

# 「今日からできる自社サイト見直しのポイント」 ～SEOより先にやるべきことがある～

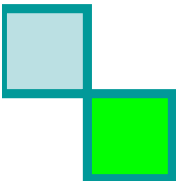


2013.3.5


ITコーディネータ・公認システム監査人  
福沢 繁

1

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.



## ～バケツの穴をふさいでから 水を注ぎましょう～～



平野友朗氏(メルマガコンサルタント)

2

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.

# 【自社サイト見直し 4つのポイント】

※コンバージョン: Webサイトの最終的な目的

## 1. サイト内誘導（コンバージョンページへの誘導）

### コンテンツの充実

- ・呼び込みたい(ユーザーが使う)キーワードを想定する
- ・キーワードに関するコンテンツを質量ともに充実させる

### サイト内誘導

- ・ユーザーが3クリック以内で目的のページにたどり着ける

## 2. コンバージョンの獲得

### コンバージョンページの改善

- ・問い合わせ・資料請求画面の改善、ショッピングサイトの改善
- ・実際に入力する、購入するひとは10~20%しかない
- ・電話で問い合わせる人も多い。電話番号をわかりやすく掲載する。

### 顧客対応の改善

- ・問い合わせ案件に素早く対応する。即日、遅くとも翌日の午前中には顧客に連絡する。
- ・問い合わせ件数、顧客対応の進捗状況などを組織的に把握し対応する

3

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.

## ★1. 2. ができたら、...

## 3. 集客（アクセス数の増加）

### SEO対策を実施

- ・キーワードの検証(コンテンツとの整合、有効性など)
- ・外部サイト(取引先、ブログ等)からの被リンク数を増やす
- ・検索エンジンへの広告掲載 など

### 各種プロモーション

- ・新商品案内、セミナー案内などのメルマガ発信
- ・紙媒体などでの告知

## 4. サイトの更新（SEO対策にもなる）

### 頻繁なサイト更新

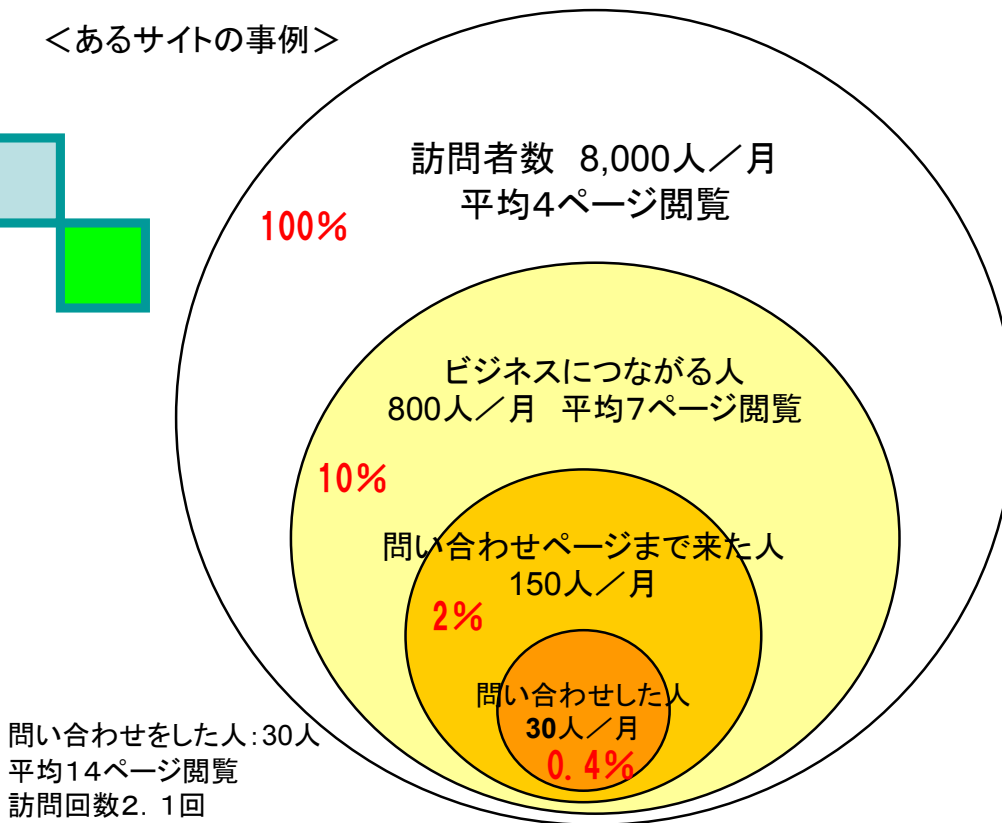
- ・良質なコンテンツを増やしていく
- ・更新頻度を上げる

4

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.

