

仕込みサイト編

●はじめに

【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

「ひで組 PREMIUM」(以下、本冊子と表記)は、著作権法で保護されている著作物です。

本冊子の著作権は、発行者(ヒデズギルド)にあります。

本冊子の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

■ 使用許諾契約書

本契約は、本冊子を入手した個人・法人(以下、甲と称す)と発行者(以下、乙と称す)との間で合意した契約です。本冊子を甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第1条 本契約の目的：

乙が著作権を有する本冊子に含まれる情報を、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 禁止事項：

本冊子に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本冊子から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織におい

てのみ本冊子に含まれる情報を使用できるものとします。

第3条 損害賠償：

甲が本契約の第2条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

第4条 契約の解除：

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第5条 責任の範囲：

本冊子の情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても一切の責任を負いません。

もくじ

(1) ブログサービスの選定とブログのカスタマイズ.....	5
(2) アクセス解析.....	6
第2章:仕込みサイトとキーワード.....	11
(1) 集客のためのキーワードについて.....	11
(2) 作業スピードを意識したキーワード.....	18
第3章:仕込みサイトの作成.....	23
(1) 「ブログタイトル」と「ブログ説明」.....	23
(2) 「トップ記事」の投稿.....	23
(3) 被リンク.....	25
(4) カテゴリの作成.....	26
(5) 「カテゴリ記事」の投稿.....	29
(6) 発リンク.....	30
第4章:検証.....	32
(1) ピックアップのポイント.....	32

【更新履歴】

2011/06/01	作成
2011/09/01	テキスト一部修正
2014/08/01	テキスト一部修正
2015/04/01	使用サービス追記
2016/02/01	テキスト一部修正

● 第1章: ブログサービスの選定と立ち上げ

(1) ブログサービスの選定とブログのカスタマイズ

使用するブログサービスは「リードブログ」同様、「分散」することを意識してください。

ただし、「分散」と同時に、リードブログの運営やキーワードチェックの際のライバルサイトのチェックから得たデータを元に

- その時々で強いサービス
- 安定的に強いサービス

を優先的に使うことも考慮しておいてください。

上記を念頭に、アフィリエイト可能なブログサービスを1商品につき、3～5個ずつ選択してください。

各ブログのカスタマイズも基本的には「リードブログ」に準じます。

ただし、本テキスト「仕込みサイト編」ではアクセス解析は「忍者アクセス解析」を使って解説していきますので、特に理由などが無い場合はこちらでは先の「i2i」ではなく「忍者アクセス解析」を使えるようにしてください。

また、ランキングの設置は1ブログにつき1サービスでオッケーとします。(余裕があるなら2、もしくは3サービス設置してください。)

(2)アクセス解析

忍者アクセス解析

<http://www.ninja.co.jp/analyze/>

「忍者ブログ」を運営している方は同じアカウントで複数の「アクセス解析」を作成することができます。また、「無料ホームページスペース」も複数開設することができますので、このあとも重宝すると思います。

「忍者アクセス解析」では1カウントで複数の「アクセス解析」を作成することが可能です。

今回は「**商品サイト (仕込み)**」という「解析」を作成して、こちらで一括してデータを管理するようにします。



手持ちのサイト数が増えてきたり、集中的にサイトを作成するジャンルが絞れてきたりした時には上の図の「**ダイエット仕込みサイト**」の様にジャンルごとに仕込みサイト解析を作成しても良いかもしれません。

