

マーケットナー養成講座
第7回
「アクセスアップ11の方法」

今回の講座の目的

- いろいろなアクセスアップの方法の特徴を知って、効果的にアクセスを増やせるようにする。
- アクセスアップの優先順位を知ることで、効率的なアクセス集めを行えるようになる。

アクセスアップの種類

1. 有料のアクセスアップ 6つ
2. 無料のアクセスアップ 5つ

有料のアクセスアップ

- PPC (リスティング広告)
- アフィリエイト、JV
- facebook広告
- メルマガ広告
- ニュースリリース
- バナー広告

無料のアクセスアップ

- **SEO**
- **ブログ**
- **Twitter**
- **facebook**
- **YouTube**

アクセスアップの順番

1. PPC広告（成約率UP、売れるキーワード）
2. アフィリエイト、JV
3. その他有料広告
（メルマガ、facebook、バナー、ニュースリリース）
4. SEO
5. ソーシャルメディア
（ブログ、Twitter、facebook、YouTube）

有料から無料（即効性から時間が掛かるモノへ）

1. PPC広告

PPC広告

- 費用対効果が良い、すぐに始められる
- 効果測定がやりやすい
- まずはPPC広告からやっていく

- **検索連動型**
 - 問題解決タイプの広告分が求められる

- **コンテンツ連動型**
 - 興味を引く広告文が求められる

詳しくは、次回PPC講座にて

2. アフィリエイト、JV

アフィリエイト

メリット

- 成果報酬型なのでリスクが少ない
- 継続したアクセスが望める

デメリット

- 運営の必要性がある

ポイント

- アフィリエイトターが紹介してくれるメリットを提示する

メルマガにアフィリエイト依頼

- 属性があっているメルマガにアフィリエイトのお願いをする
- メルマガのフッターなどにのっている問い合わせからコンタクトを取る
- 1件ずつ丁寧にメールを送る

アフィリエイトセンターの活用

- **自社アフィリエイト**
 - **自社だけのアフィリエイトをお願いできる**
 - **自由にアフィリエイトの設定が可能**
 - **運営のためのノウハウが必要**
- **ASPを利用**
 - **アフィリエイトセンターへ登録し利用する**
 - **運営の手間が少ない**
 - **アフィリエイトしてもらおう施策が必要**

アフィリエイトキャンペーン

- **自社で行う**
 - マーケティング力が求められる
 - レター、デザイン、決済系、サポート等の作業が必要
 - プロダクトローンチが出来る
- **他社にお願いする**
 - キャンペーンを得意とする会社に依頼する
 - コンテンツ制作に集中できる
 - 利益配分をどうするかが焦点

3. その他有料広告

メルマガ広告

- **メルマガ純広告（まぐまぐなど）**
 - 属性にあった媒体を選択する
 - 費用対効果が合うか媒体毎に計測する
- **号外広告（個人媒体）**
 - メルマガ発行部数の多い発行者に対して依頼する
 - 発行部数だけでなく、リストの質と属性に注意する

facebook**広告**

- **クリック課金の広告**
- **属性を細かく設定することが可能**
- **facebook内のページを広告掲載した方が反応率は良い**
- **リスト取りや「イイネ」を獲得する**

バナー広告、テキスト広告

- **インプレッション（表示回数）保証**
 - クリック率が上がりそうな言葉を画像化したものが良い
- **クリック保証**
 - 本当に興味のある人だけクリックしてもらえるようなデザインにすること
 - クリック後にどんな内容が表示されるか分かりやすくすることで興味がない人のクリックを減らすことができる

ニュースリリース

Dream News 月10,500円

<http://www.dreamnews.jp/>

- 勝手にニュースを作ることが出来る
- 掲載30件で200ぐらいアクセスが来る
- 2次利用で活用する
うまくいけば、取材がくることもある

Googleニュース <https://www.google.co.jp/search?q=source:%22Dream+News%22&hl=ja&am...>

