



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ

- 01 **アフィリエイトリンク設定**
- 02 アフィリエイト商品の見直し (商品、紹介方法の見直し)
- 03 強化記事へのリンク
- 04 補足記事制作
- 05 どの記事への誘導が多いか
- 06 キーワード、コンテンツ、紹介商品の見直し



アクセス数の多い記事の方が効果性が高いよ！



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ



アフィリエイトリンクの設定

- ☆ 表示回数が多いのにアフィリエイトリンクが入っていない記事がないか確認
- ☆ 冒頭部分に「結論」を書いてリンクを設定
- ☆ もしくは追従バナーの設置



意外な一般キーワードで上位表示されている記事の表示回数が多い場合がある



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ

01

アフィリエイトリンク設定

02

アフィリエイト商品の見直し（商品、紹介方法の見直し）

03

強化記事へのリンク

04

補足記事制作

05

どの記事への誘導が多いか

06

キーワード、コンテンツ、紹介商品の見直し



アクセス数の多い記事の方が効果性が高いよ！



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ



アフィリエイト商品の見直し (商品、紹介方法)

- ☆ 表示回数が多いのにCVしていない場合、商品の変更を行う
- ☆ 同じジャンルの商品でも変更するだけでCVRが上がる可能性あり (1.4%→5%)
- ☆ EPC、承認率、実体験、スペックの比較などから商品を選定
- ☆ 冒頭に商品紹介を持ってくるパターン (〇〇 選び方)
- ☆ 間接的な誘導を記事内に入れるパターン



この対応でCV数が数パーセント上がる可能性がある



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ



アフィリエイト商品の見直し (商品、紹介方法)

■ パーソナルジムの場合

- ・ 限界まで筋肉を追い込むとよい
- ・ 自分では追い込めない
- ・ 間違った鍛え方はケガにつながる
- ・ 正しい方法で鍛えると筋肉がつきやすい
- ・ トレーニング後の食事も大事
- ・ 炭水化物はご飯一杯分が目安
- ・ 日々の生活で〇〇に心がけよう

⇒だからパーソナルジムがオススメ
⇒そして私が行っているジムがここです

■ 着物の買取業者の場合

- ・ 着物には色々な種類がある
- ・ 証紙付きの着物は高い
- ・ ブランドものの着物は高い
- ・ 有名作家の着物は高い
- ・ その見極めが難しい
- ・ ちゃんとした査定員でないと難しい

⇒だから専門の業者に依頼するのが良い
⇒私が調べた中ではこの業者が良かった



なぜその商品やサービスが良いのか「そもそも」を理解してもらう。



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ

- 01 アフィリエイトリンク設定
- 02 アフィリエイト商品の見直し (商品、紹介方法の見直し)
- 03 **強化記事へのリンク**
- 04 補足記事制作
- 05 どの記事への誘導が多いか
- 06 キーワード、コンテンツ、紹介商品の見直し



アクセス数の多い記事の方が効果性が高いよ！



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ



強化記事へのリンク

- ☆ 絶対に上位表示したい記事 = 強化記事
- ☆ 強化記事へ内部リンクを集中させる
 - トップページ
 - **集客できている記事**
 - ページ遷移が起こる記事
 - ページ価値が高い記事



集客できている記事は相対的に内部リンクの価値が高くなる



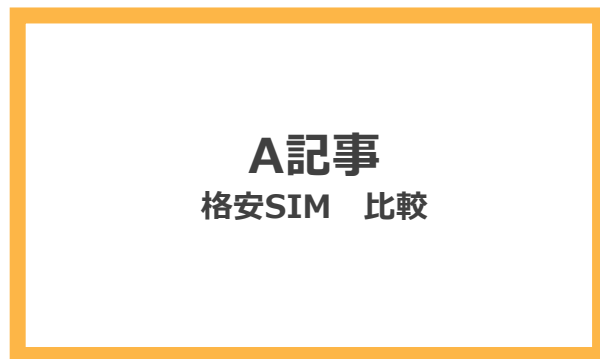
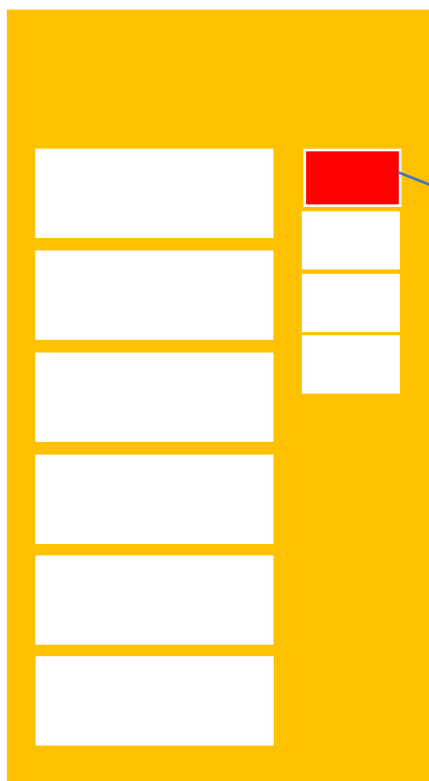
03