※サイト数が少ないうちは1つにまとめておいた方が効率的にデータを管理できると思います。

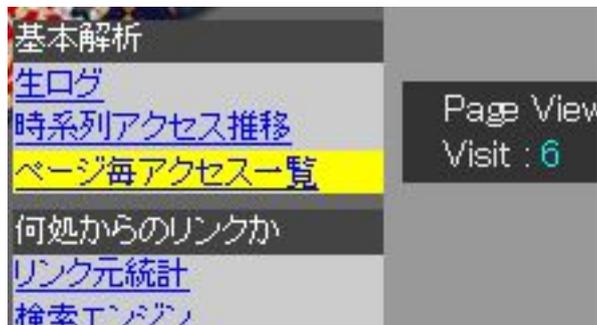
商品ごとに「解析ページ」を作成し管理します。



【重要】「1商品」=「1解析ページ」でデータ管理。



「ページ毎アクセス一覧」にてそれぞれの商品の「仕込みサイト」のアクセス状況を確認。

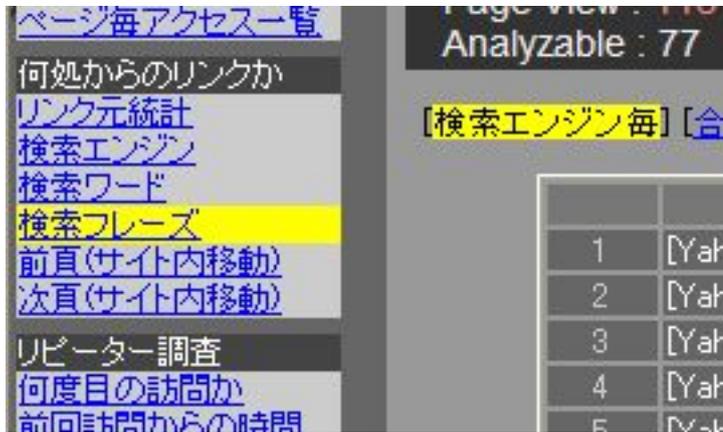


	20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23	22	23	24	25	26	27	
君も堂本FAMILY																					
薬用スカルプD																					
ファスティングダイエット															6	6					
AKBがいっぱい																					
充電式扇風機																					
桑の葉ダイエット																					
アゲツヤ ヘアアイロン																					
クリスタルガイザー																					
ここにいたこと																					
こども夢花火																					
Page11																					
Page12																					
Page13																					

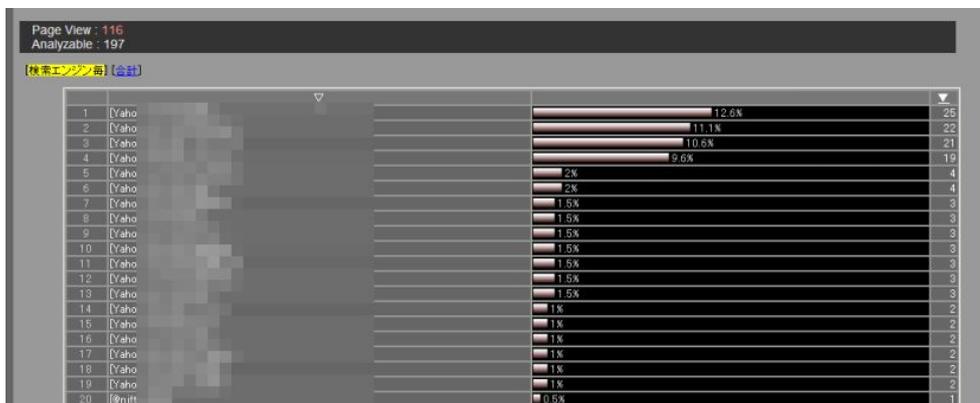
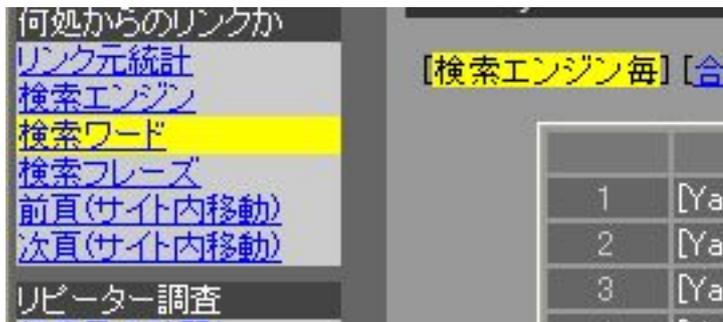
上の図は、作成したばかりの「ファスティングダイエット」の仕込みサイトにアクセスが集まり出していることを示しています。

