

インハウスSEO 成功する担当者 失敗する担当者

2012.09.22



株式会社アイレップ
取締役
SEM総合研究所所長
渡辺 隆広

1 はじめに

自己紹介

渡辺 隆広

株式会社アイレップ SEM総合研究所 所長（2005年～）
今年で検索マーケティング業界 15年目になりました

最近のお仕事

- **世界の検索マーケティング市場の全般的な分析**
- **生活者の検索行動調査**
例) “ドラゴンクエスト10”の発売前～発売後の検索行動変化 とか
- **検索技術のマーケット動向**
例) 某スタートアップ企業がこんな検索サービスを開発中 とか
- **ときどきクライアント様のところに訪問、コンサルティングのお手伝い**
- **(一応) SEO 全般**

こんなこと、今からお話します

1. 「頼りになる」インハウスSEO担当者に成長するために必要な、
フレームワーク(物事の考え方・姿勢)
2. SEOの仕事の過程で、【効率よくこなす】【無駄を省く】
【最善手を打てる】ようになるためのポイント

SEO は年々、業務領域が広がっています - 仕事は増えるばかり

2012年現在 SEO担当者が学ぶべき領域

2000年頃の
SEO担当者が学ぶべき
領域・範囲

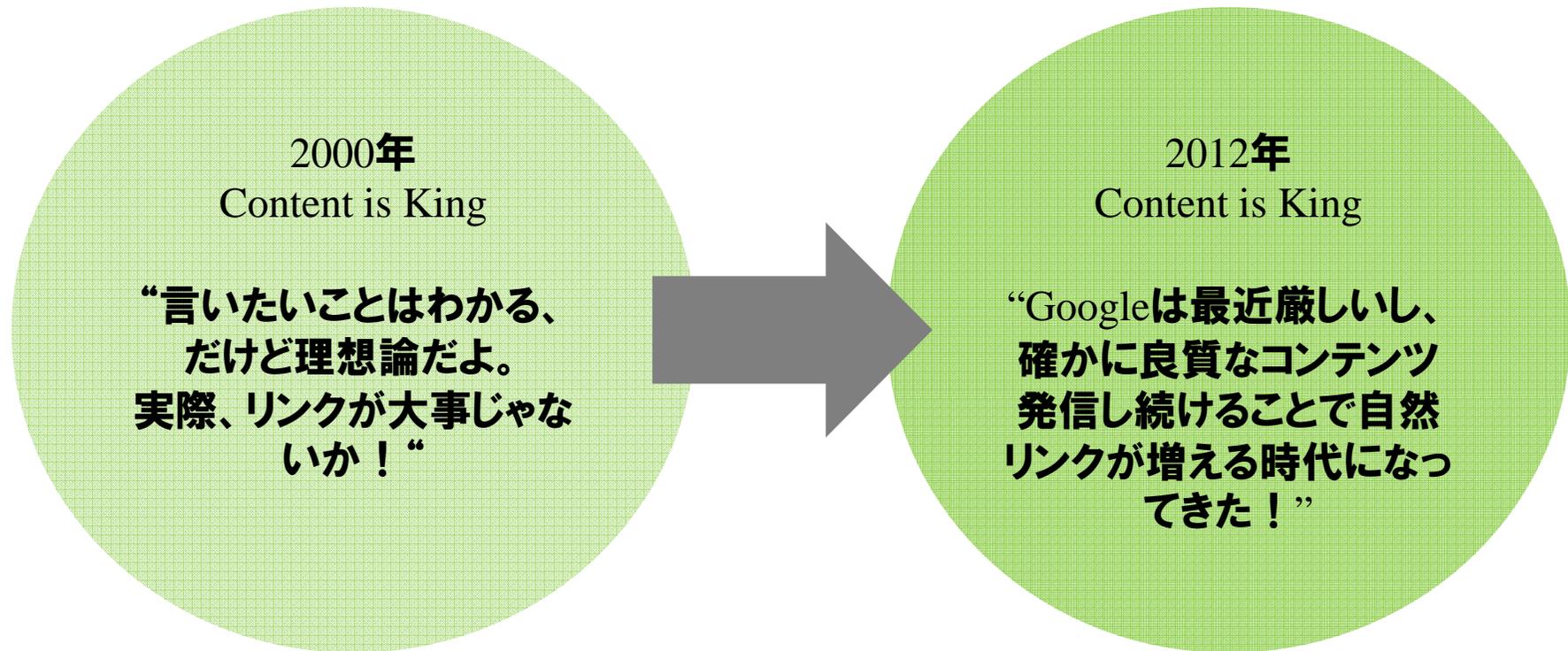
なぜ SEO の業務範囲がこんなに広がったのか

- 検索マーケティングの進化により、分析すべき事柄が増えた
- 検索技術の進化により、学ぶべき新機能や仕組みが格段に増えた
例) Googleの独自アノテーション、セマンティック、カテゴリズ・・・
- マーケティングを進めるにあたり「検索」だけで完結しなくなった
例) いわゆる「ソーシャル」と呼ばれる数多くの事柄

**しかし、本質的な事柄は何1つ変わっていません。
それは・・・**

Content is King !

