



A8.net[®]

**サイト運営
レベルアップ
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

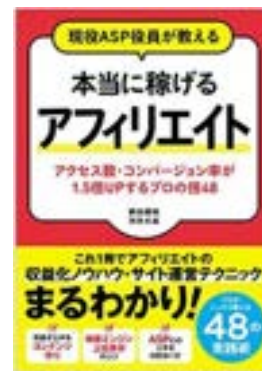
企業のアフィリエイトマーケティング運用
コンテンツマーケティング施策運用 (SEOコンサルティング)
アフィリエイター、ブロガーのコミュニティ運営

NEW!



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



X (旧Twitter)










月2万円のサイトを
をさらに伸ばして
いく方法

01. 自社サイトの調査・分析
02. 作りこむ内部施策
03. 再現する外部施策
04. ライバル調査の方法
05. まとめ
06. 質疑応答

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30分の講義、1時間30分の質疑応答にします。
-  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
自社サイトの
調査と分析



01 自社サイトの調査と分析

- 01 成果発生記事の確認や推測
- 02 GoogleSearchConsoleでインデックス状況のチェック
- 03 GoogleAnalyticsでアクセス数の多い記事をチェック
- 04 現状の被リンクチェック（GoogleSearchConsole）
- 05 エンゲージメントの多いポスト、投稿、動画をチェック
- 06 ライバルサイトの調査



2万円をスムーズに20万～100万に引き上げるには「強み」を強化する必要がある



01

自社サイトの調査と分析



成果発生記事の確認や推測

- ☆ ASP管理画面からの確認
- ☆ Google Analyticsで各記事のアフィリエイトのクリック数を追う
- ☆ 上位表示キーワード、アクセス数から、どの記事でのクリックが多いか予測
- ☆ 細かな数値を追うのではなく「強化すべき記事」を把握できれば良い

<https://www.youtube.com/watch?v=mbI2WpzkJnA>



Google Analyticsの設定は上記から



01

自社サイトの調査と分析



GoogleSearchConsoleでインデックス状況のチェック

クエリ	ページ	国	デバイス	検索での見え方	日時
上記のクエリ				+ クリック数	表示回数
色ない				3,193	18,782
グ 異音 天船				7,278	24,453
ー				4,997	58,839
ー				1,496	21,082
ー ロコミ				1,232	6,424
イント ニ重取り				1,193	2,169
ント				1,187	4,002
い				800	26,493
ー やってめた				772	1,342
キング				716	20,798



GRCなどの検索順位チェックツールを使っている場合は、そちらで確認してもよい



01

自社サイトの調査と分析



Google Analyticsでアクセス数の多い記事をチェック

ページタイトルとスクリーン名	閲覧回数	ユーザー	ユーザーあたりのセッション数	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
	106,836 全体の100%	86,699 全体の100%	1.26 平均上の値%	1分04秒 平均上の値%	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	4,346	1.56	0分53秒	24,793	0.00	¥0
3	5,842	3,219	1.19	0分56秒	13,140	0.00	¥0
4	3,807	3,425	1.11	1分13秒	13,827	0.00	¥0
5	3,588	3,170	1.13	0分50秒	13,222	0.00	¥0
6	3,531	2,980	1.18	1分09秒	12,181	0.00	¥0
7	3,332	2,791	1.19	1分08秒	11,320	0.00	¥0
8	3,084	2,580	1.19	0分54秒	11,325	0.00	¥0
9	3,068	2,151	1.43	2分44秒	10,539	0.00	¥0
10	2,427	1,904	1.27	0分59秒	9,812	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。



01

自社サイトの調査と分析



現状の被リンクチェック (GoogleSearchConsole)



「リンク」より確認。「詳細」でより詳しく見れる



01

自社サイトの調査と分析



エンゲージメントの多いポスト、投稿、動画をチェック

チャンネルのコンテンツ

動画 ショート ライブ配信 投稿 再生リスト ポッドキャスト プロモーション

フィルタ

<input type="checkbox"/>	動画	公開設定	可視化	制限	日付	視聴回数 ↓	コメント	高評価率 (高評価比)
<input type="checkbox"/>		公開	オン	なし	2020/04/24 公開日	238,770	73	94.7% 高評価 1,147 件
<input type="checkbox"/>		公開	オン	なし	2021/06/27 公開日	146,377	128	96.9% 高評価 1,393 件
<input type="checkbox"/>		公開	オン	なし	2020/04/21 公開日	111,641	63	97.0% 高評価 822 件
<input type="checkbox"/>		公開	オン	なし	2020/09/09 公開日	98,664	46	93.3% 高評価 597 件
<input type="checkbox"/>		公開	オン	なし	2020/08/28 公開日	67,443	94	90.8% 高評価 677 件
<input type="checkbox"/>		公開	オン	なし	2020/09/15	54,042	59	94.5%