⇒ この場合、「ファスティングサイト」でアフィリエイトを作成すると稼ぎやすいかも！？ と判断できそうです。

「サーチフレーズ」で実際に検索されている「キーワード」の確認。



「サーチワード」で集客出来ている「商品ワード」の確認、「商品サイト」独特の「サブワード」の確認、などを行います。



● 第2章:仕込みサイトとキーワード

「仕込みサイト」は本格的に「商品サイト」の作成に取り掛かる前に選定した「商品ワード」に本当に見込みがあるのかを見極める為の検証用のサイトになります。

最初のチェックポイントは「集客」。

その商品の成約につながりそうな「キーワード」での集客がどの程度可能か？をあらかじめ確認することによって、「成果の挙がらないサイトに無駄に時間をかけてしまう」という作業や時間的なリスクを軽減することを目的とします。

したがってこの「仕込みサイト」では

- ・作業スピード
- ・キーワード

この2つが重要な要素となってきます。

まずは「商品サイト」で集客を行う際のキーワードについて少し考えてみましょう。

(1)集客のためのキーワードについて

「商品サイト」の集客で狙うキーワードは「商品ワード」をメインワードとした主に2語から3語からなる「複合キーワード」です。

既に「商品ワード」は決まっている訳ですから、ここで考えるの「商品ワード」と組み合わせる「サブワード」ということになります。

それではまずは実際に「商品名」がどのような「サブワード」との組み合わせで検索されているかを確認してみましょう。

以前に配布した資料でもご紹介している『[Yahoo! JAPAN 関連検索ワードサーチ「UnitSerach Ver.2.0.」](http://www.sem-analytics.com/lab/unitsearch.php)』を使用してみましょう。

※現在、「UnitSerch」は実質サービス停止状態にあります。実際にこのような調査を行う場合は「goodkeyword」をおすすめします。

Yahoo! JAPAN 関連検索ワードサーチ「UnitSerach Ver.2.0.」

<http://www.sem-analytics.com/lab/unitsearch.php>

The screenshot shows the UnitSearch Ver.2.0. web application interface. At the top, there is a navigation bar with the 'UNIT SEARCH' logo and links for 'SEM-Analytics Blog HOME', 'SEM-Analytics Lab', and 'Profile (iddy)'. Below this is a search bar with a '関連ワードを検索' button. The main content area is divided into several sections. On the left, there is a 'Yahoo! 関連検索ワードサーチ「UnitSearch」とは？' section, followed by a 'What's new?' section with a list of updates. On the right, there is a '関連ツール・ブログ' section with a link to 'iGoogleガジェット版 UnitSearch'. The search results are displayed in a table with columns for '検索順位' and '住所検索'.

それでは「楽天市場」のランキングで常に上位にランクインされている人気商品「スカルプD」という商品ワードで「関連ワード」を検索してみましょう。

スカルプD
関連ワードを検

Ads by Google
検索順位上位
検索キーワード
SEO検索

「スカルプD」の関連検索ワード

関連検索ワード:
「>>」をクリックすると検索結果から更に関連ワードを検索することができます。

1. >> [スカルプDリニューアル](#)
2. >> [スカルプD効果](#)
3. >> [スカルプD販売店](#)
4. >> [スカルプD価格](#)
5. >> [スカルプD中居](#)
6. >> [スカルプD口コミ](#)
7. >> [スカルプDポスター](#)
8. >> [スカルプD女性](#)
9. >> [スカルプD CM](#)
10. >> [スカルプD+宮](#)
11. >> [スカルプDレディース](#)
12. >> [薬用スカルプD](#)
13. >> [スカルプD 楽天](#)
14. >> [スカルプD 宮迫](#)
15. >> [スカルプD 成分](#)
16. >> [スカルプD通販](#)
17. >> [スカルプD値下げ](#)
18. >> [スカルプDワックス](#)
19. >> [スカルプDシャンプー](#)
20. >> [中居正広 スカルプD](#)
21. >> [スカルプDアマゾン](#)
22. >> [スカルプD Wiki](#)
23. >> [スカルプD宮](#)
24. >> [スカルプD父の日](#)
25. >> [スカルプDポスター 口コミ](#)
26. >> [スカルプD最安値](#)
27. >> [スカルプD詰め替え](#)
28. >> [スカルプDコンディショナー](#)
29. >> [スカルプD使い方](#)
30. >> [スカルプD購入](#)
31. >> [スカルプD販売](#)
32. >> [スカルプD定価](#)
33. >> [スカルプD使用方法](#)