# 自社内、サイト内の改善を先に行う

<あるサイトの事例>



・Webサイトには実に  
たくさんの方が訪れて  
いる

・問い合わせをするま  
でに何回もそのサイ  
トを訪れて、たくさ  
んのページを見てい  
る

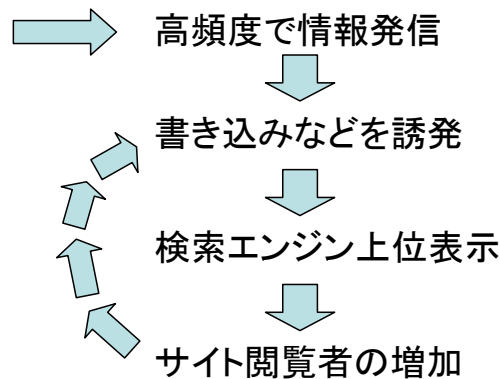
・**問い合わせをする  
人の率を増やすこと  
が先決**

# 最大のポイントはコンテンツの充実

情報発信する材料を開発する

最重要課題

- ニュースリリース
- 新商品情報
- FAQ (よくある質問)
- 商品詳細情報
- 商品比較
- 使用方法
- お客様の声
- 導入事例
- 専門家レポート
- 調査レポート
- スタッフの声
- 社長ブログ
- ⋮
- ⋮



売上実績の増加

# 1. サイトの目的を明確にする

◆経営戦略

◆マーケティング戦略



サイトの目的の明確化

※経営戦略、マーケティング戦略が不明確  
だったら、この機会にちょっと考えてみたら  
いかがでしょうか？

7

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.

## 1. サイトの目的を明確にする

### ・サイトの目的の例

- ・新規顧客の獲得
- ・既存顧客との関係性の深化 (CRMとしての位置づけ)  
(CRM: Customer Relationship Management)
- ・リピート購入の促進
- ・ブランディング、信頼性の保持
- ・地元顧客とのコミュニケーション強化
- ・新商品の認知度アップ
- ・名刺代わり、会社案内代わり  
など

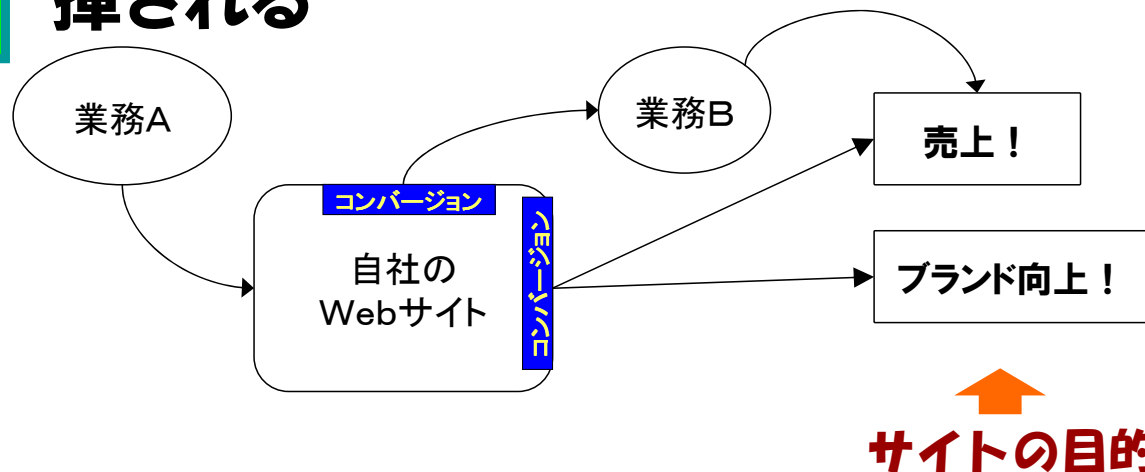
8

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.