「理想論」から「基本・必須」へ変わった “Content is King”



ウェブ環境の変化で”Content is King”が現実的に

【松尾さん】セッションを参考に

「みんなが共有・紹介するコンテンツ」とは「みんなが知りたいこと」

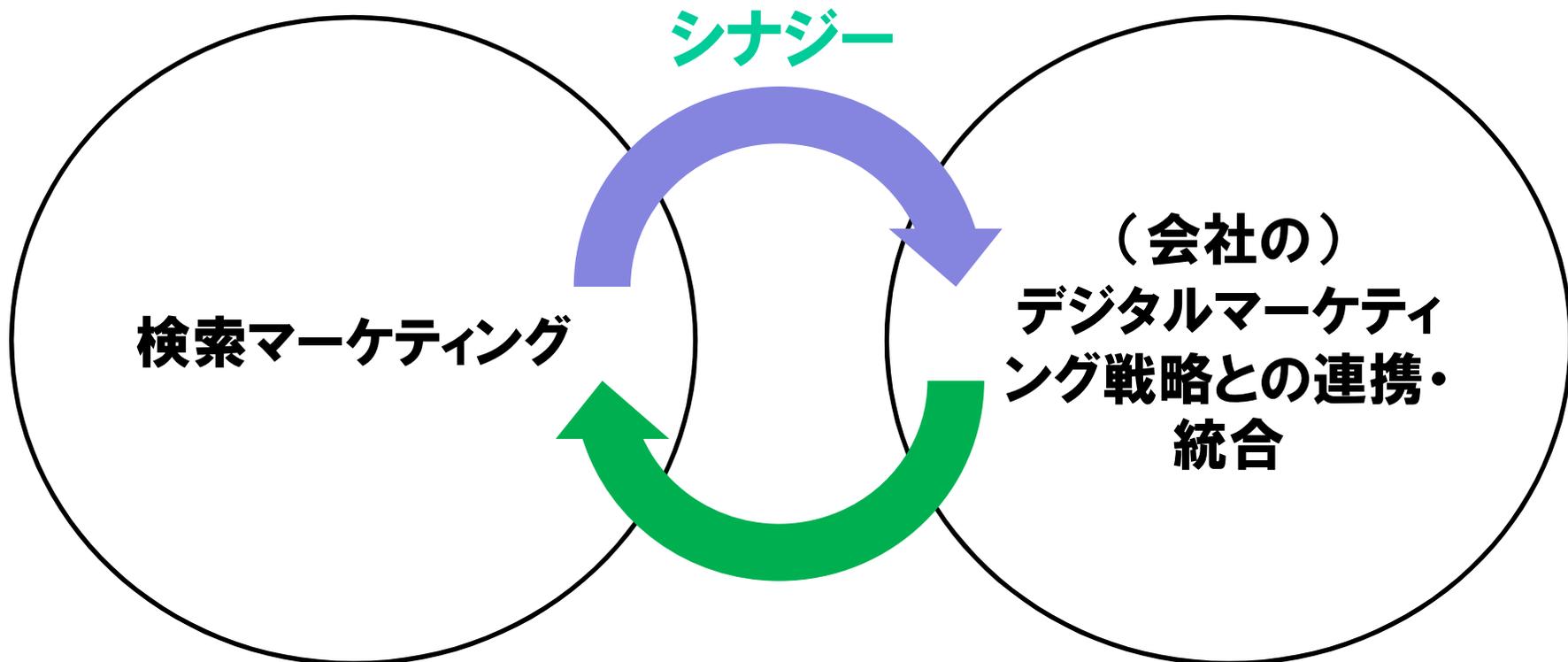
事例 1) (液晶テレビ) 「フルHDとHDの違い」という1ページコンテンツだけでQ&A系サイトやブログなどからリンクが張られるeコマースサイト

→ **液晶テレビが普及する段階では、フルHDと(ハーフ)HDを知らない人が多かった**

事例2) (スマホ販売サイト) 「メーカーが公式サイトでは公開していない、詳細仕様を商品詳細ページに記載しただけで、掲示板・フォーラム、ブログから多数リンクが張られる」