MarkeZine <http://markezine.jp/pr/>

PressRoom <http://www.pressroom.jp/newslink/dn.html>

FIDELI <http://press.fideli.com/press/m/detail/bid/1172/eid/36677/index.html>

livedoorニュース <http://news.livedoor.com/article/detail/6486392/>

gooビジネスEX <http://bizex.goo.ne.jp/release/detail/451951/>

CNET Japan <http://japan.cnet.com/release/30018360/>

ZDNet Japan <http://japan.zdnet.com/release/30018360/>

とれまがNews <http://news.toremaga.com/release/service/399538.html>

exciteニュース http://www.excite.co.jp/News/release/dreamnews_0000050036.html

マビオンニュース <http://www.mapion.co.jp/news/release/dn0000050036/>

Bizloopサーチ <http://www.bizloop.jp/release/DRN0000050036/>

japan.internet.com <http://japan.internet.com/release/199842.html>

SEOTOOLS http://www.seotools.jp/news/id_0000050036.html

マイナビニュース <http://cobs.jp/press/1204/0420/457798.html>

mediajam <http://mediajam.info/topic/2025387>

N+ News Release <http://news.nplus-inc.co.jp/index.php?number=112961&action=ViewDet...>

YUCASEE MEDIA <http://media.yucasee.jp/r/detail/122115?showspecial=true>

CoRichニュースクリップ http://newsclip.corich.jp/clip/public_html/rss_news.php?source_id=26

さぶみっと! <http://hp.submit.ne.jp/press/show/94692>

PRESS PARTNERZ! <http://press-partnerz.com/>

起業SNS http://www.kigyousns.com/press/press_44269/

ぶろなび <http://www.pronavi.co.jp/countup.php?id=00258177>

キギョウPR http://www.kigyopr.com/press/press_29088/

Ferret News <http://ferret-plus.com/news/article/3/50036>

RBBTODAY <http://www.rbbtoday.com/ad/dreamnews/release.html?pid=0000050036>

SourceForge <http://sourceforge.jp/magazine/12/04/20/0045210>

ビジネスインサイト http://www.biz-insight.com/press/press_26651/

フレッシュアイ <http://news.fresheye.com/art/?GO=http%3a%2f%2fnews.fresheye.com%2farti...>