アクセス数の確認後に実践すること6つ



強化記事へのリンク

トップページ



集客できている記事

- ・ 上位表示している
- ・ SNS経由のアクセスが多い
- ・ . . . etc

ユーザーの遷移

- ・ アクセスが多い
- ・ 上位表示している
- ・ 記事冒頭でA記事へ誘導
- ・ . . . etc

ページが価値が高い

- ・ バズった (話題になった)
- ・ キャンペーンページ
- ・ ブクマが多くついている
- ・ Twitterで多くリツイート
- ・ . . . etc

03

アクセス数の確認後に実践すること6つ

- 01 アフィリエイトリンク設定
- 02 アフィリエイト商品の見直し (商品、紹介方法の見直し)
- 03 強化記事へのリンク
- 04 **補足記事制作**
- 05 どの記事への誘導が多いか
- 06 キーワード、コンテンツ、紹介商品の見直し



アクセス数の多い記事の方が効果性が高いよ！



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ



補足記事の制作

- ☆ 特にアクセス数が多いものの、1位になっていない記事におすすめ
- ☆ 関連する記事が多くなると、記事が上位表示されやすくなる
- ☆ 表示回数が多い=ポテンシャルが高いため優先度高め



ポテンシャルの高い記事にリソースを集中させよう



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ



A記事のSEO価値を算出する公式



A記事のSEO価値 = A記事 + B記事 + C記事 + D記事
+ 運営者の権威性 + サイト全体の被リンク
+ A記事の被リンク

B記事、C記事、D記事 = A記事を補足する内容の記事



A記事に関連する記事に1クリックで行けるのはB記事がA記事内にあるのと同じ。



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ

- 01 アフィリエイトリンク設定
- 02 アフィリエイト商品の見直し (商品、紹介方法の見直し)
- 03 強化記事へのリンク
- 04 補足記事制作
- 05 **どの記事への誘導が多いか**
- 06 キーワード、コンテンツ、紹介商品の見直し