→ **グローバル端末を購入する／新機種に興味があるオーディエンスは、どの国・地域やキャリアで使えるのかに関心があるから**

インハウスSEO担当者は、会社の保有資産を最大限に活用しよう



【ハントさん】セッションを参考に

2 あらためて、SEO の機能と役割を考えよう

1. SEO as a Marketing

2. SEO as a Communication

3. SEO as an Infrastructure

SEO as a Marketing – マーケティング戦略の中に SEO を位置づけよう

○ **マーケティング戦略の文脈で、SEOを駆使してどうビジネスをドライブできるかを考えること**

× **狙ったキーワードで上位に表示する技術として、どう順位を上げるかを考える**

**例) みんな検索を通じて何を求めているの? 購買までのプロセスは?
検索キーワードの分析を通じて興味・関心ごとに特徴はないのか?**

SEO as a Communication – 顧客との接触・対話の方法としてSEOを捉えよう

○ 自分の顧客の検索行動をよく理解した上で、彼らの疑問・悩みに答えられるウェブサイトを構築すること

× 自分が重要だと信じたキーワードで1位になれば仕事が完了すると思込んでいること

例) (2012年現在) まだウイルス対策ソフト・○○○○2010を使い続けているが、トラブル発生。解決のために検索したけれど、検索結果に出てくる情報が 2012 だったり 2008 のバージョン違いばかりでイライラ → 企業としてSEO で解決すべき課題と認識せよ

SEO as a Infrastructure – いつでも、あなたのサイトが見つけられるように

○ 『なぜ人は検索するのか』を理解した上で、あらゆる場面での検索インテントに答えられるようにウェブサイトを最適化すること

× 『コンバージョンにつながったキーワード』のみに関心を向けて最適化をすること

× 売上げに(直接)つながっていないキーワードに価値がないと思い込んでいること

例) SEMをととてもよく理解した、あるグローバル企業の例:どこかで自社の広告キャンペーンを展開している限り、消費者との接点がある。そうした広告に接触した消費者が、いつでも、(その広告から想起・記憶するだろう)どんなキーワードで検索しても、自社サイトにアクセスできるようにするためにSEOを活用。つまり「導線」インフラとしてのSEO。また、自社が展開するマーケティング展開の中に、“SEOの概念・アイデア”を入れていくことも、SEO as an Infrastructure の1つ。

全社で SEO の考え方・意識を統一しよう

- **会社の資産をどう活用するかが、インハウスSEO 成功のカギ**
- **その資産を有効活用するためには、全社的協力が必要**
- **社内教育・理解を得る努力をするのも インハウスSEO 担当者の役割**
- **政治 -- 「交渉」「調整」「説得」「妥協」「協力」
… 面倒くさいけど、やらないとダメ**

【ASK The SEOs】セッションを参考に

3 立派な インハウスSEO担当者になるために必要なこと

検索・SEO系のブログで勉強していることは大前提 (1)

海外の最新検索エンジンマーケティング情報を配信するSEOブログ

海外SEO情報ブログ SuzukiKenichi.com

Google カスタム検索 検索

HOME ABOUT CONTACT

Google、ウェブマスター向けガイドラインを更新。公開前のバージョンをうっかりアップロード？

2012年09月20日
[対象: 全員]

ヘルドキュメントにあるウェブマスター向けガイドラインの内容をGoogleは更新しました。

Googleでのサイトの検出、クローリング、インデックスに関する最新のベストプラクティスが説明されています。Google検索からのトラフィックがあなたにとって重要な集客手段であるならば必ず目をおしておきましょう。

ウェブパムに対する手動処置が厳しさを増しています。したがって「品質に関するガイドライン」は特に注意して読んでおくことを強く推奨します。

▶ 『Google、ウェブマスター向けガイドラインを更新。公開前のバージョンをうっかりアップロード？』の続きを読む

Google、バンダ・アップデート更新を実行。影響は全クエリの0.7%未満 (2012/09/18)

2012年09月19日
[対象: 中～上級]

Googleはバンダ・アップデートを最新状態に更新したことをTwitter公式アカウントでアナウンスしました。

▶ 『Google、バンダ・アップデート更新を実行。影響は全クエリの0.7%未満 (2012/09/18)』の続きを読む



同一ドメインが検索結果を占拠しないようにGoogleがアルゴリズムを

鈴木謙一さん

バンダアップデート完全ガイドセミナー

講師: 鈴木謙一

アルゴリズム変更にもビクともしないコンテンツSEOを徹底解説!

▶ お申し込みはこちら

被リンクに頼らない!? 「コンテンツSEO」とは...

