

コンテンツも作らずマーケティング費用もかけずに検索順位を上げる6つの方法

①スニペット+ページ、②クロールしやすく価値比率が高、③ページ表示の高速化

コンテンツマーケティングが大切であり、検索順位を上げるにも良い方法であることが盛んに言われている。ユーザーニーズに応えるコンテンツを中心とした施策に価値があるのは確かだが、コンテンツに意識がいってしまうがゆえに、SEO やマーケティングの担当者が自在に使いこなせる他のさまざまな方法が忘れられがちだ。

この記事では、コンテンツの制作やマーケティングに費用をかけることなく検索順位を改善するための方法を 6 つ、ランドが紹介する。

参考までに、今回のホワイトボードの画像を掲載しておく。

コンテンツ制作とマーケティングに費用をかけずに検索順位を上げる6つの方法

① スニペットを改善し、ウェブサイトのページもスニペットで示される意図に沿ったものにする。

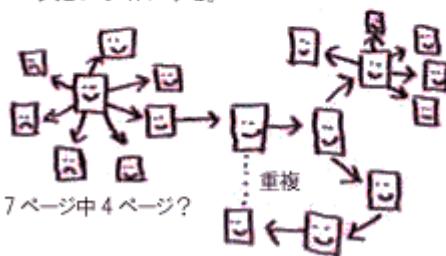


④ ネットワークを活用して、リンク・共有・トラフィックを呼び込み、支持を増やす。



「互いに助け合うための食事会」も参照

② クロールしやすく、価値の高いページの割合が大きいサイトにする。



⑤ 君のサイト上で、ユーザーには満足してもらえるがオーガニック検索のトラフィックをあまり獲得していないページを特定する。



⑥ 伝統的な競争型のリンクビルディング

- | | | | |
|----|-------------------------------|----|-----------------------------------|
| □→ | 競合にリンクしており、君にもリンクして当然のリンクを探す。 | 1— | アウトリーチの優先順リストを作成して、人々に контакタする。 |
| □→ | | 2— | ひと押しすれば済む場合もあれば、かなりの労力を要する場合もある。 |
| □→ | | 3— | 最初は簡単な方がからどうかかる。 |
| □→ | | 4— | |
| □→ | | 5— | |

③ ページの読み込みスピードを最適化する。

高速なページ読み込み
= クロールの増加 + ユーザーの満足度向上

SEO やインバウンドマーケティングのコミュニティに、こんな考え方方が広がってきてている。

SEO 担当者にできることは、もはやコンテンツの制作とコンテンツマーケティングしかない。

だから僕たちは、コンテンツを制作し、マーケティングを開始し、アウトリーチを行い、コンテンツへのリンクの獲得に務めるというわけだ。

これは、SEO 担当者に求められる仕事をあまりにも過小評価している——本当は信じられないくらい多岐にわたる、ずっと重要なものなのに。

今回は、この問題に対処しようと思う。僕は、SEO 担当者が責任を持つ物事の広大さを、その大海に一石を投じることで示してみようと考えた。

コンテンツ制作やコンテンツマーケティングに費用をかけずに検索順位を上げる方法をこれから6つ紹介していくが、そういう方法なんて実際はおそらくこの百倍はあるだろう。その中のたった6つだ。

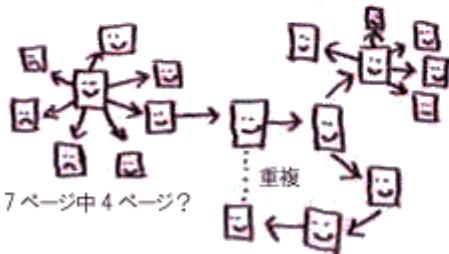
①スニペットを改善し、ウェブサイトのページもスニペットで示される意図に沿ったものにする