アクセス数の多い記事の方が効果性が高いよ！



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ

アナリティクス

4

「ウェブの概要」と検索してみてください

ホーム

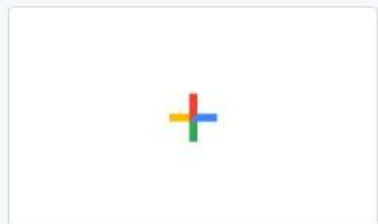
レポート

探索

広告

データ探索

新しいデータ探索を開始する



空白
新しいデータ探索を作成します



自由形式
カスタムのグラフや表から、どのようなインサイトが確認できますか？



ファネルデータ探索
複数のステップから成るファネルで、どのようなユーザー行動経路が分析、分割、分類できますか？



経路データ探索
ツリーグラフから、ユーザーのどのような行動経路が確認できますか？

テンプレートギャラリー



「探索」 → 「経路データ探索」 → 「始点」にアクセス数の多い記事を入れる



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ

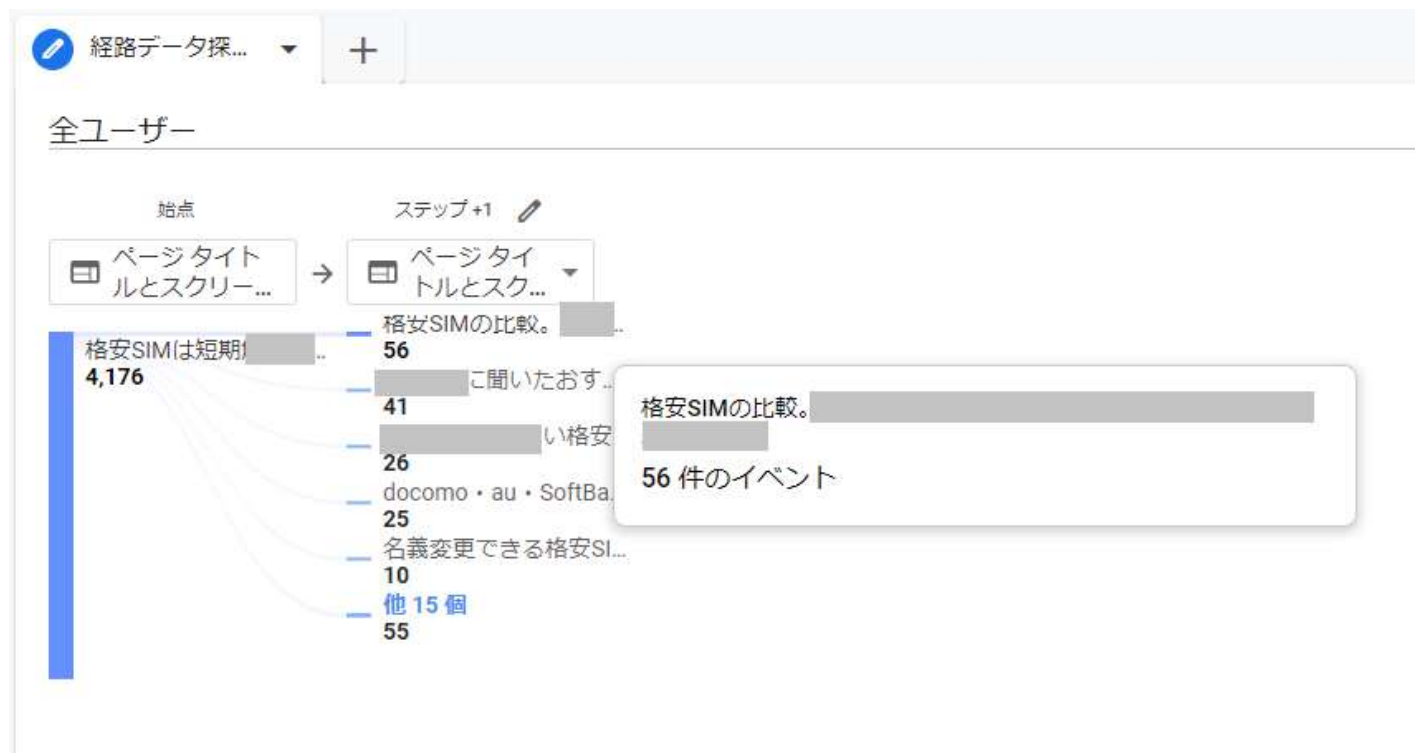


「探索」 → 「経路データ探索」 → 「始点」にアクセス数の多い記事を入れる



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ



「探索」 → 「経路データ探索」 → 「始点」にアクセス数の多い記事を入れる



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ



どの記事への誘導が多いか

- ☆ 強化したい記事に遷移しているか (一般キーワード記事→ビックキーワード記事)
- ☆ 関連する記事に遷移しているか (格安SIM速度記事→格安SIM低速モード記事)
- ☆ 収益を生む記事に遷移しているか (一般キーワード→ランキング記事)



遷移していない場合

- ☆ 記事冒頭で内部リンク
- ☆ 記事内に複数回、内部リンクを入れる



特に集客用の記事のアクセスが多い場合は収益記事に遷移しているか確認



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ

- 01 アフィリエイトリンク設定
- 02 アフィリエイト商品の見直し (商品、紹介方法の見直し)
- 03 強化記事へのリンク
- 04 補足記事制作
- 05 どの記事への誘導が多いか
- 06 **キーワード、コンテンツ、紹介商品の見直し**



アクセス数の多い記事の方が効果性が高いよ！



03

アクセス数の確認後に実践すること6つ



キーワード、コンテンツ、商品紹介の見直し

- ☆ 収益を生むのは「キーワード」「コンテンツ」「商品」にズレがない時
- ☆ その記事の上位表示キーワードを確認（GRC、サーチコンソール）
- ☆ その記事のコンテンツを改めて確認
- ☆ その記事で紹介している商品の確認