上記はYouTubeの例です。



01

自社サイトの調査と分析



ライバルサイトの調査



僕はahrefsで確認。これは「最終的にできれば」でよい。





第2章

作りこむ内部施策

02

作りこむ内部施策



成果発生記事の徹底的な作りこみ

☆ もし成果発生が100件のプログラムであれば（個人的所感）

1位	40件
2位	18件
3位	18件
4位	11件
5位	5件
6位	3件
7位	2件
8位	1件
9位	1件
10位	1件

→7位～10位だと月2万～10万を狙える



少なくともTOP3に入れば、報酬額は一気に上がることとなります。



02

作りこむ内部施策



成果発生記事の徹底的な作りこみ

- ☆ 他サイトを調査して網羅性は、ほぼ100点を目指す
- ☆ 他サイトにないコンテンツが50%、網羅性で50%を目指す
- ☆ 画像追加、動画追加、補足記事（その記事の関連記事）の追加を行う
- ☆ 常に修正すべき内容（例：2024年1月度のキャンペーン情報など）を追加
- ☆ その記事への被リンク施策を考える。（被リンク箇所の説明）



基本的に上記の施策をコツコツするとTOP3入りはできる。



02

作りこむ内部施策



成果発生記事の徹底的な作りこみ

- ☆ 他記事にはないランキング、比較表
- ☆ 検証コンテンツ、体験談コンテンツ
- ☆ 利用者（他人）の口コミ、体験談、アンケート内容
- ☆ 販売者（企業）への取材、専門家への取材や監修内容
- ☆ 狙っているキーワードの「複合キーワード」コンテンツを探す
（例）「調理家電 おすすめ」なら「調理家電 おすすめ **ニトリ**」
- ☆ chatGPTに目次をチェックしてもらい、他の目次案を確認



記事によって入れるべきコンテンツは違うので、アイデアの多さが大事



02

作りこむ内部施策



紹介商品の見直し・インデックス状況から商品選定

- ☆ 同ジャンルの商品の比較（スペック、価格、EPCなど）
- ☆ インデックス状況でアフィリエイトできそうな商品を選定し記事に入れる
（例）恋愛系ブログ→「占いやパワースポットの記事がインデックス」
→占い、パワースポット、パワーストーンなどの案件を探す
- ☆ 上位表示している記事でアフィリエイトが入っていないのはもったいない。



紹介できる案件数は多ければ、多いほど書くべき記事（ネタ）は増えていく



02

作りこむ内部施策



上位表示キーワードと「類似する記事」のライティング

- ☆ 狙っているキーワードと上位表示キーワードにずれがある場合がある
- ☆ (例) 格安SIM→格安スマホ、新電力会社→電力自由化、婚活→恋活
- ☆ これらの上位表示キーワードを軸としてライティングしていく

- ☆ さきほど選定した商品（占い案件）を紹介するための記事も1~5記事ライティング
インデックス状況、上位表示率を確認し、上々であれば注力する



Googleが考える「そのサイトの強み」に沿ってサイトを強くしていく



02

作りこむ内部施策



「おすすめ」「ランキング」「人気」「比較」をTOP10入りさせる

- ☆ もし上記の言葉が入ったキーワードが30位以内にインデックスしていたら・・・
→「優先記事」として扱い、徹底的に上位表示を目指していく。
- ☆ 7位～10位で10～30万、6位～3位で30万～50万、3位～1位で50万～2000万
- ☆ 本日、お話しする施策案、アイデア、ライバル調査などを徹底的にする。



最近「●● おすすめ」で上位表示したが、毎度のことながら難易度は高いと思う。



02

作りこむ内部施策



アクセスの多い記事から収益記事に誘導

- ☆ 収益化記事と関連するアクセスの多い記事があれば、リード文から誘導する。
- ☆ アクセスを収益化記事に集めるという意味もあれば
- ☆ 強力な内部リンクで、収益化記事のSEOの意味もある。
- ☆ 難易度の低い関連記事を新規で追加して、内部リンクさせる方法もあり。
- ☆ 収益化記事は、アクセスが少ない関連記事やトップページからも内部リンクする。



関連する記事であれば、アクセスの遷移も起こるのでおすすめ。





第3章

再現する外部施策

03

再現する外部施策



なぜ「再現」するなのか

- ☆ 外部施策は「他人」の行動が大事になってくる。
- ☆ 内部は「自分の努力」が通用するが、外部は「操作」できない場合が多い。
- ☆ であれば「過去にうまくいったこと」を再現する方が成功の可能性は高い。
- ☆ しかし各個人の「過去にうまくいったこと」だけに頼るのは事例として少ない。
- ☆ ですので、河井の「過去にうまくいったこと」を紹介します。