コンテンツ制作とマーケティングに費用をかけずに検索順位を上げる6つの方法

①スニペットを改善し、ウェブサイトのページもスニペットで示される意図に沿ったものにする。



②クロールしやすく、価値の高いページの割合が大きいサイトにする。



③ページの読み込みスピードを最適化する。

高速なページ読み込み
＝クロールの増加 + ユーザーの満足度向上

④ネットワークを活用して、リンク・共有・トラフィックを呼び込み、支持を増やす。

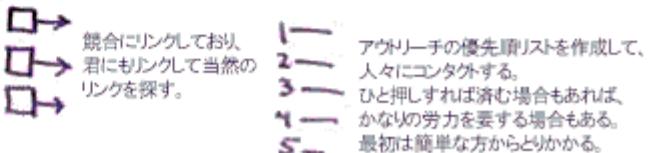


「互いに助け合うための食事会」も参照

⑤君のサイト上で、ユーザーには満足してもらえるがオーガニック検索のトラフィックをあまり獲得していないページを特定する。



⑥伝統的な競争型のリンクビルディング



では、さっそく第1の方法だ。スニペットを改善し、ウェブサイトのページもスニペットで示される意図に沿ったものにする。

要するにこういうことだ。

検索結果ページには、たくさんのタイトルと、各タイトルの下にURL、さらにその下にはmeta descriptionタグで指定されたサイトの説明が表示される。その他に、著者のプロフィールがあるかもしれないし、動画スニペットがあるかもしれない。リッチスニペットのマークアップを利用している場合には、それも検索結果に表示されるだろう。

ここから、実際のページへつながる。この両方を改善するのだ。

たとえば、スニペットの改善には次のようなことが考えられる。

- 「rel="author"」の追加
- 動画の追加
- リッチスニペットの追加
- タイトルの変更
- クリックしたくなるタイトルへの修正
- 説明文の変更

さらには、驚くことに URL の変更も考えられる。最近の研究で、クリックするかどうかの選択に実は URL が影響することがわかっているのだ。

さて、スニペットを改善したからといって、それで終わりではない。

検索結果ページに表示されたスニペットに内容と、それを見て興味をもった人がたどり着くページの内容とを一致させる必要があるのだ。

ご存知のように、検索で訪れたのにそのまま検索結果ページに直帰してしまうユーザー行動は、2つの面で大きなマイナスになる。

1つ目は、検索エンジン自体が、この動きを見て「なんてことだ、クリックした人が戻ってきた、気に入らなかったのだ。こりやダメだ。このページは上位にしたくない」となること。

2つ目は、あっという間に去っていった人には、購入も共有もしてもらえないし、リンクを張ってもらうこともできないこと。

おわかりだろうか。こんなふうに、コンテンツの作成とはまったく別のところで、検索順位をちゃんと上げることができる。

②クロールしやすく、価値の高いページの割合が大きいサイトにする

第2の方法は、クロールしやすく、価値の高いページの割合が大きいサイトにすることだ。

先日、メールでやり取りをしていたとても有能な SEO 担当者が、実にいいことを言った。

大規模サイトで、クロールのしやすさと効率を改善したのにオーガニック検索のトラフィックが大きく増加しなかつたなんて例は、見たこともないし、そういうサイトに携わったこともない。

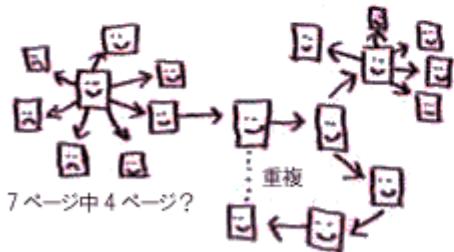
実に鋭く、言い方もよかったです。僕が思っていたこととまったく同じことだったが、彼のその言い回しがとりわけ気に入った。