## ・サイトのゴール(訪問客にやってもらいたいこと)の例

- ・資料請求
  - ・お問い合わせの獲得
  - ・商品購入(予約)
  - ・会員登録
  - ・リピート訪問(マイページの登録)
  - ・サイトの閲覧
  - ・資料やソフトのダウンロード
- など

# 訪問客がコンバージョンまで達して初めて、サイトのビジネス価値が発揮される



## 2. キーワードの選定

- ・自社の業務や強み、目的などからキーワード候補を挙げる
  - 商品名、サービス名
  - 人物名
  - 顧客の悩みややりたいこと、行動
  - 地名、駅名
  - 記念日(バレンタインデー、卒業、入学、など)
  - 費用(格安、無料、価格、など)
- ・呼び込みたい顧客が使いそうなキーワードは？
- ・競合する企業、ライバル会社のキーワードを調査する
- ・インターネット上のツールの活用

11

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.

## 2. キーワードの選定

### ・キーワード選定の参考になるツール

- ・アドワーズ キーワードアドバイスツール  
<https://adwords.google.co.jp/select/KeywordToolExternal>  
 自社のキーワードに関連してどのような語句があるか調べる  
 自分では思いつかなかった効果的なキーワードを探す  
 <機能>  
 類義語を探して検索実績回数などの数字とともに示してくれる
  - ・キーワード候補
  - ・どれだけ検索しているか
  - ・どれだけ競争率が高いか
- ・ヤフー 関連検索ワードサーチ  
<http://www.sem-analytics.com/lab/unitsearch.php>  
 あるキーワードと関連する検索語句を100個まで表示

➡ 仮説 → 実践 → 検証 で適切なキーワードを見つけていく

12

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.



### 3. ユーザビリティ

---

~~使いやすいサイトになっているか



- ・操作がわかりやすいか

- ・ぱっと見て構成がわかりやすいか



13

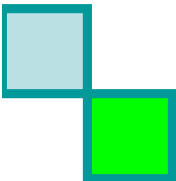

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.

### 3. ユーザビリティ



#### ・操作のわかりやすさ

---

- 
- ・情報が整理されているか  
サイト内のコンテンツの分類は適切か
  - ・ページ間の移動はわかりやすいか  
上下の階層間の移動、水平のページ間の移動が自由にできるか
  - ・すべてのページからトップページに戻れるか
  - ・リンク先がPDFや動画などの場合、それが事前にわかるか
  - ・むやみに別ウィンドウが立ち上がらないこと
  - ・リンク切れはないか
  - ・リンク切れページから他のコンテンツへの移動は可能か
- 

14

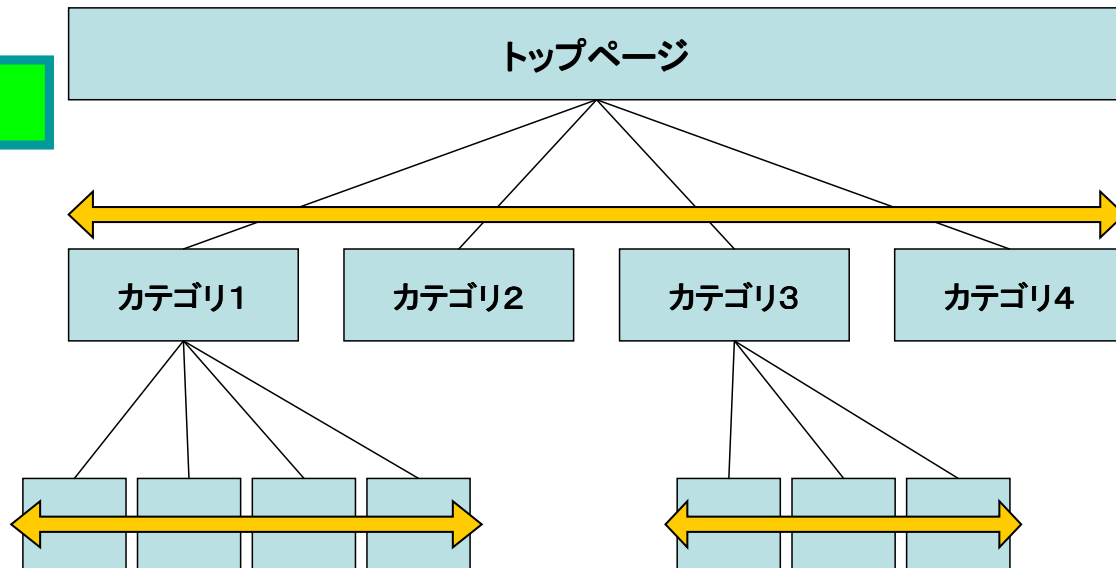
Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.