Google AdS
はじめての人
録無料
www.google.c
検索順位を
HPの問合せが
想多数公開中
www.enough-j
えっ、ブログ
これを読めば
(無料)
atluck.jp/mails
ランディング
御社のWebサ
業実績が多数
www.cybridge.

< >

さらに検索

閉じる

- 34. >> [スカルプD **試供品**](#)
- 35. >> [スカルプD セット](#)
- 36. >> [女性用スカルプd](#)
- 37. >> [スカルプD **副作用**](#)
- 38. >> [スカルプD **安い**](#)
- 39. >> [スカルプD 薬局](#)
- 40. >> [スカルプdボーテ CM](#)
- 41. >> [スカルプD **Amazon**](#)
- 42. >> [スカルプD **2ch**](#)
- 43. >> [スカルプD 提供番組](#)
- 44. >> [スカルプD 旧価格](#)
- 45. >> [スカルプD **取扱店**](#)
- 46. >> [スカルプD 女](#)
- 47. >> [スカルプD **最安**](#)
- 48. >> [スカルプD 提供](#)
- 49. >> [スカルプD サブリ](#)
- 50. >> [スカルプD **クチコミ**](#)
- 51. >> [スカルプD **効果なし**](#)
- 52. >> [スカルプD 東急ハンズ](#)
- 53. >> [スカルプD **の効果**](#)
- 54. >> [スカルプD **購入方法**](#)
- 55. >> [スカルプD **効果 女性**](#)
- 56. >> [スカルプdサプリメント](#)
- 57. >> [スカルプD 洗い方](#)
- 58. >> [スカルプdボーテ **楽天**](#)
- 59. >> [スカルプD 類似品](#)
- 60. >> [スカルプD 会社](#)
- 61. >> [スカルプD **ギフト**](#)
- 62. >> [スカルプD **レビュー**](#)
- 63. >> [スカルプD 詰め替え用](#)
- 64. >> [スカルプD 効果 宮迫](#)
- 65. >> [スカルプD 育毛](#)
- 66. >> [スカルプD **価格.com**](#)
- 67. >> [スカルプD プレミアム](#)
- 68. >> [スカルプD リンス](#)
- 69. >> [スカルプD リアップ](#)
- 70. >> [スカルプD 画像](#)
- 71. >> [スカルプD SMAP](#)
- 72. >> [スカルプD 育毛剤](#)

続いてはこれまた人気のダイエット DVD 「**ヤーナリズム**」 で検索を。

「ヤーナリズム」の関連検索ワード

関連検索ワード:

「>>」をクリックすると検索結果から更に関連ワードを検索することができます。

1. >> ヤーナリズム **口コミ**
2. >> ヤーナリズム **中古**
3. >> ヤーナリズム YouTube
4. >> ヤーナリズム **効果**
5. >> ヤーナリズム アマゾン
6. >> ヤーナリズム 動画
7. >> ヤーナリズム **楽天**
8. >> ヤーナリズム **ブログ**
9. >> ヤーナリズム DVD
10. >> くわばたりえ ヤーナリズム
11. >> ヤーナリズム **オークション**
12. >> ヤーナリズム くわばた
13. >> コアリズム ヤーナリズム
14. >> ヤーナリズム **価格**
15. >> ヤーナリズム 消費カロリー
16. >> ヤーナリズム DVDラベル
17. >> ヤーナリズム ベリーダンス
18. >> ヤーナリズム 体重
19. >> ヤーナリズム **最安値**
20. >> ヤーナリズム **Amazon**
21. >> コアリズムとヤーナリズム
22. >> ヤーナリズム **販売店**
23. >> ヤーナリズム **痩せない**
24. >> ヤーナリズム **難しい**
25. >> ヤーナリズム ラテン
26. >> ヤーナリズム ダウンロード
27. >> ヤーナリズム 画像
28. >> ヤーナリズム **ヤフオク**
29. >> ヤーナリズム ラベル
30. >> ヤーナリズム カロリー
31. >> ヤーナリズム **正規品**
32. >> ヤーナリズム **安い**
33. >> ヤーナリズム **通販**