コンテンツ制作とマーケティングに費用をかけずに検索順位を上げる6つの方法

- ① スニペットを改善し、ウェブサイトのページもスニペットで示される意図に沿ったものにする。



- ② クロールしやすく、価値の高いページの割合が大きいサイトにする。



- ③ ページの読み込みスピードを最適化する。

高速なページ読み込み
= クロールの増加 + ユーザーの満足度向上

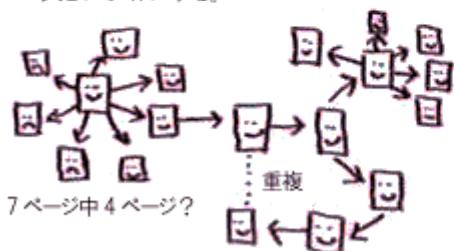
考え方はこうだ。サイトに良いページがある。良いページはニコニコマーク

コンテンツ制作とマーケティングに費用をかけずに検索順位を上げる6つの方法

- ① スニペットを改善し、ウェブサイトのページもスニペットで示される意図に沿ったものにする。



- ② クロールしやすく、価値の高いページの割合が大きいサイトにする。



- ③ ページの読み込みスピードを最適化する。

高速なページ読み込み
= クロールの増加 + ユーザーの満足度向上

- ④ ネットワークを活用して、リンク・共有・トラフィックを呼び込み、支持を増やす。

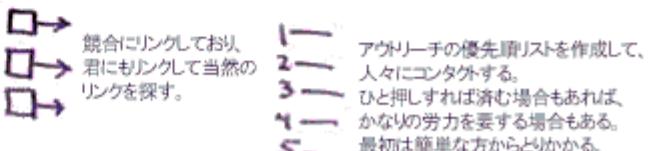


「互いに助け合うための食事会」も参照

- ⑤ 君のサイト上で、ユーザーには満足してもらえるがオーガニック検索のトラフィックをあまり獲得していないページを特定する。



- ⑥ 伝統的な競争型のリンクビルディング

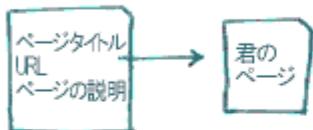


よう。ニコニコマークのページからリンクされたページの中に、あまり良くないページ

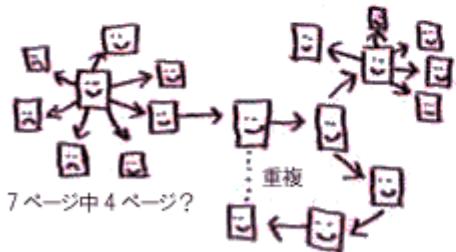
で表すことにして

コンテンツ制作とマーケティングに費用をかけずに検索順位を上げる6つの方法

- ① スニペットを改善し、ウェブサイトのページもスニペットで示される意図に沿ったものにする。



- ② クロールしやすく、価値の高いページの割合が大きいサイトにする。



- ③ ページの読み込みスピードを最適化する。

高速なページ読み込み
＝クロールの増加 + ユーザーの満足度向上

「くないページ」とは、グーグルがあまりインデックス化したがらないページ、つまり、サイトにも検索した人にも、利用者全般にもあまり価値がないページだ。ウェブサイトにはそんなページが往々にしてある。

自分のウェブサイトを確かめてみると、「おい、なんでこんなページがまだあるんだ。だれの役にも立たない。無駄なだけだ」と言いたくなるようなページがあるはずだ。そんなページをリンクから外したり削除したり作り直したりして悪いページの割合を減らせば、クロールを改善し、グーグルを大いに喜ばせることができる。

そもそも質の低いページが大量にあると、パンダ・アップデートのときのようにペナルティを受けることがあるし、それだけで済むとも限らない。

ところで、価値の高いページの割合を高めるだけではなく、ナビゲーションに着目するのもいいことだ。

現状が図の左側のようになっていれば、かなりすっきりしたナビゲーションシステムだ。中央のページから7つほどのページへリンクされている。いいね。

しかし、図の右下のように、このページから、次はこのページ、次はこのページ、次はこのページ、次はこのページとリンクがつながり、その次のページが実は最初のページの重複ページだったらどうだろう。

こうした点を改善し、ナビゲーションシステムを整理し、サイトをインデックスされやすくし、少ないクリックで深い階層たどり着けるようにし、どのページにもうろうろ寄り道せずに行けるようにすれば、サイトへのトラフィックを増やせる。

- ④ ネットワークを活用して、リンク・共有・トラフィックを呼び込み、支持を増やす。

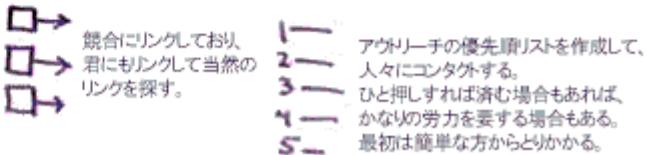


「互いに助け合うための食事会」も参照

- ⑤ 君のサイト上で、ユーザーには満足してもらえるがオーガニック検索のトラフィックをあまり獲得していないページを特定する。



- ⑥ 伝統的な競争型のリンクビルディング



が3つある。良い

くないページとは、グーグルがあまりインデックス化したがらないページ、つまり、サイトにも検索した人にも、利用者全般にもあまり価値がないページだ。ウェブサイトにはそんなページが往々にしてある。