## ・理解しやすいサイト構造

階層は深くしない(3階層が基本)

上下、左右の移動が自由にできる



15

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.



## ・サイト構成のナビゲーション

- ・ナビゲーションが体系的にまとめられているか
- ・パンくずリストが全ページに設置されているか  
今、どこにいるかわかりやすい
- ・サイトマップはあるか  
検索エンジン対策(SEO)のためにも重要  
目次としてサイトマップページを独自に作成する
- ・サイト構成が適切か  
ファイル名やフォルダ構成  
サイトのメンテナンス上も重要
- ・適切なドメインを使っているか  
独自ドメインはビジネス上必須  
年間管理料が1000円～3000円程度

16

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.





## ・デザイン

- ・コンセプトが統一されているか  
同じサイトとして感じられるか
- ・ターゲットに合ったデザインか
- ・画像処理が適切に行われているか
- ・文字や背景に十分なコントラストがあるか
- ・機種依存文字は使われていないか
- ・文字の行間や余白が適切にとられているか
- ・リンクと混同されるような下線は使っていないか



## 4. サイト内の誘導を検証

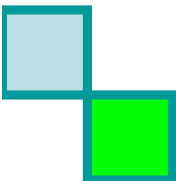
- ・サイト構成や操作の流れを図にして検討する
- ・自分で試す
- ・モニターに操作してもらう
- ・アクセス解析ツールを導入して動線を調べる
- ・サイトのゴール後の手立てはできているか  
問い合わせの対応(必要なスピードで対応できるか)  
受注後の作業の流れ(注文をとりすぎてパンクしないか)  
収集した情報の活用やセキュリティ など

➔ **サイト内誘導の改善を行わずにSEO対策に力を入れるのはムダ!**

## 5. SEO対策(検索エンジン対策)

SEO(Search Engine Optimization)


### ◆検索エンジン対策とは？



**検索エンジンによる検索結果で  
上位に表示される手法**

※上位に表示されればビジネスにつながる、とは限らない

※検索エンジン対策の第一歩はキーワードを決めること



19

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.

## 5. SEO対策(検索エンジン対策)

### ・検索エンジンのビジネスモデル

#### ◆検索エンジン会社の収益構造は？

検索エンジン会社は何を目指しているのか？



ユーザーの求めているものを適切に  
検索結果として表示する

↓

利用者が増える

↓

広告の価値が高まる

↓

利益が増える



20

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.

## ・最高のSEO対策とは？

### ◆ユーザーに求められるサイトを作る

ユーザーが求めている情報があること  
容易に探しているものにたどり着けること

### ◆ルールに則って作る

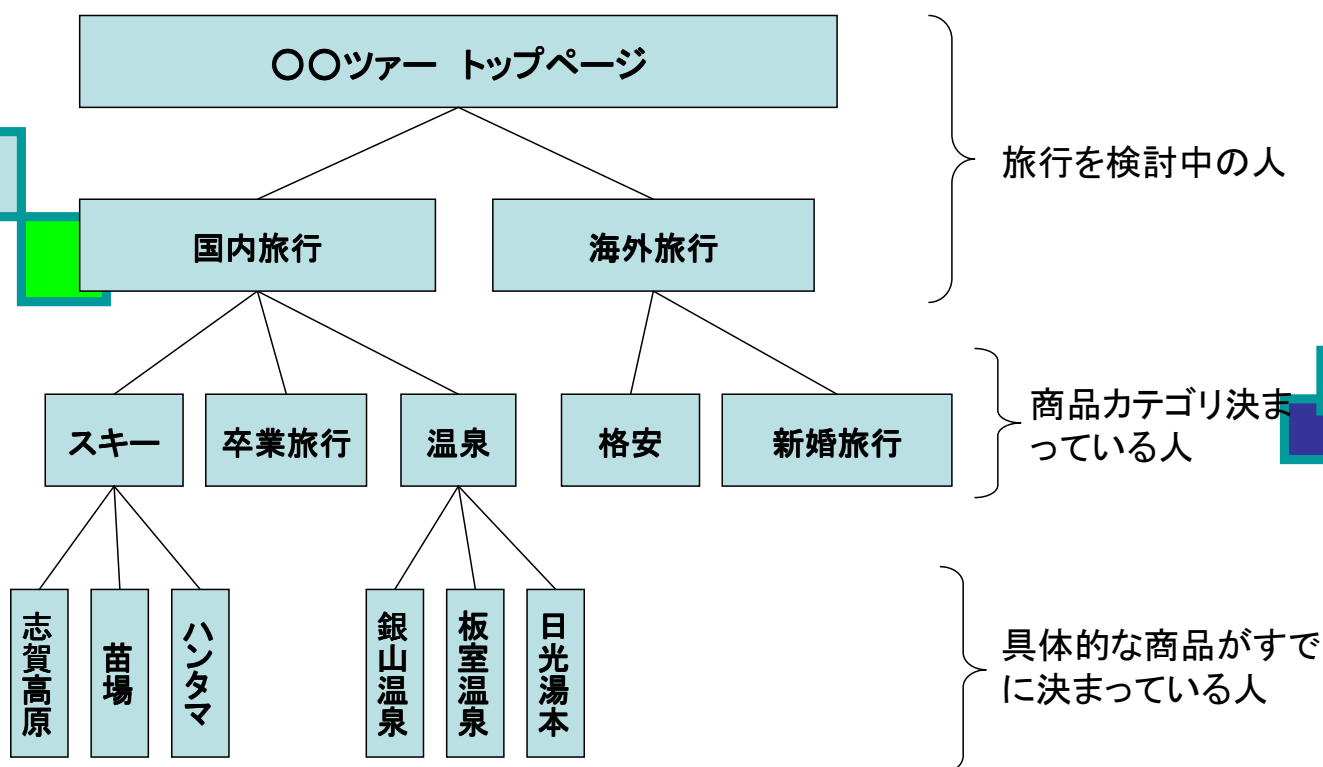
HTMLやスタイルシートの国際的な標準記述ルールに則っていること  
検索エンジンが好むサイトの作りであること