検索・SEO系のブログで勉強していることは大前提 (2)



パシのSEOブログ

Pacificus SEO Blog

[運営者情報](#)
[お問い合わせ](#)
[広告掲載について](#)






[SEO](#)
[SMO](#)
[WordPress](#)
[レンタルサーバー比較](#)
[SEOテンプレート比較](#)

パシのSEOブログ

サイドバーのスクロール追尾型広告のクリック率

ぼくはまちちゃんの「[ライブドアみたいにスクロールしたらサイドバーの広告を固定する](#)」という記事を読んで、これは面白そうと思ったので、管理サイトに導入してみました。

はまちちゃんの記事にもあるように、AdSenseでこれやるのは違反行為です。以前フォーラムでもGoogleの中の方がコメントを残しています。[\(追尾式のアドセンスについて\)](#)

[»サイドバーのスクロール追尾型広告のクリック率](#)
2012年09月18日 [コメント&トラッキング\(0\)](#)

ロングテールSEOは万能ではない

[ロングテールSEOのまとめ記事](#)を書いたことで、もうロングテールSEOに関することは良いかなと思っていたのですが、誤解している人も多いような気がしたので、補足の意味も込めて少し思うことを書いておきたいと思います。

ロングテールSEOでアクセスを集めるために、決して難しい作業は必要としませんが、成功させることは簡単ではありません。

[»ロングテールSEOは万能ではない](#)
2012年09月10日 [コメント&トラッキング\(0\)](#)

バンダ・ペンギンの影響を受けないサイト作り

以前、「[コンテンツ型SEOの趣味ブログを1年間続けた時のアクセス数の変化](#)」という記事の中で、私の父がやっている釣りブログを紹介しました。

あれから半年ほどたったわけですが、その間にペンギンアップデートやバンダアップデートが導入されました。ペンギンは過剰なSEOが対象で、バンダは低品質コンテンツなどが対象となっていますが、SEOを意識していないサイトがどのような影響を受けるのかも気



Googleの広告はじめませんか？
ホームページのアクセス数アップ
7,500円分無料でお試しください

サイト内検索

パシのSEOブログ情報

H.N.: パシ
[WP SEOブログ](#)と[無料SEO対策のススメ](#)も書いています。

最近の投稿

- [サイドバーのスクロール追尾型広告のクリック率](#)
- [ロングテールSEOは万能ではない](#)
- [バンダ・ペンギンの影響を受けないサイト作り](#)
- [沢山の数のブログ記事を書くことの重要性](#)
- [アクセス数が落ちた時の対処法〜Googleは思っている以上にツンデレ〜](#)

カテゴリ

パシさん

こんなマニアックなブログに目を通すのも良い

web > SEO
SEO(Search Engine Optimizer)辻正浩のブログ
フリーランスのSEO 辻の個人ブログです。SEOを中心に、Webサービス、ガジェットの事などWebの事全般を
書いています。

2012/08/05

スマホ関連仕様やウェブマスターツール新機能が追加(2012年7月下旬-8月上旬)

カテゴリ: [Googleヘルプ](#) | [RSS](#)

非 公 式

SEO 関連
Googleヘルプ
更新情報

7月下旬から8月上旬までの更新情報です。Googleウェブマスターツールの新機能の解説の他に、Google Developersで英語で公開されているスマホ関連仕様が更新されました。

Building Mobile-Optimized Websites

Googleの英語での技術資料「Google Developers」のスマホサイト関連のページが8/2に更新されました。

Building Mobile-Optimized Websites

このページでは「Feature phones vs smartphones」「Table of Contents」という部分が追加されましたが、重要な新情報はありません。

Details

このページでは、表現レベルの変更が多く行われました。

引用:変更前

Google's algorithms look for max-width values that can be reasonably expected to refer to smartphone screen resolutions. As mobile websites evolve, we may update our algorithms accordingly.

引用:変更後

Our algorithms look for max-width values that can be reasonably expected to refer to smartphone screen resolutions, and we will try to monitor what typical mobile websites use and may update our algorithms accordingly in the future.

例えばこちらです。今は横幅(max-width)で判断しているものの、今後典型的に使用される手法が出てきたら変更する、というような記述がなされています。

Googlebot-Mobile User-Agents

このページが8/2に新設されて、Googleのモバイルクローラーの記述が追加されました。

プロフィール



プロフィール-辻正浩
詳細-プロフィール詳細
Google+-辻正浩のGoogle+

カテゴリー

- SEO (13)
- 検索結果表示(SERP) (1)
- SEOツール (1)
- Googleヘルプ (5)
- Android (3)
- Webサービス (11)
- twitter (6)
- ニコニコ動画 (2)
- WordPress (6)
- Web制作 (3)
- ガジェット (6)
- 情報収集・調査 (1)
- ソーシャルメディア (1)
- その他 (10)
- 本 (4)
- サイトまとめ (186)
- Photo (4)

Archives:

- 2012年9月 (6)
- 2012年8月 (7)
- 2012年7月 (6)
- 2012年6月 (10)
- 2012年5月 (7)
- 2012年4月 (5)
- 2012年3月 (5)
- 2012年2月 (5)
- 2012年1月 (7)
- 2011年12月 (6)
- 2011年11月 (7)
- 2011年10月 (6)
- 2011年9月 (6)
- 2011年8月 (5)
- 2011年7月 (6)
- 2011年6月 (5)
- 2011年5月 (6)
- 2011年4月 (5)
- 2011年3月 (4)
- 2011年2月 (7)
- 2011年1月 (7)
- 2010年12月 (5)
- 2010年11月 (5)
- 2010年10月 (7)
- 2010年9月 (7)
- 2010年8月 (9)
- 2010年7月 (8)
- 2010年6月 (4)
- 2010年5月 (6)
- 2010年4月 (4)
- 2010年3月 (7)
- 2010年2月 (4)
- 2010年1月 (5)
- 2009年12月 (5)
- 2009年11月 (6)

辻正浩さん

英語ができれば学べる場も広がります

Helping Sites to be the Best They Can Be!

<R> High Rankings®

Looking For Something? SEARCH

Consulting & SEO Services | High Rankings Advisor | SEO Resources | about us | contact us | home

The Website Audit is a Great Place to Start!
LEARN MORE >>

Jill Whalen's Tried and True Professional SEO Consulting In the Boston area since 1995
High Rankings provides SEO site audits, in-house training and redesign consulting.
Through her 17-years as an SEO consultant, Jill Whalen has proven that your content as well as the way your website is developed are the critical factors in whether it will achieve search engine success. Jill's **site audit reviews**, **SEO redesign consultations** and **in-house trainings** focus on the issues that are stopping your website from receiving all the targeted Google traffic it deserves.
Whether you're starting a new website or have found your current site is no longer bringing you the search engine visitors it used to, you need an experienced SEO consultant like Jill to walk you through the SEO process. She personally works on all projects to ensure that all issues are uncovered and that all SEO recommendations are implemented correctly.
Contact us now to get started.
What to expect when working with Jill Whalen and High Rankings:

- An extensive and honest review of your website from a user and search engine perspective
- Answers to why your website isn't performing as well as it should
- Explicit recommendations detailing what search engines and people want to see at your website
- Transparency and education for your entire website team on what is and isn't SEO
- Expert advice that provides long-lasting results

Jill will empower your team through tried and true recommendations, advice and training that's customized to your business and website's unique needs.
From start to finish, jill will provide you with a unique learning environment so that your website will succeed long into the future.
SEO That's Built to Last
"Good SEO work only gets better over time. It's only search engine tricks that need to keep changing when the ranking algorithms change." - Jill Whalen
If you're looking for a quick-fix SEO strategy, then we're not a good fit. But if you'd like to be educated about SEO best practices that will keep your website optimized long after we've done our job--then we should talk. While our tried and true SEO

High Rankings Advisor
Advisor Newsletter
HRA 341: Moving to WordPress
Moving an HTML Site to WordPress After Loss of Website Traffic
High Rankings Question of the Week
Stuff You Might Like
Advanced SEO Forum Thread of the Week
HRA 341: Wrap-up
Sign Up For Our Newsletter

High Rankings Forum
Register Now | Read Only
301 Issue Causing Duplicate Content
SEO With Subdomains: Languages Redesign: Developers Want Me To Move Entire Site To Wordpress
Is Newsletter Content / Duplicate Content = Bad?
Rich Snippets And Wordpress
Accuracy Of Google Adwords Tool

How To Select An SEO Company
How to Select an SEO Company
XML sitemap may not be needed

What People Are Saying About...
Jill Whalen
chiropractic RT @jillwhalen: Why are people so scared to get rid of (and upgrade) their

私のお気に入り (1) High Rankings

SEJ SEARCH ENGINE JOURNAL

News | SEO | Tools | Social | Link Building | PPC | Advertise

Helping technology to Business clients? Profit from selling Telepresence as a Service

Search this website... GO

NEWSLETTER SIGN UP
SUBSCRIBE NOW!
Get the latest news from SearchEngineJournal.com
Enter Email Address... SUBMIT

SOCIAL MEDIA
f t g+ r

How to Set Up Your Company in Bing Business Portal (BETA)
READ MORE >>

PPC
Top 5 Paid Search Ad Mistakes Small Business Make
Posted on September 19, 2012 by Joe Balestrino | 4 comments
I've spent years evaluating paid search accounts and I always come across the same few common mistakes. I decided to dedicate this article to those top mistakes. Hopefully, you aren't making these mistakes and if you are, you now know how to fix them. 1. Where is your product? If your sending people to your ...
Read More

Social Media
Social Media Advertising: Twitter's Advertising Platform
Posted on September 19, 2012 by Gabriel Gervells | 1 comment
I have been waiting to play with Twitter's self-serve ad platform for some time now. In fact, I wrote a post here about Twitter Advertising Strategy on December 15, 2011. Three days ago, I was checking out my Twitter profile and saw the words that I've been waiting for: "Twitter