自分のウェブサイトを確かめてみると、「おい、なんでこんなページがまだあるんだ。だれの役にも立たない。無駄なだけだ」と言いたくなるようなページがあるはずだ。そんなページをリンクから外したり削除したり作り直したりして悪いページの割合を減らせば、クロールを改善し、グーグルを大いに喜ばせることができる。

そもそも質の低いページが大量にあると、パンダ・アップデートのときのようにペナルティを受けることがあるし、それだけで済むとも限らない。

ところで、価値の高いページの割合を高めるだけではなく、ナビゲーションに着目するのもいいことだ。

現状が図の左側のようになっていれば、かなりすっきりしたナビゲーションシステムだ。中央のページから7つほどのページへリンクされている。いいね。

しかし、図の右下のように、このページから、次はこのページ、次はこのページ、次はこのページ、次はこのページとリンクがつながり、その次のページが実は最初のページの重複ページだったらどうだろう。

こうした点を改善し、ナビゲーションシステムを整理し、サイトをインデックスされやすくし、少ないクリックで深い階層たどり着けるようにし、どのページにもうろうろ寄り道せずに行けるようにすれば、サイトへのトラフィックを増やせる。

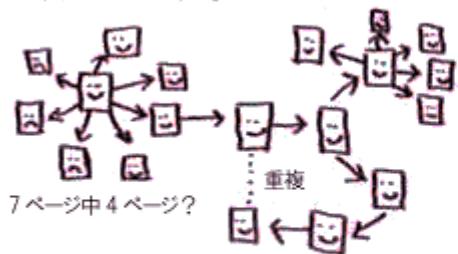
③ページの読み込みスピードを最適化する

コンテンツ制作とマーケティングに費用をかけずに 検索順位を上げる6つの方法

- ① スニペットを改善し、ウェブサイトのページもスニペットで示される意図に沿ったものにする。



- ② クロールしやすく、価値の高いページの割合が大きいサイトにする。



- ③ ページの読み込みスピードを最適化する。

高速なページ読み込み
= クロールの増加 + ユーザーの満足度向上

- ④ ネットワークを活用して、リンク・共有・トラフィックを呼び込み、支持を増やす。

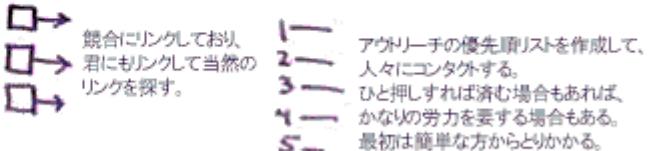


「互いに助け合うための食事会」も参照

- ⑤ 君のサイト上で、ユーザーには満足してもらえるがオーガニック検索のトラフィックをあまり獲得していないページを特定する。



- ⑥ 伝統的な競争型のリンクビルディング



第3の方法は、今回紹介する方法の中で最もシンプルなものかもしれない。ページを高速化すると、インターネットは見返りをくれるのだ。

直接的な効果もある。グーグルの言っていることを大まかにまとめると、こんな感じだ。

ページの読み込み速度はほんの少しだが検索順位決定アルゴリズムに影響する。われわれはページ読み込み速度を考慮に入れる。

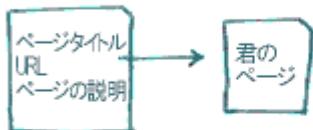
とはいっても、この改善の目的は、グーグルへの直接効果ではない。肝心なのは、利用者の満足度が大幅に上がって、これまで述べてきたような行動をとつてもらえるようになることだ。すなわち、直帰率が下がり、来たとたんに検索ページに逆戻りするような行動が減るので、購入したり共有したりする人が増え、ブランドを気に入ってくれる人も増える機会が得られるのだ。

コンテンツも作らずマーケ費用もかけずに検索順位を改善するための方法を解説するこの記事、後編となる今回は「④人のつながりでリンク・共有・トラフィック」「⑤内容は良いのにトラフィックが惜しいページ」「⑥リンクビルディング」を見ていこう。