ズレがある場合は「コンテンツ」と「商品」を変更しよう。





03

アクセス数の確認後に実践すること6つ



キーワード、コンテンツ、商品紹介の見直し

記事A

【キーワード】
簡単 ダイエット

【コンテンツ】

- ・ダイエットとリバウンド
- ・筋トレとダイエットの関係
- ・自宅でできる筋トレ
- ・ジムでおすすめの筋トレ
- ・おすすめのダイエット食
- ・まとめ

【紹介商品】
飲むだけダイエットサプリ

記事B

【キーワード】
筋トレ ダイエット

【コンテンツ】

- ・ダイエットとリバウンド
- ・筋トレとダイエットの関係
- ・自宅でできる筋トレ
- ・ジムでおすすめの筋トレ
- ・おすすめのダイエット食
- ・まとめ

【紹介商品】
パーソナルジム

記事C

【キーワード】
自宅 ダイエット

【コンテンツ】

- ・ダイエットとリバウンド
- ・筋トレとダイエットの関係
- ・自宅でできる筋トレ
- ・ジムでおすすめの筋トレ
- ・おすすめのダイエット食
- ・まとめ

【紹介商品】
フィットネスジム

記事D

【キーワード】
本格 ダイエット

【コンテンツ】

- ・ダイエットとリバウンド
- ・筋トレとダイエットの関係
- ・自宅でできる筋トレ
- ・ジムでおすすめの筋トレ
- ・おすすめのダイエット食
- ・まとめ

【紹介商品】
飲むだけダイエットサプリ



第4章

滞在時間を伸ばすために
すべきこと3つ

04

滞在時間を伸ばすためにやるべきこと3つ

01

リード文の再考

02

目次内容（文言）の見直し

03

目次の順番の見直し



コンテンツを見直す前にこの3つを見直そう



04

滞在時間を伸ばすためにやるべきこと3つ

01

リード文の再考

02

目次内容（文言）の見直し

03

目次の順番の見直し

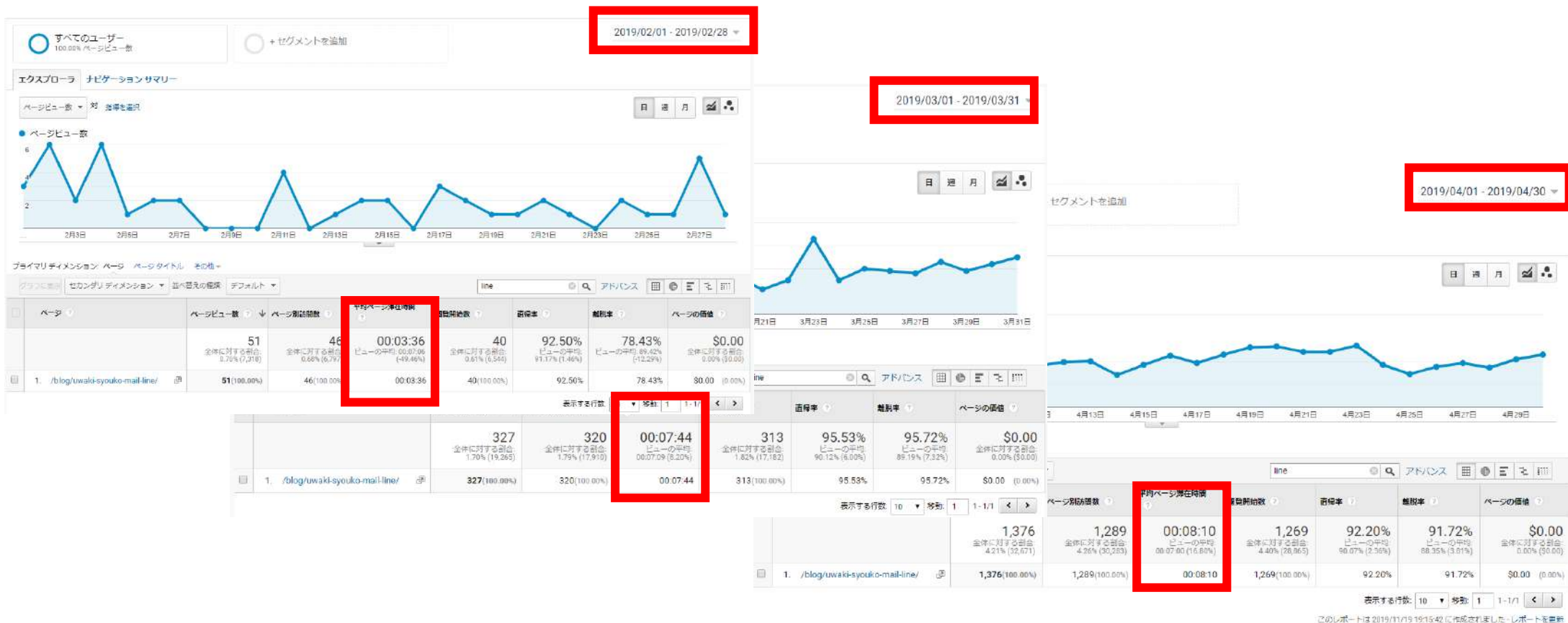


コンテンツを見直す前にこの3つを見直そう





04 滞在時間を伸ばすためにやるべきこと3つ



難易度の低いキーワードなので、すべての記事がこんな動きをするわけではない





04 滞在時間を伸ばすためにやるべきこと3つ



リード文の使えるパターン集

- ▶ 結論から書き始めるリード文
- ▶ 他との違いを明確に示すリード文
- ▶ 自分の実体験をアピールするリード文
- ▶ 自分の権威性をアピールするリード文
- ▶ とにかく詳しく書かれていることをアピールするリード文
- ▶ 不安を煽るリード文
- 読むべき人を提示したリード文
- ▶ とにかくインパクト勝負のリード文