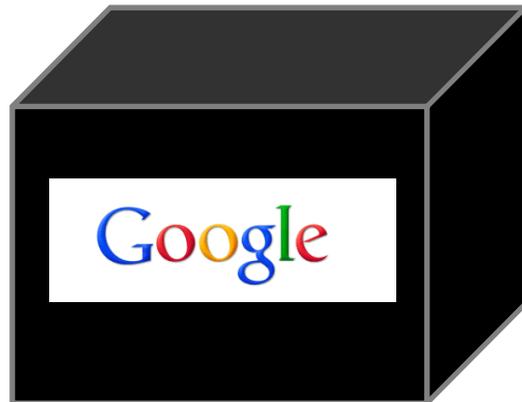
eMarketer talks Facebook advertising
Find out why the Marketplace ad platform deserves a second look. White paper Download now

LATEST POSTS
Top 5 Paid Search Ad Mistakes Small Business Make
Social Media Advertising: Twitter's Advertising Platform
#Twitter Update: Benefits for Users and Brands
Weekly Webinars and Upcoming Events 9/19/12
Announcing Our New News Writer: Michelle Stinson Ross

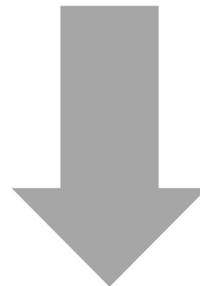
私のお気に入り (2) Search Engine Journal

検索エンジンは 宇宙人が開発しているわけではありません

① 「Googleはブラックボックスだからわからない」という考えを捨てよう



【重要】あなたの仕事は、”Googleが”ランキングをどう決定づけているかを学ぶことではありません



○ 一般的に、インターネット検索エンジンはドキュメントのランク付けを決定するために、どのようなアプローチが最適と捉えているかを理解する

Q1) 完璧な検索エンジンを開発するために必要なことは何ですか？

Q2) なぜケータイ向け検索は 品質改善が進まないの？

Q3) PageRank の欠点を改善するために発展してきたアルゴリズムは、たとえば何がありますか？

② 検索エンジンのビジネスとサービスを学ぼう (1)

日本のSEO業界の人材がダメだなと、私が感じていることは・・・

**『基本的な検索エンジンの仕組み、
彼らのビジネスとサービスを理解していないこと』**

※ リンク一辺倒で市場が育った日本市場の一番悪いところ

○ SEO業務における、様々な意志決定場面において、適切な決定を、即座に行えるようになります

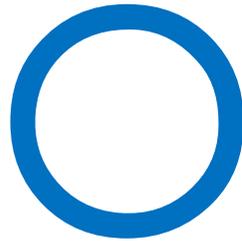
(非合理的な可能性を簡単に排除できるようになるから)

② 検索エンジンのビジネスとサービスを学ぼう (2)

何で勉強したらいいの？

- ✓【**必読**】Googleの公式ブログ
- ✓【**必読**】Bingの公式ブログ
- ✓【**上級者・マニア向け**】SEO by the Sea (特許系)
- ✓ IR (Information retrieval)系の雑誌、書籍
- ✓ 特許文書の Abstract (概要)

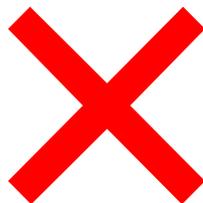
常に意識してほしい 3つの判断基準



Machine-Readable
(機械が読みやすい?)

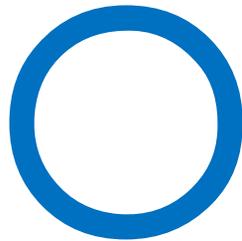
User-Experience (UX)
(ユーザーは便利と思う?)

Natural & Simple
(それって普通?)



どの方法が一番順位が上がる?

SEOは、超長距離マラソンです



「サイトを成長させる」

「事業の中にSEOを組み込む」

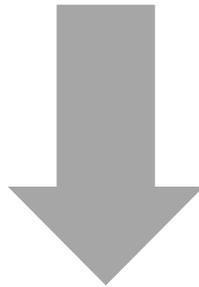
「じっくり取り組む」



最新手法≡スパム手法の
トライアル&エラー

③ 絶対に回答ができない問題に時間を割かないこと

例) 先週まで Google で 3位だったキーワード
○○○が、今日みたら5位になったんだけど、その理由は何？



Googleのエンジニアも、わかりません

心の声:そんな個々の微細な変動なんて、わからねーよ・・・

あらゆる事象を説明できると思い込んでいませんか？

④ SEO の問題じゃない事柄を、SEOの論理で考えないこと

例) 404ページは、**SEO的に**カスタマイズした方がいいの？

例) 商品説明ページは、**SEO的に**何文字くらい書けばいいの？

例) Twitter や Facebook の共有ボタンは、**SEO的に**置いた方がいいの？

例) ページの速度は、**SEO的に**どれくらい速くしたらいいの？

例) Twitter で1日に何回ツイートすると、**SEO的に**効果あるの？

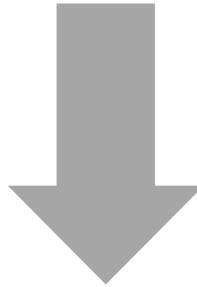
例) <h1> **SEO的に**何回使ったらいいの？階層構造にした方がいいの？

