

商標特化ブログ 記事作成編マニュアル

アンケート回答者限定プレゼント☆

【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

当レポートは、著作権法で保護されている著作物です。
使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

◇レポートの著作権は、作者にあります。作者の書面による事前許可なく、本レポートの一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを禁じます。

◇本レポートの一部、または全部をあらゆるデータ蓄積手段(印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど)により複製、流用および転載することを禁じます。

◆使用許諾契約書

本契約は、レポートダウンロードした法人・個人(以下、甲とする)と作者(以下、乙とする)との間で合意した契約です。本レポートを甲が受けとることで、甲はこの契約は成立します。

第1条(目的) 本契約は、本レポートに含まれる情報を、本契約に基づき、甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第2条(第三者への公開の禁止) 本レポートに含まれる情報は、著作権法によって保護されています。また、本レポートの内容は、秘匿性の高い内容であり、甲はその情報を乙との書面による事前許可を得ずにいかなる第三者にも公開することを禁じます。

第3条(損害賠償) 甲が本契約の第2条の規定に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、違約金として、違反件数と金壹萬円を乗じた価格の10倍の金額を支払うものとしします。

第4条(その他) 当レポートに沿って実行、期待通りの効果を得ることができず、万一如何なる損益が生じた場合でも、乙は甲に対して責任を負わないものとする。

目次

- 1 : Googleから評価される記事を作るための3つのポイント
- 2 : 本文が読みたくなる導入分を書くテクニック
- 3 : 記事の成約率が10倍上がるライティング法

こんにちは、シンです。

この度は、
僕のアンケートに回答して頂き
ありがとうございます。

そして、アンケートのお礼として、
最初にお配りした商標特化ブログのマニュアル
には載せていなかった

『商標特化ブログの記事作成の仕方』

についてのノウハウを、こちらでお話していきます。

やはり記事構成までしっかり作れても、
読者に価値提供できていない記事内容だと

- 商品が全然売れない、、、
- 記事が読まれていない、、、
- Googleから評価されていない、、、

といった事態に繋がりがねません。

そうならないためにも、商標特化ブログの記事を作成する際、こういった意識を持ってライティングして行く必要があるのか？を解説しているので、今後ブログで安定収益を作りたい方は、じっくりと読み進めて下さい。

Googleから評価される 記事を作るための 3つのポイント

SEOで上位表示するためには、読者の検索意図に答えた『高品質なコンテンツ』が重要になってきます。

そのためには、『E-A-T』を考慮したGoogleから評価されるにはコンテンツ作りが求められます。

実際にE-A-Tという語は、Googleが公開した「高品質コンテンツ公式ガイドライン」の文書中に登場するものです。

『E-A-T』とは、以下の3要素の頭文字をとって付けられた造語のことです。

「**専門性**」 (Expertise)

「**権威性**」 (Authoritativeness)

「**信頼性**」 (Trustworthiness)

を重視しており、これらを意識して記事作成して行く必要があります。

GoogleのガイドラインでE-A-Tに関する部分を要約してみました。

3.1. ページ品質の評価:最も重要な要素

ページ全体の品質を評価するのに、最も重要なファクターが、下記です。

1. メインコンテンツの品質、そして量
2. ウェブサイトの情報、もしくは、ウェブサイトの責任者についての情報
3. ウェブサイトの評判
4. 専門性、権威性、信頼性(E-A-T)

(中略)

3.2 専門性、権威性、信頼性(E-A-T)についての補足

ページやサイトが備える専門性、権威性、そして信頼性(E-A-T)の度合いは、非常に重要な要素です。

そのページのメインコンテンツの品質や量、ウェブサイトの情報、ウェブサイトの評判、といった全ての要素は、究極的にはウェブサイトのE-A-Tを測るためのものです。

ウェブサイトが持つ「専門性」というのは、ゴシップサイトやファッションサイト、ユーモアサイトやフォーラム、Q&Aサイトに至るまで、どんなサイトにも存在し得るものです。

実際に、あるタイプの情報は、フォーラムやディスカッションサイトでないとほとんど見つかりません。

こうしたサイトは、専門家が集まったコミュニティが、特定の話題について、価値に富んだ視点を提供し得るためです。

- 高品質な医療関連のアドバイスは、適切な医療専門性を備えた、もしくは専門機関から認定済みの人もしくは組織によってもたらされるべきです。高品質な医療アドバイスや情報は、プロフェッショナルな立場から書かれ、制作されるべきであり、また常時編集され、レビューされ、更新されるべきものである。
- 高品質なファイナンスに関する助言、法律に関するアドバイス、税に関するアドバイスなどは、専門家が情報源となっているべきであり、また常時メンテナンス・更新がおこなわれるべきものである。
- 住宅改築(何十万円もかかり、人々の生活状況に大きな影響を与えるもの)、あるいは子育てに関するトラブル(家族の将来の幸福に影響を与えるもの)といった話題についての高品質なアドバイスを掲載するページは、ユーザーが信頼をおけるような、専門家、あるいは経験を積んだ情報源によって提供されるべきである。
- 写真やギターの演奏といった趣味に関する高品質なページも、同様に専門性が要求される。

