

アクセス解析SEO

~ 上位表示以上の価値をご提供します。 ~

SEO施策の現状と課題

施策の最終目標 = 上位表示

上位表示されること = クリック & コンバージョンが増加するという前提のもと、より上位に表示させるための施策

施策の内容 & 検証項目 = 内部 & 外部施策

施策の内容は、WEBサイト内部施策と外部リンク施策であり、検証項目は、上位表示のための施策の有効性

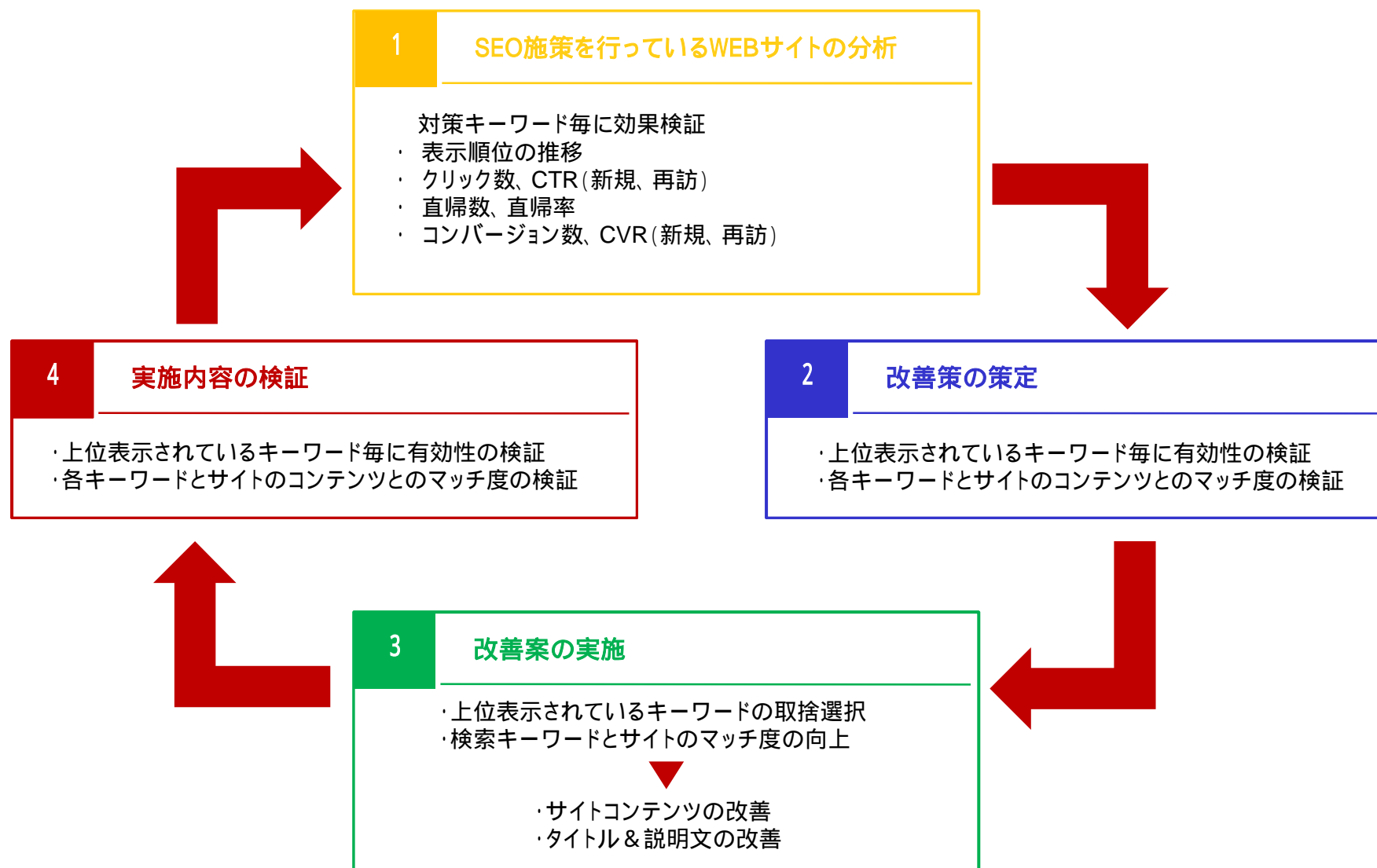
SEO施策のリスク

- 【1】上位表示に比例して、コンバージョンの数が増加するとは限らない。
- 【2】対策したキーワードに対するランディングページがユーザのニーズに合致しているとは限らない。

ユーザのニーズに反したサイトが上位に表示されることによるマイナス・ブランディング

「上位表示」について検証する必要性

対策しているキーワード毎に、直帰率やコンバージョン数を計測して、上位表示に対する費用対効果を検証する必要性



レポートサンプル キーワード毎のデータ分析 クリック数&直帰数&CV数

<クリック数 上位20>

キーワード	クリック数(総数)
腎臓病	628
	131
	71
	39
糖尿病	34
	18
腎臓病 食事	17
カリウム制限食	12
腎臓病 食事	10
糖尿病 食事 宅配	9
糖尿病 腎臓病	8
腎臓病 食品	8
健康食 宅配	7
	6
腎臓病 食品	6
タイハイ	5
糖尿病 食事	5
糖尿病食 宅配	5
腎臓病 宅配	5
ヨシケイ	4