例) 新しい化粧品のプロモーションサイトで Flash フルに活用したいんだけど、**SEO的に**どうなの？

それ、本当に SEO の観点を考慮すべき相談ですか？

⑤ わかったところでアクションが変わらない事柄に、時間を割かないこと

例) 301リダイレクトで PageRank 値はどれだけ減衰するの？

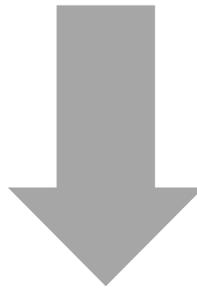


50% 減衰したら、301リダイレクトするのをやめるんですか？

個人の興味で調べるのは結構です

⑥ 妄想や幻想に基づいて事前対策しないこと

例) Googleがスマートフォンサイト専用の検索エンジンをリリースした時のために対策しなくちゃ!



- 検索技術のトレンドを理解していると、
このような妄想は生まれません

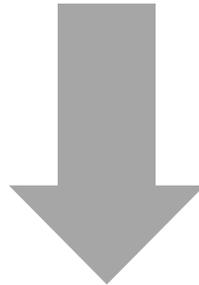
そもそも、Google はマルチデバイス世界の検索ビジョンを明らかにしていますよね・・・?

⑦ 世界の様々な企業の SEO 事例を吸収しよう (1)

よく、こんな勘違いをしている人がいます

『他社の事例を聞いても自分の会社に適用できない、
だから役立たない』

『それは大手企業だからできるんでしょ、うちには無理だよ』



**他社の事例が当てはまらないのは当たり前です
事例で学ぶべきことは、そこじゃない！**

⑦ 世界の様々な企業の SEO 事例を吸収しよう (2)

『SEOアプローチの引き出しを増やす』

⑦ 世界の様々な企業の SEO 事例を吸収しよう (3)

キャリア3社、同じ「携帯電話／スマートフォン」。
同じSEOがベスト施策ですか？

NTT
docomo

au

SoftBank

同じビジネスでも、会社が違えば最適なSEOも違います

⑦ 世界の様々な企業の SEO 事例を吸収しよう (4)

Q) **10以上の業界**の、それぞれのSEOのトレンドを説明することは
できますか？

- ✓ 米国のオンライン旅行業界 (Expediaなど)
- ✓ 米国のオンライン不動産(検索)業界
- ✓ 日本のオンライン決済業界
- ✓ 日本のはんこ・印鑑業界
- ✓ ゲーム攻略系情報サイト群

【辻さん】セッションを参考に

米オンライン旅行業界 - ページ構成やレビューの扱い方、多言語対応の方法

The screenshot displays the Expedia.co.jp website interface. At the top, there are navigation links for Facebook ID login, login, and a free membership sign-up. A search bar is present with the text "ホテル名、施設名、地名などを入力" and a search button. Below the search bar, there are several promotional banners and sections:

- Search Section:** "ホテル・航空券・ツアーを探す" (Search for hotels, flights, and tours). It includes filters for "海外ホテル" (International hotels), "国内ホテル" (Domestic hotels), and "航空券(海外・国内)" (Flights). There are also options for "ダイナミックツアー" (Dynamic tours) and "ツアー割!" (Tour discount!).
- Search Steps:**
 - 行き先をお選びください (Please select your destination). Includes dropdowns for "地域を選択してください" (Select a region) and "都市を選択してください" (Select a city).
 - 日程やその他条件を指定してください (Please specify dates and other conditions). Includes fields for "チェックイン" (Check-in), "チェックアウト" (Check-out), "部屋数" (Number of rooms), "大人" (Adults), and "お子様(く18)" (Children under 18).
- Search Button:** A prominent yellow button labeled "検索する" (Search).
- Phone Reservation:** "お電話でのご予約" (Reservations by phone) with the number "03-6743-6571" and "24時間オープン 年中無休" (Open 24 hours, closed none).
- Price Guarantee:** "海外ホテルすべて 最低価格保証" (Guaranteed lowest prices for all international hotels).
- Emergency Sale:** A large red banner for "緊急円高還元セール" (Emergency Yen appreciation refund sale) with "今すぐ予約!" (Book now!).
- 72時間限定セール:** "72時間限定セール" (72-hour limited sale) for "ソウル・台北・上海・香港のホテル" (Hotels in Seoul, Taipei, Shanghai, and Hong Kong) with a "最大50%割引" (Maximum 50% discount).
- Travel Coupon:** "旅する人、パットと全員、割引きます! 全員に旅クーポン" (Travelers, Pats and everyone, get discounts! Everyone gets a travel coupon). Includes a bear mascot and a "10月31日まで!" (Until October 31!) deadline.
- Expedia Advantage:** "Expedia.co.jp" logo and tagline "かっこいい旅、エクスペディア" (Cool travel, Expedia).
- Footer:** "限定クーポンなど、いつでもエクスペディアのおトク情報を。" (Limited coupons and other Expedia benefits information available anytime).