いいリード文を分析してパターン化してみました





04 滞在時間を伸ばすためにやるべきこと3つ

結論から入る

転職を有利に進めるには
実力のある転職エージェントに登録するべきです。

ただし、登録の方法や時期、そして
どういうエージェントが自分に向いているのかを
しっかりと判断しなければならないので

選び方、各社の違い、料金、業界別の有名なエージェントを・・・

他との違いを示す

色んな転職ブログを見ていると
「とにかく多くの転職エージェントに登録しろ！」
などと書いているんですが

それは明らかな間違いです。

転職を成功させるためには、秘訣があるので
1つ1つ紹介していきますね。

実体験をアピール

転職するごとに給与がアップし
今では年収1000万を超えた私が
転職を成功させるポイントをご紹介します。

まず私の経験では
「転職エージェントの見極め方」
がとにかく大事ですので、紹介していきますね。

権威性をアピール

こんにちは。転職ブロガーの河井です。

国内の転職エージェントのほとんどすべてに取材をし
転職セミナーを開いている私が
転職を成功させるポイントを紹介していきます。

取材をした結果、業界によっても違いがあるので
自分の業界と照らし合わせてみてもらえればと思います。



04 滞在時間を伸ばすためにやるべきこと3つ

とにかく詳しく書かれているアピール

「転職を成功させたい！」と思う人は、まずはじめに私のコラムを読んでください。

1番詳しく書いている自信があります！！！！

とにかく色々な事を調べたんです。

もちろん色々なコラム見て勉強してください。
ただ私のコラムを見てもらえれば全部書いているのでまずは勉強に・・

不安を煽る

転職したものの「年収が下がった」「思っていた職場と違った」
っていうことをよく聞きます。

そして、転職を繰り返すたびに
「こいつはすぐに辞めるやつ」
ってレッテルを張られて、転職しづらくなってくるんですね。。

まずはそうならないように、転職を成功させるポイントを紹介していくので、しっかりと読んでください！

読むべき人を提示

今回は転職を成功させるポイントを紹介するのですが、特に！！

- ・絶対に転職を成功させたい！
- ・転職して年収をアップさせたい！
- ・ホワイト企業に勤めたい！

そのような人のために限定して解説をしていきます！
当てはまる人はぜひコラムを読んでください！

インパクト勝負

転職して無職になってしまった僕の友人がいるんです。

バリバリの上場企業に勤めたんですが
転職を繰り返し失敗して、今では〇〇勤務です。

私は、そんな人を一人でも救いたい！
そう思ってこの記事を書いてみましたので、読んでください！



04 滞在時間を伸ばすためにやるべきこと3つ

結論×不安×実体験×詳しい

転職を成功させるにはエージェントを利用するのがいいんですが
エージェント選びを失敗すると「年収が下がる！」
ということはザラにあります！
ですので転職すること3回、今では年収1500万の私が
転職の極意を日本一詳しくご紹介します！

結論×実体験×他との違い×不安

転職エージェントに登録するのは当たり前です。
ただ、転職して年収が400万⇒1000万になった私の経験では
世の中に出回ってる「転職のノウハウ」がダメすぎて怒っています！
「ただしく転職エージェントを選びましょう！」なんて当たり前です！
むしろ私のやり方で転職しなければ逆に年収が下がると思ってるので
私がやった転職のノウハウを説明していきます。

結論×提示×権威性

転職するならエージェントに登録に登録するのは“当たり前”です。
いい転職エージェントは厳選して3つ紹介していますので後で説明
しますね。それよりも今回は！！
・ぜったいに失敗したくない！
・なにがなんでもめちゃくちゃ年収上げたい！
という人のために、国内のほぼ全てのエージェントに取材した私が
転職のノウハウをご紹介します！

インパクト×結論×権威性×詳しい×他と違う

転職して無職になってしまった僕の友人がいるんです。
そうならないために、転職エージェントに取材しまくった私が
厳選した転職エージェントをまずはチェックしてください。
ただし、色んなエージェントがあるので、自分にぴったりの方法をご
紹介します。
色んなコラム見ましたが、おそらく私のコラムが一番詳しいので
期待して読んでください！！

04

滞在時間を伸ばすためにやるべきこと3つ

01

リード文の再考

02

目次内容（文言）の見直し

03

目次の順番の見直し



コンテンツを見直す前にこの3つを見直そう



04 滞在時間を伸ばすためにやるべきこと3つ



目次内容（文言）の見直し

- ☆ 記事を読むかどうかを「リード文」と「目次」を見て決定
- ☆ 目次の内容が魅力的でないと言いつながる
- ☆ 目次内容が多すぎると「胸やけ」してしまう
- ☆ 目次はSEOと魅力を大事にしよう



目次は比較的簡単に変えられるので実践してみよう





04 滞在時間を伸ばすためにやるべきこと3つ



目次内容（文言）の見直し

記事A

【タイトル】

格安SIMのランキングを1000人にアンケートして作ってみた

【目次】

- ・ 格安SIMの総合ランキング
- ・ 格安SIMの速度ランキング
通常時の速度について
昼休み時間の速度について
- ・ 安さから選ぶ格安SIM
- ・ 格安SIMで通話品質の良い会社比較
- ・ 格安SIMのエリアランキング
ドコモ回線のエリア
ソフトバンク回線のエリア
au回線のエリア
- ・ まとめ