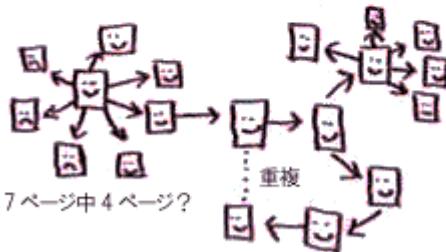
(参考までに、今回のホワイトボードの画像を掲載しておく)

コンテンツ制作とマーケティングに費用をかけずに検索順位を上げる6つの方法

- ① スニペットを改善し、ウェブサイトのページもスニペットで示される意図に沿ったものにする。



- ② クロールしやすく、価値の高いページの割合が大きいサイトにする。



- ③ ページの読み込みスピードを最適化する。

高速なページ読み込み
= クロールの増加 + ユーザーの満足度向上

- ④ ネットワークを活用して、リンク・共有・トラフィックを呼び込み、支持を増やす。

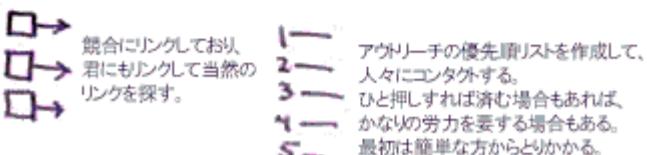


「互いに助け合うための食事会」も参照

- ⑤ 君のサイト上で、ユーザーには満足してもらえるがオーガニック検索のトラフィックをあまり獲得していないページを特定する。



- ⑥ 伝統的な競争型のリンクビルディング



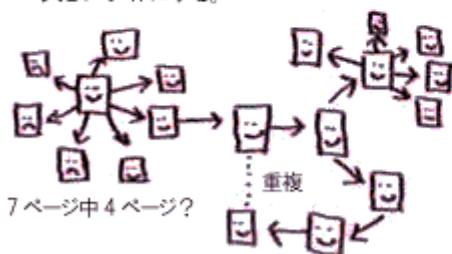
④ネットワークを活用してリンク・共有・トラフィックを呼び込み、支持を増やす

コンテンツ制作とマーケティングに費用をかけずに検索順位を上げる6つの方法

- ① スニペットを改善し、ウェブサイトのページもスニペットで示される意図に沿ったものにする。



- ② クロールしやすく、価値の高いページの割合が大きいサイトにする。



- ③ ページの読み込みスピードを最適化する。

高速なページ読み込み
= クロールの増加 + ユーザーの満足度向上

- ④ ネットワークを活用して、リンク・共有・トラフィックを呼び込み、支持を増やす。

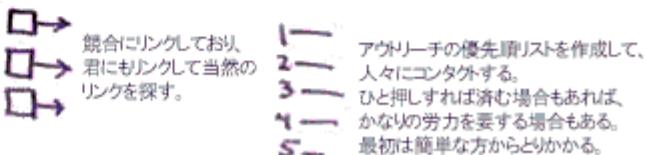


「互いに助け合うための食事会」も参照

- ⑤ 君のサイト上で、ユーザーには満足してもらえるがオーガニック検索のトラフィックをあまり獲得していないページを特定する。



- ⑥ 伝統的な競争型のリンクビルディング



第4の方法は、僕がすごく気に入っているものだ。これはリンクビルディングやリンク獲得のやり方として僕が好きな方法の1つで、ネットワークを活用してリンクや共有、トラフィックを呼び込み、支持を増やすというものだ。

SEOの分野で僕がとても尊敬している人のなかには、この戦術を基本としている人も何人かいる。彼らは、だれかに「私たちはあなたをすごく気に入っているし、あなたのサービスはすばらしいと思う」と言わわれると、いつもこんな風に言うんだ。

どうもありがとう。そう言ってもらえるぐらい嬉しいことはないよ。

ついでに、それをだれかに教えてくれたらもっとうれしい。友達やソーシャルネットワークなんかにね。

サイトのどこかで私たちにリンクしてくれたりするのもいいな。

リンクはfollowでも、nofollowでも、どっちでもいい。リンクを求めているわけではない。

僕たちと協力したり、僕たちの商品を買ったり、僕たちのサービスを使ったり、僕たちとやりとりしたりすることで、何かすばらしいものが得られたと思うなら、僕たちが何らかの形で君の役に立ったと思うなら、ぜひそれを共有してほしいということだ。それだけなんだ。