こうした話題に必要な「専門性」には、形式的な裏付けはさして必要ない。

多くの人びとが、何かしらの製品とかレストランとかいったものについて、極めて詳細で役に立つレビューを書いていたりする。

多くの人々が、フォーラムやブログで生活の知恵や経験をシェアしている。

こうした普通の人々は、おそらく、彼らが生活の中で経験してきたそうしたトピックにおいては、エキスパート(専門家)と考えて差し支えないだろう。

もし、ある特定の個人が作成したコンテンツが、その個人をそのトピックにおける「専門家」たらしめるようなタイプのもの、もしくは人生経験の量をとまなうものであれば、我々はこれを「生活の中の専門家」として価値づけ、また、その個人もしくはページ、もしくはサイトが、正式な教育や訓練をその領域で積んでいないからといって、そこにペナルティを与えるといったことは行わない。

YMYL関連のトピックにおいて、生活の中で専門性を備えることも可能である。例えば、特定の病気を持つ人々のために、フォーラムやサポートページが存在している。

個人的な経験をシェアすることも、生活の中の専門性を形成することになる。ある例のフォーラムの参加者たちは、彼らの愛する人が肝臓がんを患った時、どれだけ長く生きたかを話している。

これは専門性を持つ人の個人的な経験をシェアする例の一つで、医学的なアドバイスとは区別されるものだ。

特定の医療情報や助言（生活における経験の説明とは異なるもの）は、医者、もしくはその他の医療／健康に関するプロフェッショナルから提供されるべきである。

そのページのトピックについて考えよう。

その目的をうまく獲得するために要求される専門性とは、どういったものだろうか？一般的にどういったものが専門的だとみなされるかは、そのページのトピックによって異なるものとなるだろう。

では、次に『専門性、権威性、信頼性』の具体的な意味をそれぞれ説明していきます。

専門性とは？

特定の領域に関する高度な知識や経験のことを言います。

テーマが統一され**専門性の高いコンテンツを提供するサイトは、SEOで上位表示されやすくなります。**

また、専門性を高めることでユーザーの回遊率や滞在時間が増加する傾向にあり、それに比例してサイトの信頼性を高めることにもつながります。

もし、専門知識がないという人は、

- ・ 広告商品に関して徹底的に調べて知識をつける！
- ・ 実際にサービス（商品）を使って知識をつける！
- ・ 詳しい人に聞いて知識をつける！（知識を持っている外注を探す）

ようにしましょう。

権威性とは？

権威性とは、相手よりも地位や権力が高い人と認識させることで、相手から「正しい」とか「真実だ」と信じられている状態。

また専門知識を有している人の発言や行動を、無意識のうちに従ってしまう人間の性質のことを言います。

要はその分野で、

「この人の言う事なら間違いない、正しい、だから私は従います」

と多くの人に思わせる事を指しています。

この権威性で最もよく例えられるのが「医者」
です。

お医者さんが言う事にほとんどの人が従うと
思いますが、その状態が権威性の高い状態です。

つまり、Googleもこういった**権威性の高い人
物や団体のコンテンツを、とても高く評価す
る**という事です。

概ね以下のような条件を満たしたサイトを、
Googleは権威性の高いサイトと評価します。

- ・コンテンツが充実している！
- ・分かりやすく整理されている！
- ・更新性があり、常にコンテンツ品質が維持されている！
- ・有益な情報源への参照リンクを適宜紹介している！
- ・オリジナリティの高いコンテンツを有する
- ・長年にわたり運営されている！
- ・自然リンクによる支持を受けている！

今後ブログを資産化したいと考えている人は、必ず頭に入れて置いてください。

信頼性とは？

信頼性とは、「多くの信頼を獲得している状態」を指します。

医療・健康系アップデートで稼げなくなったサイトが増えたように、YMYLジャンルほど、ユーザーからの信頼を得る必要があります。

だからこそ、専門性と権威性を高めてユーザーの検索意図に答えた高品質なコンテンツを提供し続ける必要があります。

プラス α の「網羅性」

上位表示にはE-A-T（専門性／権威性／信頼性）に加えて、網羅性も重要となります。

そして網羅性を満たすためには、共起語の使用が必要不可欠です。

（共起語とは、あるキーワードが出現した時に、一緒に利用されるキーワードのこと）

例えば、「学校」というビッグキーワードだったら、共起語として「教育、授業、規則、先生、生徒、クラス」などが挙げられます。

つまり1つのテーマを深掘して、ビッグキーワードの周りにはある複数の関連キーワードを網羅したコンテンツを作ることが重要だと言うことです。

『E-A-Tを高める方法』

記事のE-A-Tを高めるには、

1. サイトに専門家である旨を記述(内部対策)
2. ユーザーが専門家として信頼しシグナルを発信(外部対策)
3. Googleがシグナルを認識

の3点が必要となってきます。

専門家として、外部リンク、SNSのいいねやシェア、そしてサイテーション獲得を継続することが重要です。

(サイテーションを直訳すると「引用・言及」という意味で、リンクはないけど、お店などの名前がブログ等にかかれる(言及される)こと)