Ketchapp! <http://ketchapp.jp/nr/detail/6142.html>

potaru <http://potaru.com/news/article/dreamNews-200500112015.html>

Business Press <http://www.tokyo-cci-nyukai.jp/businesspress/News/item/34323>

4. SEO

SEOのメリットデメリット

メリット

- 無料でアクセスを集められる
- 上位表示すると継続的にアクセスを集められる
- コツコツ作業をやっていけば結果が出る

デメリット

- ロジックが変更になると順位が変わってしまう
- アクセスが集まるまでに時間がかかる
- キーワードによっては上位表示しても成約しない

SEOは相対評価

SEO対策を行ったからといって、必ず上位に出るとは限らない。

自分のサイトが上位に出れば他のサイトが下がり、その逆も起こる。

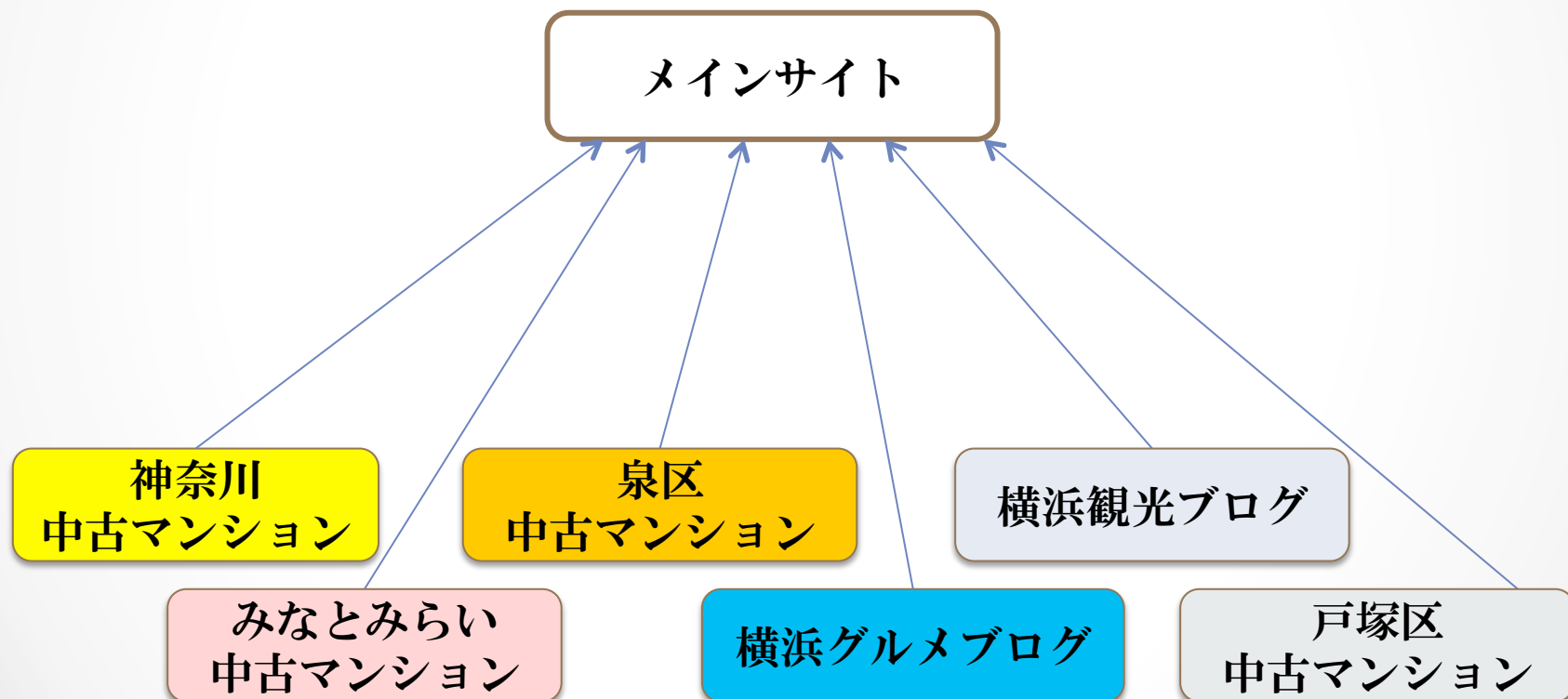
自分のサイトだけでなくライバルのサイトも監視してライバル以上の対策をすれば上位表示される。

キーワードを決める手順

1. キーワードの候補を出来る限り集める
 - ・ PPC広告の成約キーワード
 - ・ Googleキーワードツール
 - ・ フェレットプラスなどのサービス
 - ・ アクセス解析ログ
 - ・ オフライン（折り込みチラシ、新聞、雑誌）
2. キーワード候補の中から見込み客が検索しそうなキーワードを残す
3. キーワードの難易度を考慮して、メインキーワード、サブキーワードを決める

サテライトサイトと メインサイトの関連性

サテライトサイトからアクセスとリンクパワーを供給する
(トップページと下層ページにリンクさせる)