**結局、コンテンツの質(量)と見やすいサイトが優位に立つことになり、長期的に見てユーザーに求められるサイトを作り続けていくことが最高のSEO対策になる**

21

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.

## ・キーワードを考慮したサイト構成



22

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.

## ・タイトルタグ

<title>〇〇〇〇</title>

【記述方法】

別府温泉 | 国内旅行なら〇〇ツアーズ

| (縦棒)などで区切ってサイト名や企業名などを記述

- ・該当するページごとのキーワードを記述する。
- ・先頭の語句は一番重要なキーワードにし、たくさん入れすぎない。
- ・全体として30文字以内くらいが目安。

23

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.

## ・メタタグ

<meta name="keywords" content="KW1 KW2 KW3">

- ・そのページのコンテンツにかかわるキーワードをいくつか記述。
- ・あまり多すぎても意味はない。  
検索エンジン側で重視するのは数個  
ページの内容とのマッチングがうまくいかない

<meta name="description" content="草津温泉旅館協同組合公式ホームページです。草津温泉にある大小120以上のお宿をご案内。草温泉旅行">

- ・そのページのコンテンツの概略を記述
- ・Googleなどでの検索結果一覧に表示される

24

Copyright© 2013 S. Fukuzawa All Rights reserved.

## ・パンくずナビ

HOME>観光資源検索>前日光ハイランドロッジ

〇〇ツアーストップ>国内旅行>スキー旅行>苗場スキー場

- ・現在表示されているページがどの位置にあるか最上位から示す
- ・全ページに設置する
- ・簡単なサイトなら、無くてもいい

## 6. 情報発信担当を決める

### 情報発信する材料を開発する

ニュースリリース  
新商品情報  
FAQ (よくある質問)  
商品詳細情報  
商品比較  
使用方法  
お客様の声  
導入事例  
専門家レポート  
調査レポート  
スタッフの声  
社長ブログ  
:  
:

・従来の宣伝方法(チラシ、マスコミ広告など)に比べるとはるかに費用がかからず、小規模企業がやりやすくなっている。

・しかし、ある程度の経営資源(カネ、ヒトなど)を投入する決断が必要。特に情報発信担当者を決めることは重要な一歩となる。

## 7. SEOの参考になるツール

---

グーグルインサイト

<http://google.com/insights/search/>

※特定の検索キーワードについて、検索ボリュームやその推移など表示

Seotools

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

※専門家に代わってSEOアクセス解析を行い、無料・簡単・リアルタイムに、WEBサイトのSEO最適度をチェック、診断を行うツール

※「SEO ツール」で検索すると、いろいろなツールを探すことができる

Google Analytics

<http://www.google.co.jp/intl/ja/analytics/>

※Webサイトへのアクセス解析ツール(無料、高機能)

ご清聴ありがとうございました。