僕はこれを、ある女性のメールの署名で見たことがある。彼女はただ、こう書いていた。

もし私があなたのお役に立てたのでしたら、当社のウェブサイトを共有していただけすると大変ありがとうございます。

彼女のコンバージョン率がどのくらいかは知らないが、たとえ0.001%でも、そんなことはどうでもいい。リンクや共有や支持が格段に増えるのだ。検索順位を上げるきっかけ作りのとしては、何とすばらしい方法だろうか。

ちなみに、このトピックやこの方法の具体的な戦術についてもう少し詳しい情報は、僕が以前書いた「[互いに助け合うための食事会](#)」というブログ記事を見てほしい（何だか映画『ザ・エージェント』に出てくるセリフのようだというのはわかっているが、そこは許してほしい）。

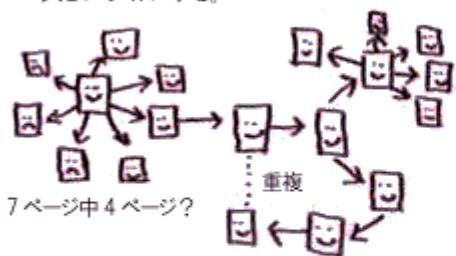
⑤ユーザーには満足してもらえるが検索トラフィックを獲得していないページを特定する

コンテンツ制作とマーケティングに費用をかけずに 検索順位を上げる6つの方法

- ① スニペットを改善し、ウェブサイトのページもスニペットで示される意図に沿ったものにする。



- ② クロールしやすく、価値の高いページの割合が大きいサイトにする。



- ③ ページの読み込みスピードを最適化する。

高速なページ読み込み
= クロールの増加 + ユーザーの満足度向上

- ④ ネットワークを活用して、リンク・共有・トラフィックを呼び込み、支持を増やす。

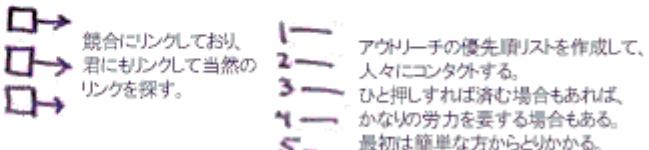


「互いに助け合うための食事会」も参照

- ⑤ 君のサイト上で、ユーザーには満足してもらえるがオーガニック検索のトラフィックをあまり獲得していないページを特定する。



- ⑥ 伝統的な競争型のリンクビルディング



第5の方法。ぜひともこの作業を試してみてほしい。君のサイト上で、ユーザーは満足しているのにオーガニック検索のトラフィックを獲得していないページを見つけるんだ。

どういうページかと言うと、こんなページだ。

エンゲージメントが高くて直帰率が低く、相当数の訪問がある。おまけにそのページを見たユーザーは他のページも見てくれている。それなのに、オーガニック検索のトラフィックをさほど獲得していない。そんなページだ。

実際これはかなりよくあることで、こういうページはよく目にすることだろう。

全部ではないが、多くの場合、問題は単にキーワードのターゲティングや最適化が行われていないことがある。そういうページはだいたい、SEO担当者が作成したものではないか、あるいは作成したSEO担当者が単に忘れていたり、もう長いこと検索されなくなっているキーワードをターゲットにしたりしていたページだ。

こういうページを改良しよう。これらのページが検索されるのに適したキーワードを見つけて、ページやタイトル、コンテンツを若干アップデートしよう。たいていは、ページのコンテンツ自体にはさほど手を加えなくても、ターゲティングをきちんとして、そこそこ訪問しやすくできるはずだ。

場合によってはURLを変更するのもいいかもしれない。それから、URLの書き換えや301リダイレクト設定してもいい。それもいいやり方だ。

もっと大規模なアップデートを行う場合は、アップデートに合わせて、宣伝や共有をやり直そう。ユーザーに忘れられ、検索エンジンにも忘れられているのなら、これは特にやるべきだ。アップデートするだけでも、新鮮さのシグナルを発するだけでも、検索順位を多少なりと上げる効果がある。