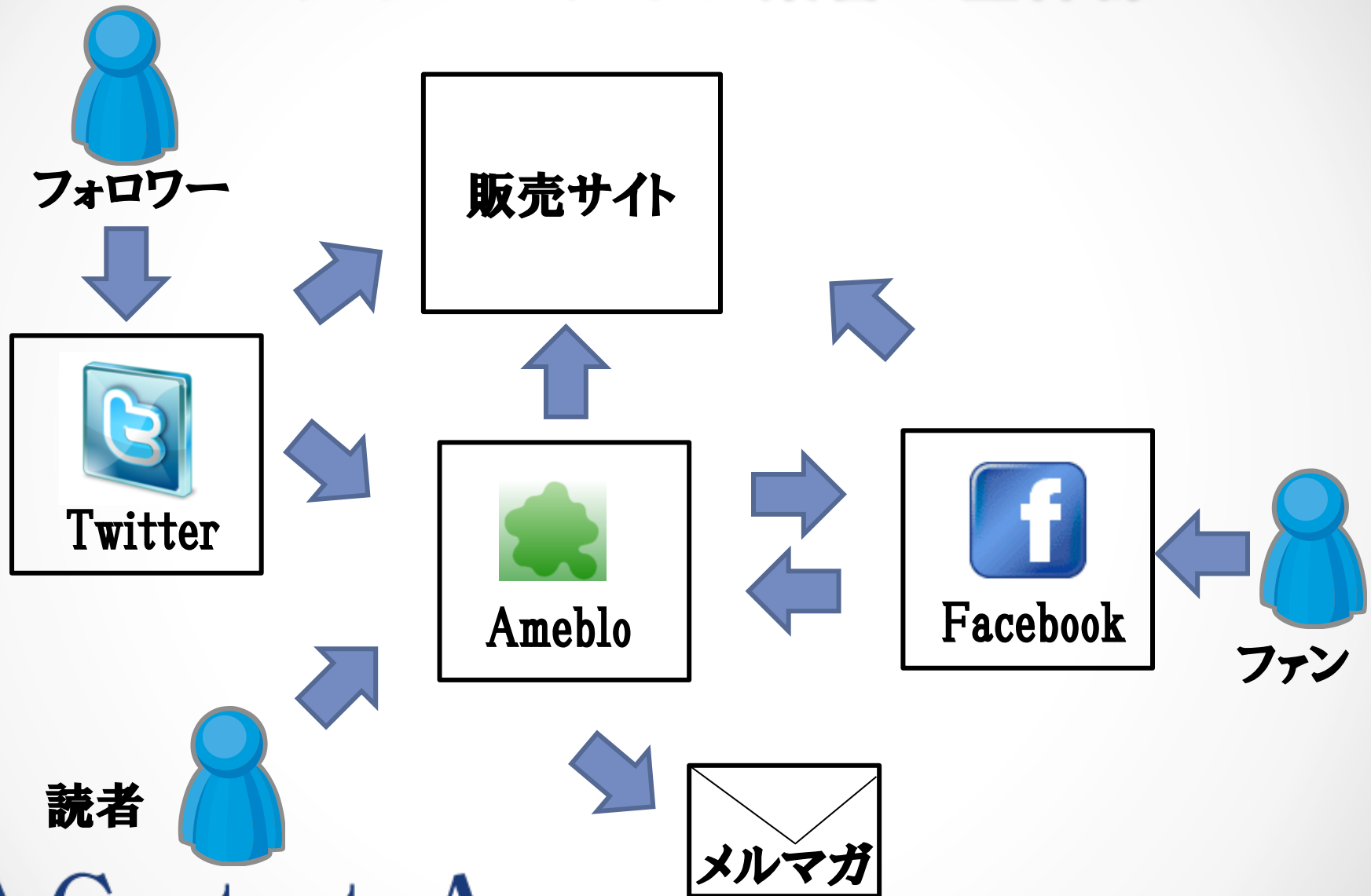


SEOでアクセスを集める

- 内的SEOを行ったサイトを作成したコンテンツを増やしてロングテールのアクセスを集める
- 外的SEOとしてリンクを継続的に増やす仕組みを作る
- 自社でサテライトサイトを多数持っておくと、アクセスと被リンクを送ることが出来る