記事B

【タイトル】

格安SIMのランキングを1000人にアンケートして作ってみた

【目次】

- ・ 【総合】 ほんとに人気の格安SIMはコレ！
- ・ 【速度】 めちゃ速い格安SIMのランキング
- ・ 【料金】 格安SIMの料金比較表を作りました！
- ・ 【通話】 音質の良い格安SIM5選！通話するならこれ！
- ・ 【エリア】 格安SIMのエリアは同じ？エリアランキング！
- ・ まとめ



04 滞在時間を伸ばすためにやるべきこと3つ

01

リード文の再考

02

目次内容（文言）の見直し

03

目次の順番の見直し



コンテンツを見直す前にこの3つを見直そう



04 滞在時間を伸ばすためにやるべきこと3つ



目次の順番の見直し

- ☆ 上位表示キーワードの確認
 - GRCやSearchConsoleで確認
 - 狙った通りのキーワードが上がっているか確認
- ☆ 上位表示キーワードの検索意図を推測
 - 実際にそのキーワードでググってみる
- ☆ 検索意図を満たすものを上部に持ってくる
 - 先に結論を言った方が補足内容を読み込んでくれる
- ☆ 検索意図を満たすコンテンツを追加
 - 狙っていないキーワードで上がっている場合は、そのコンテンツを追加