米オンライン不動産業界 - ページネーションやカテゴリ構成

The image displays two overlapping screenshots of real estate websites. The background screenshot is Trulia, and the foreground screenshot is REALTOR.com.

Trulia Screenshot:

- Header: Buy, Rent, Advice, Mortgage, Local Info, Find a Pro, Mobile, SIGN UP, Log In, Help.
- Main Navigation: Find a home. Get the inside scoop.
- Search Bar: For Sale, For Rent, Sold, Estimates. Location: New York, NY. Filters: Beds, Baths.
- Local Listings: Today's local listings in New York, NY. Includes 439 new listings, 2K price reductions, 328 open houses, and 12K total listings.
- Market Trends: What's up in New York. Includes market trends, school reviews, and recommended agents.

REALTOR.com Screenshot:

- Header: Official Site of the National Association of REALTORS®. Navigation: Find Homes, Find REALTORS®, Finance, Moving, Home & Garden.
- Main Search: Find a home. The most comprehensive source for real estate listings. 94 Million Properties • 4.3 Million Homes for Sale • Over 354,000 Rentals.
- Search Form: Home Type (Homes for Sale), Location (Address, City, Zip, or Neighborhood), Price Range, Beds, Baths, Search on Map, Search button.
- Left Sidebar: Home Values, Rentals, Foreclosures, Celebrity Homes.
- Right Sidebar: Get new listings when they hit the market. Sign Up for Free. SEARCH ASSIST by REALTOR.com®. More Homes, Better Photos. Most up-to-date listing information. Download the official REALTOR.com iPhone / iPad app.
- Bottom Section: Find a REALTOR® or Real Estate Office. Search button.
- Footer: NEWS & TRENDS (National Association of REALTORS® Features, For REALTORS®), COMMUNITY, HOW TO GUIDES.

⑧ データの扱い方 - 仕分けをしよう (1)

【木村さん】セッションを参考に

効果測定のためのデータ

SEOの最適な技術アプローチを学ぶためのデータ

上司を説得するために(嫌々、仕方なく)
集めたいデータ

⑧ データの扱い方 - 仕分けをしよう (2)

効果測定のためのデータ

SEO の効果測定は(当たり前ですが)必要

- ✓ 検索キーワードのランキング
- ✓ キーワードごとの自然流入数
- ✓ コンバージョン全般(コンバージョン数、販売個数、売上単価、etc)
- ✓ PLP (Preferred Landing Page)
- ✓ LDR (Link Development Rate)
- ✓ LGR (Link Growth Rate)
- ✓ LGP (Link Growth Potential)

⑧ データの扱い方 - 仕分けをしよう (3)

SEOの最適な技術アプローチを学ぶためのデータ

○ ある時点において、大規模な検索順位変動が発生した場合の傾向把握

×(△) 一般的な検索アルゴリズムの傾向把握

⑧ データの扱い方 - 仕分けをしよう (4)

上司を説得するために(嫌々、仕方なく)
集めたいデータ

悩ましい問題です・・・

【木村さん】セッションを参考に

⑨ SEO の施策内容を記録しよう

Q) 過去6ヶ月に実施した、全てのSEO施策の日付、内容を報告できますか？

**やっていない人は、
明日からでも実施すること！**

⑩ Google の公式発言は、鵜呑みにしないこと

Googleは、神じゃない – 頭の片隅に記憶しておきましょう

Googleは、決してウソは言いませんが、真実を説明しないことがあります

最近のGoogleは、環境変化にキャッチアップするために、曖昧なルールを作ることがあります

Google は、決して “Google でなければ知り得ないこと” を説明しているわけではありません(例外あり)

4 まとめ

今日からでも、チャレンジしてほしいこと

- ✓ **検索エンジンの基本的な仕組み・考え方を改めて学ぼう**
- ✓ **他社の事例をいろいろ見て、ほかのみんなが何をしているかを学ぼう**
- ✓ **マーケティングとしての SEO を再確認 **一番大事な視点です****

ご清聴ありがとうございました