5. ソーシャルメディア

ソーシャルメディア集客の全体像



ブログ

ブログ

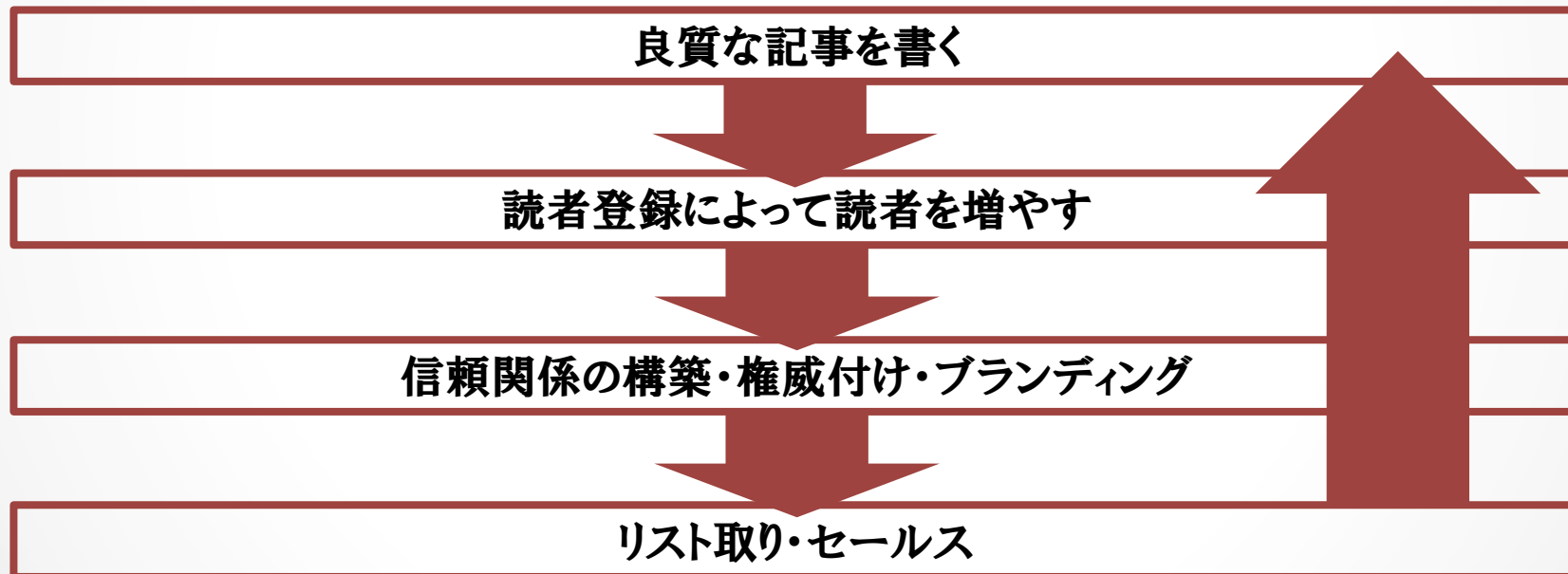
- **コストがかからない。**
 - **基本的に無料。**
- **ドメインパワーが使える。**
 - **ポータルサイトの強力なドメインによってSEO効果。**
- **ポータル内の検索にひっかかる。**
 - **ポータル内のブログ検索でトラフィック増。**
- **コミュニケーションが取れる**
 - **ブログはコミュニケーションツール。コンタクトが気軽に取れる。**

アメブロのメリット

- **ユーザー数が多い。**
 - **利用者数が1300万人を超えている。**
 - **今後利用者伸びが一番多いと予測される。**
- **読者登録・アメンバー・グルっぽ等独自のサービスが充実。**
- **ただし、最近では商用利用に厳しい**

アメブロ攻略の作業フロー

実際に良質な記事を書き、見込み客のブログの読者になることで、自分のブログの読者も増やし、アクセスを増やしつつ、信頼関係の構築・ブランディングをし、リスト取得やセールスを行うのが基本ステップ。



アメブロは継続が命

- 記事の更新を続ける
 - どれくらいのペースで何記事というルールはない
 - 多ければ多いほど良い
 - 大事なものは更新を止めないこと
 - 考えすぎない
 - 質も大事だが数はもっと大事 やっていけば慣れる