誌面の都合上、一部の「関連ワード」しか記載出来ませんでしたが、それでも実に様々なキーワードで検索されているのが分かります。

特に注目して欲しいのは「赤枠」と「緑枠」で囲ったサブワードです。

この「商品ワード」ですが、検索のされ方にはある程度パターンがあるのが分かります。

それは以下の様なもの。

①「購入系」キーワード

「購入系」キーワードは、ほぼその商品の購入を決めた方が購入先を探る際に検索するキーワードです。

これから「購入」に向かうキーワードです。したがって、「成約率が非常に高い」アクセスだと言えます。

(購入場所を探す)

販売店 通販 購入 取扱店 在庫 アマゾン (Amazon) 楽天

(安い場所を探す)

価格 最安値 格安 安い 送料無料

(購入日が決まっている)

ギフト プレゼント 父の日 母の日 誕生日 卒業祝い

といったキーワードなどが代表例です。

先の図ですと「緑枠」で囲まれたキーワードにあたります。

②「ロコミ系」キーワード

「ロコミ系」キーワードというのは、実際にその商品を使用している人たちがその商品に対してどのような感想、評価を持っているか探る際に検索するワードですね。

その「商品」の「購入の可能性を探っている」段階といった所。「購入」にいたる一歩手前の状態ですね。

効果 ロコミ レビュー ブログ 感想 体験談 成功 失敗 副作用

といったキーワードなどが代表例です。
先の図ですと「赤枠」で囲まれたキーワードにあたります。

③「情報系」キーワード

その商品独自の情報を調べる際に検索するキーワードです。「ロコミ」に近いですが、まだこの段階では必ずしもその商品を購入することに興味を持っているとは限りません。

また、商品ごとに独自のキーワードで検索されるケースが多い為、(CMに出ている芸能人、独自の成分、独自の機能、など)、そのバリエーションは豊富です。

先の図ですと、「赤枠」「緑枠」以外のほとんどのキーワードはこれに当たります。

④その他

上記以外のキーワードです。

「商品ワード」は概ね、上記の①～③のパターンの組み合わせで検索されていることが分かると思います。

つまり、「商品ワード」で集客を行う為には、この3パターンキーワードを意識すれば良いわけですね。

(2)作業スピードを意識したキーワード

「集客の検証」を行うのが「仕込みサイト」の大切な役割です。ですから、「キーワード」が重要な要素になってくるのは当然かと思えます。

が、ここで考慮すべき点は他にもあります。それは「作業スピード」。検証の精度をより高めるには「試行回数」を増やす必要があります。ここでの試行回数とは「商品数」であり、「サイト数」ですよ。