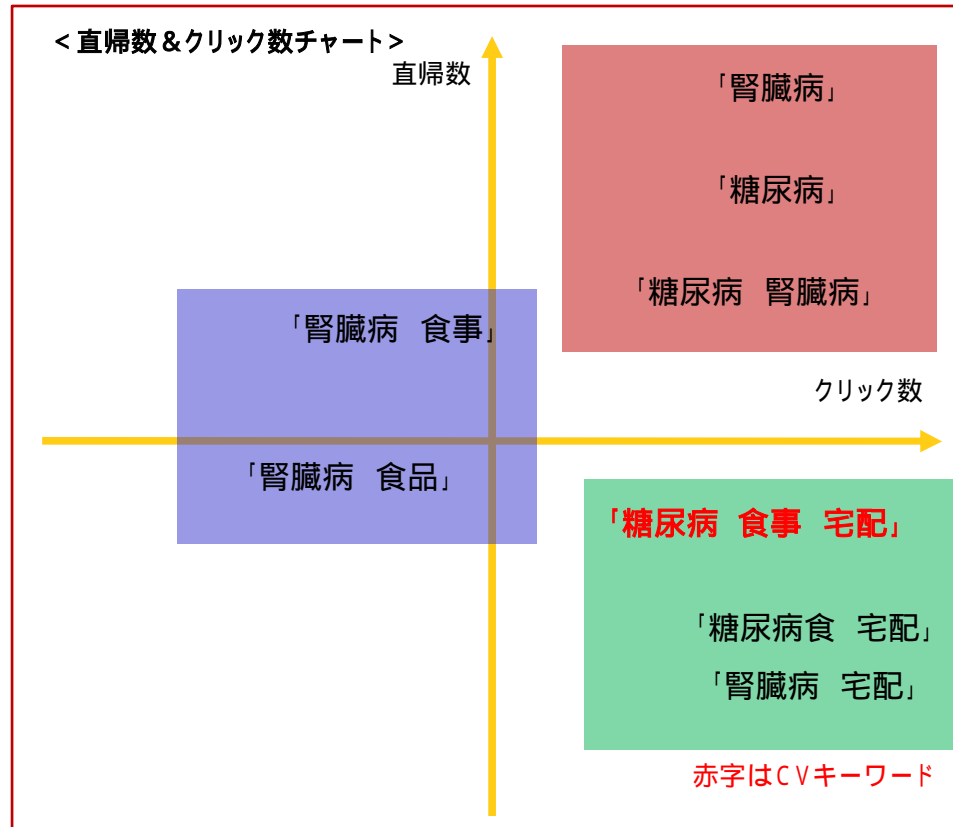
<直帰数 上位10>

キーワード	直帰数
腎臓病	628
	122
	61
	36
糖尿病	33
	18
腎臓病 食事	17
カリウム制限食	12
腎臓病 食事	10
糖尿病 腎臓病	8

- 病名キーワード:
クリック数、直帰数ともに多いキーワード
- 病名 + 食事キーワード
クリック数が多く、直帰数が少ないが、コンバージョンがないキーワード
- クリック数が多く、直帰数が少なく、コンバージョンがあるキーワード

<コンバージョン数 上位20>

キーワード	購入完了 CV(総数)	購入完了 CV(Yahoo!)	購入完了 CV(Google)
	8	6	2
	6	4	2
	3	1	2
糖尿病 食事 宅配	2	0	2
健康管理食	1	1	0
	1	1	0
塩分制限食品	1	1	0



- クリック数が多く、サイトへ多く流入しているが、直帰数も多いキーワード
 上位表示させてもコンバージョンしないであろうキーワード
- 直帰数は少ないが、クリック数も少ないキーワード
 上位表示させてもクリック数をかせげないであろうキーワード
- クリック数が多く、サイトへ多く流入しており、直帰が少なく、コンバージョンしている
 キーワード
 貴社サイトでSEO施策を行う価値のあるキーワード

対策キーワード	CV	順位	
		Y	G
糖尿病 食事 宅配	2	37位	11位
糖尿病食 宅配		25位	38位
腎臓病 食事 宅配		4位	20位
腎臓病食 宅配		圏外	17位
塩分制限食 宅配		4位	4位
カロリー制限食 宅配		4位	15位
タンパク質制限食 宅配		1位	圏外

キーワード選定の趣旨

- 単体キーワードの除外

糖尿病、腎臓病、健康食などのビックキーワードについては、ユーザのニーズがつかみにくく、直帰数も高いため、対策KWから除外します。

- < 病名 + 食(食事) + 宅配 >

1. 上位表示されていないにも関わらず、コンバージョンしていること
2. サイトとの親和性も高く、上位表示をさせればコンバージョンを見込めること(特に、グーグル)
3. 流入キーワードの中で、直帰率が低く、ユーザがサイトを回遊していると想定されること
4. 「宅配」というフレーズを入力して検索するユーザは、意向が高いと想定されること

- < 制限食 + 宅配 >

1. 成分制限のキーワードを入力して検索するユーザは、各病名に対するリテラシーが高いと想定されること
2. サイトとの親和性も高く、上位表示をさせればコンバージョンを見込めること(特に、グーグル)
3. 「宅配」というフレーズを入力して検索するユーザは、意向が高いと想定されること