アメブロは継続が命

- **読者登録をし続ける**
 - 常に新しい見込み客を発掘し新しい読者を増やしていく
 - 多ければ多いほど良い
 - 1日50件まで読者登録できる
 - まずは目安として300~500人以上の読者獲得を目指す
 - 読者登録できる上限数は1000なので、1000を超えたら、自分の読者になってくれていない人、ブログを既に更新していない人のブログの読者登録を解除し、空いた枠分の読者登録を更にする

アメブロからリスト（メルマガ）へ

- アメブロ内だけでは、メンバー記事以外は読者に記事更新やメッセージを送ることができない。（個別のメッセージは送れる）
- また、アメブロが何らかの事情で使えなくなったら全ての資産がパーになる
- メルマガ登録へ誘導し、リスト（メールアドレス）を取得してことが重要
 - 無料オファー（レポート等）があれば登録率が上がる

コミュニケーションを図る

- 繰り返しになるがアメブロの根本はコミュニケーションのためのツール。
- コミュニケーションを積極的に図ることで見込み客との信頼度を高める。
 - 自分のブログ記事にコメントされたときには必ず返信をする。
 - 読者になっているブログや他のブログで気になる記事があればコメントを書いてあげる。
 - 人間は知らないお店や会社よりも、知っているお店や会社に行きたいもの。

Twitter

Twitter集客で成功する5つの手順

1. 見込み客になるフォロワーを増やす
2. フォローされた時にダイレクトメッセージを送る
3. 価値のある有効なつぶやきをする
4. キャンペーン情報やブログ更新情報を送る
5. 購入後のコミュニケーションを取る

facebook

Facebookは情報の拡散に使う

Facebookに情報を配信すると情報が拡散される

いいね！やシェアボタン、コメントと言った

多くの要素がバイラルを起こしたくさんの人に情報が広がる

ソーシャルプラグインと呼ばれる

Facebookが提供する他のWeb媒体をソーシャル化する
ツール

を使って、自分の提供する情報をもっと広げることが出来る

- ブログと連携
- Facebookと連携
- 自分のサイトと連携

ソーシャルプラグインだけでも効果あり

外部のWebサイト

ECサイトのソーシャルプラグイン導入状況、Twitterが9割を占める

August 10, 2011 15:23 | Venture Now 編集部

いいね! 25 ツイートする 62 +1 2

9月限定 横浜の会社設立キャンペーン! 最短3日で手数料2,980円

Webモバイル業務専門の人材サービス事業を手掛けるサポタントは10日、ECを展開する100サイトを対象に実施した「ECサイトによるソーシャルプラグインの導入状況」のリサーチ結果を公表した。

これによると、8月現在でのソーシャルプラグインの導入率は52%。このうち、カウント表示を非表示しているところが58%と過半数を占めた。

また、実際に導入しているソーシャルプラグインの種類は、Twitter(87%)、Facebookいいね!(54%)、mixiチェック(42%)が上位。

【ソーシャルプラグイン導入率】



Facebook ニュースフィード

高橋 勇氣さんがリンクについて「いいね!」と言っています。

いいね!

ECサイトのソーシャルプラグイン導入状況、Twitterが9割を占める

Webモバイル業務専門の人材サービス事業を手掛けるサポタントは10日、ECを展開する100サイトを対象に実施した「ECサイトによるソーシャルプラグインの導入状況」のリサーチ結果を公表した。

いいね! · コメントする · シェア · 2分前

Webサイトのクリックが
Facebookニュースフィードに流れ
自分の友達に広まる→情報の拡散。

ソーシャルプラグインのいいね! をクリックすると…

自分のサイトをソーシャル化する

ソーシャルプラグインは以下の3種類

1. いいね！

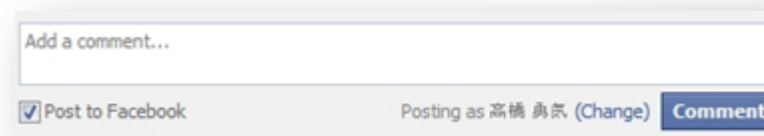
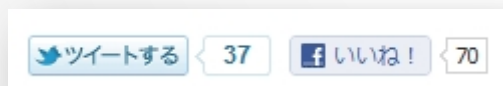
Webサイトにいいね！ボタンが現れ、押すとそのユーザーのニュースフィードに情報が現れる。