結局、うまくいっている施策を「再現」するのが早い



03

再現する外部施策



河井のサイトと上位表示サイトの分析から分かった施策内容例

- ☆ 関係者、仲間、友人との相互リンク。30~40%
- ☆ 専門家に監修、取材を行い、専門家サイトからリンクをもらう 10%
- ☆ クライアント（企業）からリンクをもらう 20~30%
- ☆ ブログランキングからのリンク 数%
- ☆ ナチュラルなリンク 20~30%
- ☆ スパム的なリンク（これは少ないのと、やってる系は離脱する） 数%



色んなリンクアイディアがあるが、これらのリンク施策が多い。



03 再現する外部施策

SNSの投稿軸を確認して再現

- 01 3つ~6つくらいの「投稿軸」を考えるor確認する。
- 02 各投稿軸のエンゲージメントを計測する
- 03 エンゲージメントの高い投稿を中心に運営する



ユーザーの反応をまずは分析することから始める。



03

再現する外部施策



SNSの投稿軸を確認して再現

投稿軸A

▼子育てノウハウ系

(投稿例)

抱っこして寝かしつけた時、子どもが寝てすぐに横抱きにして、しばらく慣れさせたあとにベッドに置くと、「背中スイッチ」が発動しないのでおすすめです。

インプレッション 3,457
詳細クリック 108
リンククリック数 27
新しいフォロワー数 8
リツイート10 いいね57

投稿軸B

▼子どもあるあるネタ系

(投稿例)



インプレッション 8,792
詳細クリック 432
リンククリック数 35
新しいフォロワー数 27
リツイート16 いいね237

投稿軸C

▼幼児の心理学ネタ系

(投稿例)

ピーマンを残している子に対して「ええ！？ピーマン食べないならちよーだい！ママが食べるから食べないで」と言うと食べたくなる心理をカリギュラ効果といいます。笑

インプレッション 6,725
詳細クリック 355
リンククリック数 0
新しいフォロワー数 18
リツイート35 いいね153



ユーザーの反応が良い軸を中心に運営すると成功を「再現」しやすい



03

再現する外部施策



これらを踏まえたうえで・・・

- ☆ 成果発生記事、収益化記事、ランキング記事（以後A記事）にリンクを集める
- ☆ A記事と関連するエンゲージメント率の高い投稿を増やし記事に誘導する
- ☆ 被リンクが増えればA記事は上位表示しやすくなる
- ☆ エンゲージメント率の高い投稿（ポスト、投稿、動画）にURLが入っているとそのURLは上位表示しやすくなる



ドメイン価値を上げるより、収益発生する記事の価値を上げることで戦える





第4章

ライバルサイトの調査

04 ライバルサイトの調査

ライバルサイトの調査で参考にすべき箇所



基本的には被リンク施策とキーワードの確認を行う



04 ライバルサイトの調査



ライバルサイトの調査で参考にすべき箇所

- ☆ どんな被リンクがあるか
→ マネできそうな被リンクがあれば、マネする
- ☆ どんなキーワードで上位表示しているか
→ 自分が狙っていないキーワード
→ 簡単そうなのにアクセスがありそうなキーワード



実際に収益を上げているサイトの真似をするのは収益化をスピードアップさせる



04 ライバルサイトの調査



上位表示記事の分析

- ☆ 自分の記事がTOP20くらいに入れば実施する
- ☆ TOP10記事の文字数、被リンク数、補足記事数、画像数を調べる
- ☆ 上位表示したい記事をTOP10のサイト上記数値に近づける
- ☆ 「自分の方が良い記事なのに」という「感覚」と「数値」のズレが見つかる
- ☆ A記事は特にこの作業が必要で、この「数値」で負けている記事は勝てない
- ☆ 「数値」で勝ったうえで、「読みやすさ」などを整えていく



Googleのロボットは、あくまでもロボットなので「数値」は大事





00 本日のまとめ

- 01 自社サイトを分析して「要領よく」収益アップさせるために注力記事を把握する
- 02 注力記事を徹底的に作りこんでいく
- 03 その際、ライバルサイトの「数値」を指標にすると分かりやすい
- 04 収益化記事への「誘導」も徹底的にしてい
- 05 SNSではユーザーの反応（エンゲージメント）をみて方向性を決める
- 06 被リンク、SNSは注力記事、収益化記事を意識して施策していく



2万まではあることいっぱい！そこからは「リソースの集中」が大事になってくる





第5章
質疑応答



2024

THANKS

サイト運営レベルアップセミナー