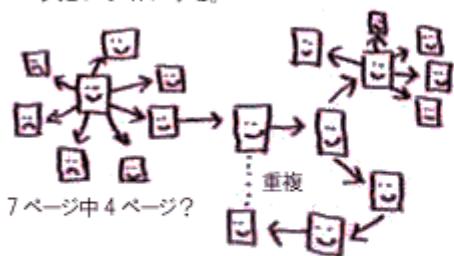
⑥伝統的な競争型のリンクビルディング

コンテンツ制作とマーケティングに費用をかけずに 検索順位を上げる6つの方法

- ① スニペットを改善し、ウェブサイトのページもスニペットで示される意図に沿ったものにする。



- ② クロールしやすく、価値の高いページの割合が大きいサイトにする。



- ③ ページの読み込みスピードを最適化する。

高速なページ読み込み
= クロールの増加 + ユーザーの満足度向上

- ④ ネットワークを活用して、リンク・共有・トラフィックを呼び込み、支持を増やす。



「互いに助け合うための食事会」も参照

- ⑤ 君のサイト上で、ユーザーには満足してもらえるがオーガニック検索のトラフィックをあまり獲得していないページを特定する。



- ⑥ 伝統的な競争型のリンクビルディング

- 競合にリンクしており、君にもリンクして当然のリンクを探す。
1— アウトリーチの優先順リストを作成して、人々にコンタクトする。
2— ひと押しすれば済む場合もあれば、かなりの労力を要する場合もある。
3— 最初は簡単な方からどうかかかる。
4—
5—

最後の方法に移ろう。

伝統的なリンクビルディングは完全に死んだなんて考え方はどこから来たのだろう。死んではいない。僕が「伝統的な競争型のリンクビルディング」と呼ぶものは、今なお非常に強力な手段の1つだ。

質の低いゲスト投稿やディレクトリによるリンクビルディングをはじめとして、人為的で拡張性のあるさまざまなやり口については、確かに過去のものとなった。しかし、伝統的な競争型のリンクビルディングは今も昔と変わらず、SEOだけでなく、そういう場所から獲得できるトラフィックにとても価値がある。

だから、気に入ったリンクビルディングツールを使おう。

最近出てきた新しいツールを探しているなら、[Open Site Explorer](#) や [Fresh Web Explorer](#) はどうだろう。

複数の競合サイトにリンクしていくながら、君のサイトにはリンクしていない、そういうページを探すのに役立つ Link Intersect というツールも、Moz では提供している。[Majestic SEO](#) にもこれと同じ機能があるので、チェックしてみてほしい。

そして、アウトリーチの優先順リストを作成してから、その中の何人かにコンタクトしてみよう。たいていの人は、最初のだれかに当たってみたときに、乗り越えなければならない障害があまり多いと意気阻喪してしまうし、連絡先の情報を探すのも非常に大変なのに、相手から返事をもらうのもひどく難しく、なんとか返事をもらって、色よいものではなかつたりして、すっかり打ちのめされてしまいかねない。

だから僕がおすすめするのは、簡単にできそうだと思う順にリストに優先順位をつけていくことだ。

これは特に、さまざまな場所のグループからリンクを獲得するほうが、あっちに1つこっちに2つと獲得するよりも有益である場合が多いめためだ。

たとえば、Twitter すでに君をフォローしているジャーナリストがいるとする。彼が君の競合相手のいくつかについては記事を書いたことがあり、これからもそのトピックについて書き続けると思われる場合、君について書かない理由などあるだろうか？ 絶好の機会だ。ちょっと打診してみよう。次の記事で取り上げてもらうにはどうすればいいか尋ねよう。

たぶんこれは簡単なほうだろう。すでに自分の手元にあるようなリソースを記載しているページがあつたらチャンスだ。コンタクトをとってみよう。これはおそらくとても簡単なケースだ。



ここまで述べてきたことや、他にもたくさんある同種の方法は、コンテンツ制作やコンテンツマーケティング、ソーシャルメディアにおけるあらゆる取り組みなど、僕たちに課された新しい責務とともに、どれも現代の SEO 担当者が今でもやらなければならない仕事だ。だから僕はどれも忘れないように心掛けているし、なおかつ僕たちには他にも多くの責務があることもわかっている。