ですから、より多くの「仕込みサイト」を投入する為の「作業スピード」。これもまた、「キーワード」同様に重要になってくるのです。

さて、そこで考えていただきたいのが作業スピードを意識したキーワード選定について。

如何に「キーワード選定」に掛ける時間を短くするか？ということですね。

これについては私としては次の様にアドバイスしたいと思います。

それは

キーワードを「考える」のは止めましょう。

キーワードを「選定」するのは止めましょう。

ということ。

要は「商品名ワード」と組み合わせる「サブワード」はその場その場で決めるのではなく、「あらかじめ決めておきましょう」（パターン化）ということです。

ここでいちいち、あれこれと考える時間はもったいない！ ということですね。

「仕込みワード」では「サブワード」として使用するキーワードはあらかじめ決めておきます。（パターン化）

その際に考えるべきなのが先の項目でお話した集客用キーワードの3つのパターンです。

- ①「購入系」キーワード
- ②「口コミ系」キーワード
- ③「情報系」キーワード

でしたね。

が、今回は上記のうち、『③「情報系」キーワード』は使いません。

理由は

・「購入系」「ロコミ系」と較べて「成約力」が劣る為

理由はまた機会があればお話ししますね。

余力がある方は「なぜ、そうなのか？」を考えてみてください。こういうの大切ですよ^^

・「商品」や「ジャンル」ごとに独自のバリエーションがあるためパターン化には不向きな為

だからです。

一方、『①「購入系」キーワード』と『②「ロコミ系」キーワード』で集客した場合はどちらの方が「稼ぎやすい」でしょうか？

当然、「購入系」ですよ。

こういったキーワードで検索される方は、もうほぼ「購入を決めている人」な訳ですからね。

「購入系」はさらに（購入場所を探す）（安い場所を探す）（購入日が決まっている）といった3つのパターンをご紹介しました。

今回はそのうち（購入日が決まっている）は省きます。理由としては、購入動機がかなり限定される為、検証には不向きだからです。

ただし、上記の「購入系」キーワードだけでは「集客の幅」がやや狭いです。

その点をカバーするのが「ロコミ系」キーワード。特にこの「ロコミ系」キーワードは「楽天アフィリエイト」などの「クリック系アフィリエイト」との相性は非常に高いといえます。

ということで、これから「仕込みサイト」を作成する際に使用するサブワードは以下の様なものに

- ・「購入場所」を探す人を呼び込むワード

通販 販売 購入 在庫（「在庫」は品薄気味な人気商品向き）

- ・「安い場所」を探す人を呼び込むワード

格安 安い 最安値 価格

- ・「ロコミ情報」を探す人を呼び込むワード

効果 ロコミ 感想 ブログ

※特に「効果」を発揮する商品でない場合は代わりに「レビュー」を使用してください。

「購入場所」「安い場所」をメインに、「ロコミ情報」でフォロー、まずは上記に挙げた **12個の「サブワード」** を使用してください。

以降は随時、「アクセス解析」で収集したあなた独自の「サブワード」を追加してみてください。

（「仕込みサイト」用12大サブワード）

通販 販売 購入 在庫 格安 安い 最安値 価格
効果（レビュー） 口コミ 感想 ブログ

※ここで挙げたキーワードはあくまでも「仕込みサイト」用としてベストなキーワード、ということです。それ以外にも、あるいは上記のキーワード以上に「稼げるキーワード」というのは存在します。ここでキーワードの優劣をつけているわけではありません。この点は勘違いしない様にしてください。

● 第3章:仕込みサイトの作成

(1)「ブログタイトル」と「ブログ説明」

「ブログタイトル」と「ブログ説明」は先ほどの「1 2大サブワード」を活用してください。

ブログタイトルは

「商品名」 + 「サブワード×2個」

を使い、出来るだけシンプル&キャッチャーなものに。

ブログ説明は更なるのサブワードを盛り込みつつ、その他、「商品名」についても、他の言い回しや略称などがあるなら、そういったものも盛り込んでみてください。ただし、無意味なキーワードの羅列にならない様に注意してください。

(2)「トップ記事」の投稿

ブログの立ち上げが完了したら、それぞれのブログに「最初の1記事」を投稿していきます。

記事の内容は「予告記事」。

これから「何に対するどの様なブログ」を更新していくのか、簡単なブログ紹

介を行ってください。管理人の自己紹介なども併せて記載していただきっても良いですね。

記事の例としては

(前半)

簡単な商品説明（特徴やアピールポイントなど） 2行ほど

(中盤)

サブワードを盛り込んだ予告文章

(例)

これから当ブログ「〇〇（ブログ名）」では【商品】に関するお得な格安通販情報を始め、実際に商品を使われている方のここだけの感想やとっておきの体験談などを随時公開してまいります。

(後半)