意外なキーワードで上位表示されている場合があるので、しっかりチェック





第5章

ユーザー行動を確認し
実践すること

05

ユーザー行動を確認し実践すること

01

アクセス数の多い記事からどの記事にいつているか

02

強化したい記事はどこからアクセスがあるか



ユーザーの遷移を見れば求めているコンテンツが分かる



05

ユーザー行動を確認し実践すること

01

アクセス数の多い記事からどの記事にしているか

02

強化したい記事はどこからアクセスがあるか



ユーザーの遷移を見れば求めているコンテンツが分かる



05

ユーザー行動を確認し実践すること

アナリティクス

4

「ウェブの概要」と検索してみてください

ホーム

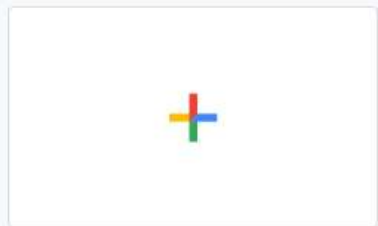
レポート

探索

広告

データ探索

新しいデータ探索を開始する



空白
新しいデータ探索を作成します



自由形式
カスタムのグラフや表から、どのようなインサイトが確認できますか？



ファネルデータ探索
複数のステップから成るファネルで、どのようなユーザー行動経路が分析、分割、分類できますか？



経路データ探索
ツリーグラフから、ユーザーのどのような行動経路が確認できますか？

テンプレートギャラリー



「探索」 → 「経路データ探索」 → 「始点」 にアクセス数の多い記事を入れる



05

ユーザー行動を確認し実践すること

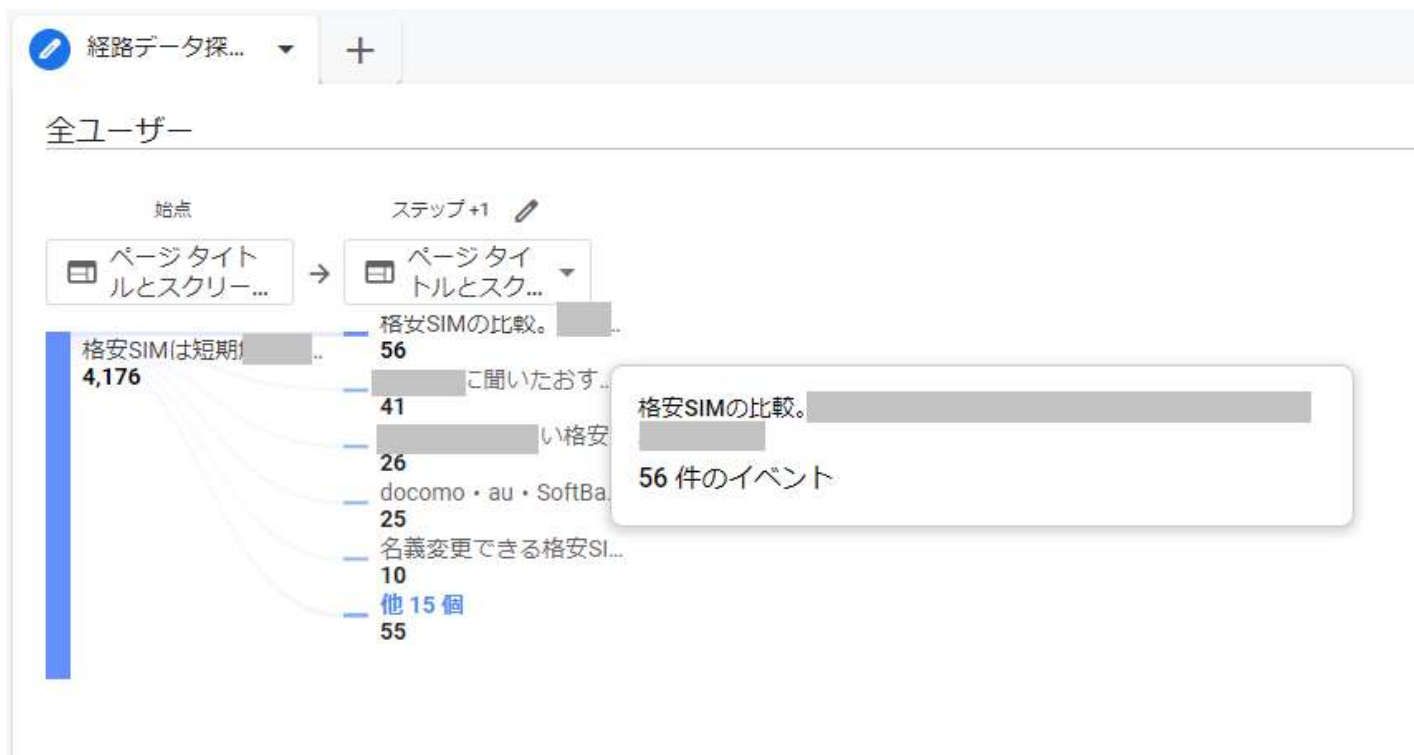


「探索」 → 「経路データ探索」 → 「始点」にアクセス数の多い記事を入れる



05

ユーザー行動を確認し実践すること



「探索」 → 「経路データ探索」 → 「始点」にアクセス数の多い記事を入れる



05 ユーザー行動を確認し実践すること



アクセス数の多い記事からどの記事に行っているか

- ☆ よく遷移している記事と似たような記事も内部リンクする
- ☆ よく遷移している記事にマネタイズポイント（アフィリエイト）を設置
- ☆ 遷移先の記事に、強化記事への内部リンクをする