ただし、『General Guidelines』にも書いてありますが、別に専門家と言うのは、**国家資格を持っていたり、何かのプロフェッショナルなどだけが該当する訳ではありません。**

他にも料理、音楽、映画、ゲーム、筋トレなど**趣味が高じて、プロ並み専門知識を多く持っていれば、E-A-Tを高めていく事は可能です。**

本文が読みたくなる 導入分を書くテクニック

『アクセスが一向に増えない』『本文を読まれている実感がない』といった場合は、導入文が正しく書けておらず本文まで読まれていない可能性が高いです。

つまり導入文の書き方次第で、読まれるか、読まれないかが決まると言っても過言ではありません。

今回紹介するテクニックを実践すれば、読者をグッと引きこむ導入文が書けるようになります。

本文へ読み進めてもらえるように最適化するには、下記の構成を抑えると迷わずに導入文を書くことができます。

1. 想定読者への訴えかけ（問題提起）
（又は「タイトルで述べていること」の必要性の説明）

2. 1への解説や解決策（結果の明示）

3. 解決策の根拠（結果の根拠）

例えば「アフィリエイトは稼げない」という記事テーマの序文を考えた場合、下記の通りになります。

検索キーワード：「アフィリエイト 稼げない」

1. 問題提起

アフィリエイトは稼げないんじゃないのか？

2. 結果の明示

アフィリエイトは正しいノウハウで行動すれば必ず稼げる！1人でやるよりも誰かに教えてもらうべき。

3. 結果の根拠

僕はアフィリエイトで月収100万以上稼ぎ脱サラしている。

1～3を組み合わせて作った文章は以下の通りになります。

1, ネットビジネスだとアフィリエイトが稼ぎやすいと言われますが、「本当に稼げるのか？」と疑問に思っていないませんか！？

2, 結論から言いますと、アフィリエイトは正しいノウハウで行動すれば必ず稼げます。しかし、1人で実践すると正しい努力が出来ず効率が悪いので、すでに稼いでいる人から教えてもらうのが近道です。

3, 僕も昔は1人でブログ運営をしていましたが、とある指導者と出会ったことで、今現在、月収100万円のアフィリエイト収益を得ています。そこで今日は、脱サラも可能なアフィリエイトで稼ぐための5つのテクニックをお教えします。

この型を覚えておけば、誰でも簡単に記事本文が読まれる導入文をスラスラと書くことができるので、ライティングが苦手な人は是非取り入れてみてください。

文章全体を考える時間の50～70%は、導入文へ使ってもいいぐらいなので、頭の中をフル回転させながら、いくつもの候補を書き出し、その中から選びましょう。

また、誰に読んで欲しいのか、どんな時に読んでもらうのかを意識して書くことで、読んでもらえる文章に近づきます。

ターゲットが決まれば、その人にとっての魅力的な内容をアピールすることが出来ますし、ターゲットが絞り込めていればいるほど、そのターゲットの心に強く響く導入文を書くことができます。

実際、この方法はプロのライターさんが行っている方法ですので、あなたも試してみてくださいね。

**記事の成約率が
10倍上がる
ライティング法**

本文は、いくつかの見出しで構成されていますが、それぞれの見出し内の文章は、**ただ商品の情報を書くだけでなく、基本何かを主張するための文章**となってきます。

だからと言って、ただ自分が思ったことだけを闇雲に書いても、読者を納得させる文章にはならず、もちろん商品も中々売れません、

そこで必要になってくるのがライティングのテクニックですが、**初心者の方やライティングの苦手な人は、まず下記の基本型でライティングすることをオススメします。**

見出し例：ネイティブキャンプの効果は？

- **自己の主張を書く**【ネイティブキャンプは自然な英語を話せるようになる（主張）】
- **理由／根拠を書く**【なぜなら、外国人講師が多いから（理由）】
- **具体例を書く**【実際、僕も音声を利用して頻繁に講師と会話することで・・・（事実・実体験）】
- **想定しうる反論への理解を示す**【でも、人見知りだし、時間がないからと悩んでいる人も・・・（理解）】
- **再び主張を書く**【受け身でも講師がリードしてくれる、時間がなくても24時間対応してるから安心】
- **結論を書く**【結：ネイティブキャンプは日本人の性格や生活にあった勉強法が出来るオンライン英会話】

といった感じでまずは考えてから、記事作成の際に文章を肉付けしていくといいでしょう。

僕も頻繁に使っているライティング法ですし、実際に商品が売れないと相談してきてコンサル生に教えた所、**『成約率1%→10%』**と10倍も上がったので、参考にしてみてください。

まとめ

- ・ 『E-A-T』 を考慮したGoogleから評価される高品質なコンテンツを作ろう！
- ・ 本文が読まれるかは導入文が肝である！
- ・ 成約率が上がる基本型ライティングをマスターしよう！

作成者:しん

連絡先:info@shinyear66.com

公式ブログ:<http://shinyear66.com/>