2. LikeBox

いいね！を付けた人のプロフィール画像がページに表示されるようになる。

3. コメント欄

コメントを書き込む欄がサイトに現れ書き込むとサイト、Facebookページに連動される。



ソーシャルプラグインの設定

OGPとは？

OGPとはOpen Graph Protocolの略です。

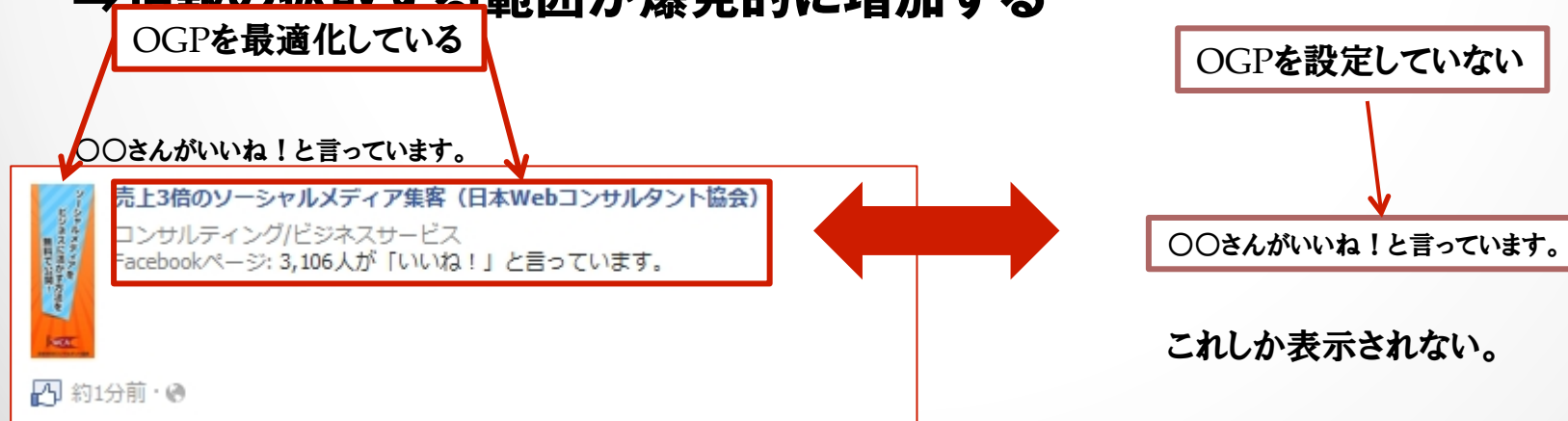
WebページとFacebook連携の際にHTMLに書き込む決まりごとのようなものです。

OGPを最適化することで、2つの大きなメリットが得られます。

1.ウォールに適切な情報が書き込まれる

2.友達のニュースフィードにも情報が表示される

⇒情報の拡散する範囲が爆発的に増加する



ソーシャルメディアでやること

- **アメブロ**
 - ブログの投稿
 - 友達申請
 - ペタ
- **Twitter**
 - アメブロの更新を流す
 - テーマに沿った情報提供、主張のツイートを投稿
 - フォロー/リフォロー
- **Facebook**
 - コンテンツの投稿
 - 個人ページで人脈構築

YouTube

- 動画のポータルサイトというよりは、世界第2位の検索エンジンと考えるのも良い
- 2～3分程度の動画をたくさん作る
- 説明文にキーワードを入れたり、リンクを入れたりする
- ブログやfacebookに掲載する

アクセスアップの順番

1. PPC広告（成約率UP、売れるキーワード）
2. アフィリエイト、JV
3. その他有料広告
（メルマガ、facebook、バナー、ニュースリリース）
4. SEO
5. ソーシャルメディア
（ブログ、Twitter、facebook、YouTube）

有料から無料（即効性から時間が掛かるモノへ）