エンゲージメント時間を上げてSEO強化と収益化



05

ユーザー行動を確認し実践すること

01

アクセス数の多い記事からどの記事にいつているか

02

強化したい記事はどこからアクセスがあるか



ユーザーの遷移を見れば求めているコンテンツが分かる



05

ユーザー行動を確認し実践すること

アナリティクス

4

「ウェブの概要」と検索してみてください

ホーム

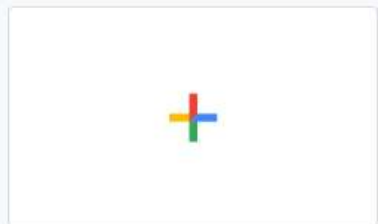
レポート

探索

広告

データ探索

新しいデータ探索を開始する



空白
新しいデータ探索を作成します



自由形式
カスタムのグラフや表から、どのようなインサイトが確認できますか？



ファネルデータ探索
複数のステップから成るファネルで、どのようなユーザー行動経路が分析、分割、分類できますか？



経路データ探索
ツリーグラフから、ユーザーのどのような行動経路が確認できますか？

テンプレートギャラリー

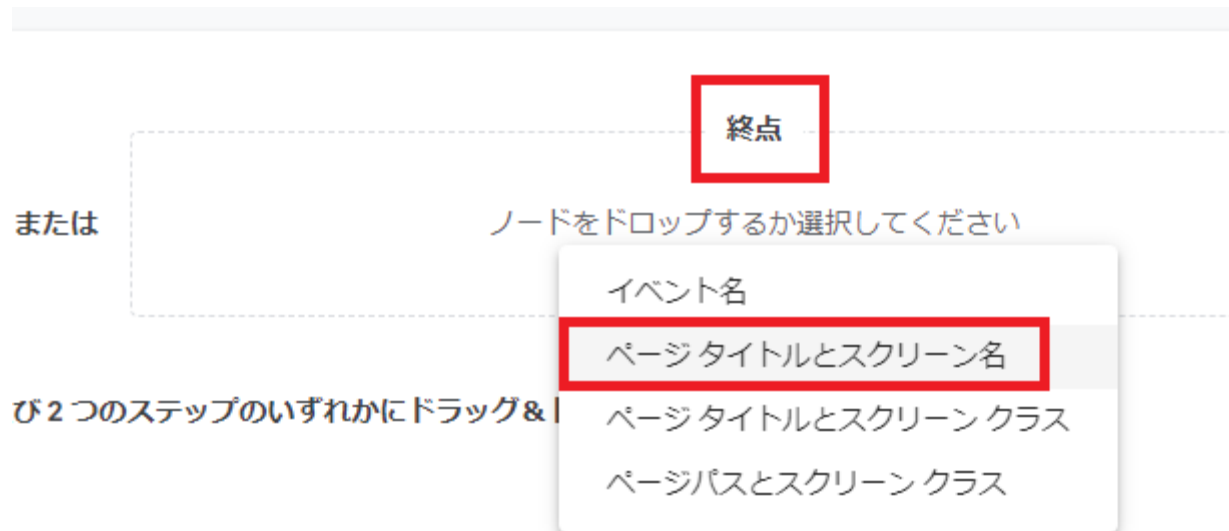


「探索」 → 「経路データ探索」 → 「終点」に強化したい記事を入れる





05 ユーザー行動を確認し実践すること

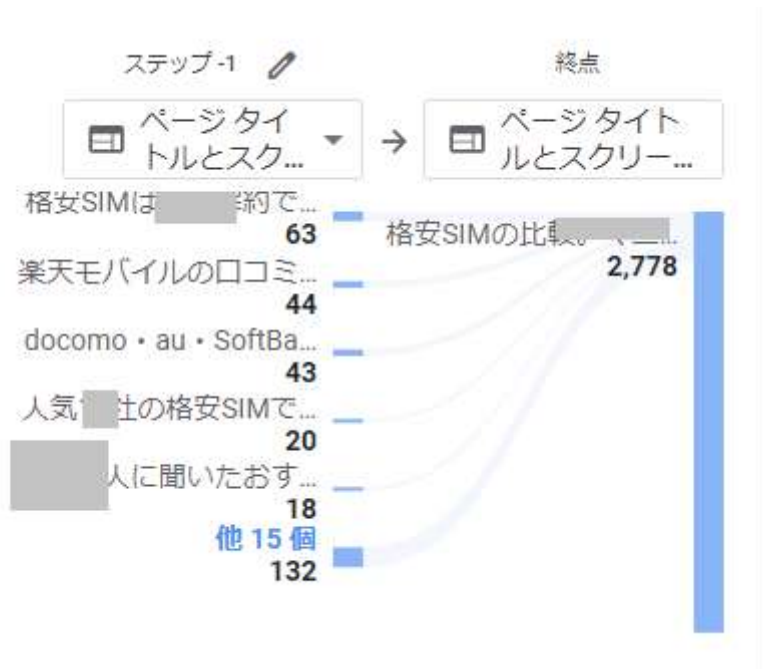


「探索」 → 「経路データ探索」 → 「終点」 に強化したい記事を入れる



05

ユーザー行動を確認し実践すること



「探索」 → 「経路データ探索」 → 「終点」に強化したい記事を入れる



05 ユーザー行動を確認し実践すること



強化したい記事はどこからアクセスがあるか

- ☆ よく遷移している記事と似たような記事からも内部リンクを受けけるようにする
- ☆ アクセスがあるのに遷移数が少ない記事から内部リンクを強化する



しっかりと誘導し、強化記事を上位表示&収益化





第6章

施策内容の効果測定で
すること5つ

06 施策内容の効果測定ですること5つ

- 01 その記事の順位は上がったか (GRC、SearchConsoleで比較)
- 02 その記事の滞在時間は上がったか (GA4で比較)
- 03 他記事への遷移は上手くいっているか (GA4で比較)
- 04 アフィリエイトのクリックは増えたか (GA4、A8管理画面で比較)
- 05 アフィリエイト収益は増えたか (A8管理画面で比較)



対策前の1か月、対策後の1か月で検証すると良い



06 施策内容の効果測定ですること5つ



その記事の順位は上がったか

- ☆ Googleのアップデート状況なども加味する
- ☆ リライト、滞在時間アップ、内部リンク強化など、どれが効果的だったか推測する



その記事の滞在時間は上がったか

- ☆ リード文や目次の変更で上がったのか
- ☆ コンテンツの変更、参照元の変更で変わったのか



効果測定は「推測ベース」だが、場数が増えるとSEOノウハウの蓄積になる



06 施策内容の効果測定ですること5つ



他記事への遷移は上手くいっているか

- ☆ そもそも該当記事自体の上位表示状況はどうか
- ☆ 冒頭のリンク追加、誘導文言など理由を推測



アフィリエイトのクリックは増えたか

- ☆ トレンドなどによるアクセス数増加、CV数増加も加味する
- ☆ 販売元のキャンペーンなども加味する



効果測定は「推測ベース」だが、場数が増えるとSEOノウハウの蓄積になる



06 施策内容の効果測定ですること5つ



アフィリエイト収益は増えたか

- ☆ 収益は色んな要素が絡んでくる
- ☆ どの要素の影響が強いのか「推測」し、次の「実践」で確度を上げていく



効果測定は「推測ベース」だが、場数が増えるとSEOノウハウの蓄積になる





質疑応答



2023

THANKS

サイト・ブログ運営ノウハウセミナー