「管理人の声」や簡単な「自己紹介」など

といった形で良いと思います。

ただし、大切なのは「オリジナリティー」。必要以上に型にはまった文章にはならない様に注意してください。

しっかりとご自身なりの文章が書ける様！

※上記の例ではどうしても「中盤」部分がワンパターンになりがちなので、「前半」部分と「後半部分」を挿入してバリエーションを持たせています。

(3)被リンク

最初の記事の投稿を終えたら、その「仕込みブログ」のトップページへリンクを送ります。

発リンクには「リードブログ」と「ソーシャルブックマーク」を使用します。

リードブログ

手持ちのリードブログの「1割」からリンクを送ってください。手持ちのブログ数が少ない間は「1割～2割」のブログからリンクを送ります。

基本的にリードブログでの発リンクは「1記事1リンク」。

しっかりと訪問者さんを誘導できる様な記事からのリンクを心がけてください。

※検索エンジンは「形だけのリンク」は低評価とする傾向にあります。

しっかりと「クリックされるリンク」を作れる様に心がけましょう。

ソーシャルブックマーク

ソーシャルブックマークより1本、リンクを送ります。

使用するソーシャルブックマークは出来るだけ「サービスの分散」「アカウントの分散」を心がけてください。

※ソーシャルブックマークは手軽に被リンクを獲得できるツールですが、この数年、大手サービスも含め、かなりの勢いでサービスが閉鎖されています。また、検索エンジン対策としての「被リンク効果」も時と共にその効果は縮小している様に思われます。(本来、「被リンク」の為のツールではありませんので、これは当然のことです。)

便利なサービスではありますが、各自、あまり依存度を高めない様に注意してください。(被リンク対策としてのSBMの利用はあくまでも補助にとどめておいてください。)

また、「複数サービス」「複数アカウント」での使用、リスクヘッジの為にもしっかりと心がけてください。

(4)カテゴリの作成

ここまでの作業でも早い商品ですとアクセスが集まり始めるものもあるでしょう。

ここからはより幅広くアクセスを集める為に各ブログにいくつかの「カテゴリ」を作成し、それぞれのカテゴリに1記事ずつ「カテゴリ記事」を投稿していきます。

作成するカテゴリについてもここではあれこれ考えずに「パターン化」してしまします。

「仕込みサイト」で作成するカテゴリは次の3つ。

- ・「購入」系カテゴリ
- ・「ロコミ」系カテゴリ
- ・「ジャンル」系カテゴリ

カテゴリ名は「購入」系、「ロコミ」系については「1 2大サブワード」よりそれぞれ1つ使って作成してみてください。「ブログタイトル」に使用していないサブワードを使用することで、出来るだけ多くのキーワードをブログに盛り込む方が良いでしょう。

たとえば、購入系カテゴリなら

「通販情報」 「お得に購入」

といった感じですね。

ここは各自アイデアを出してしっかりと考え、色んなバリエーションのカテゴリ名を作成してみてください。

「ジャンル」系カテゴリとはその「商品」の属するジャンル、テーマについて解説するカテゴリです。

たとえば、「ダイエット商品」のサイトなら「ダイエット情報」の様なコンテンツを公開するカテゴリになります。

このカテゴリは他のライバルサイトと「ページ数競争」になった時や戦略的に「更新頻度を上げたいとき、更新を継続したいとき」などに記事を投稿していきます。

また、「仕込みサイト」が「アフィリエイト」に格上げされず「バックリンクサイト」として使用される場合、こちらのカテゴリに「発リンク」用の記事を投稿していく、といった使い方をしていきます。

通常はそれほど頻繁に更新されるカテゴリではありません。あくまでも「ボリュームアップ」「ロングテール狙い」など、戦略的に利用されるカテゴリです。息の長い商品などに安定してアクセスを集める際などにその力を発揮します。

このカテゴリの名称も基本「1 2大ワード」を使用して下さい。

「効果的なダイエットのために」 「ダイエット一ロレビュー」 「お奨め電化製品ブログ」

※実際にカテゴリを作成するのは次の項目でお話する「カテゴリ記事」を投稿する際に行います。「記事数0のカテゴリ」をアップするのは止めておいた方が無難です。（「検索エンジン」にコンテンツの少ないページと認識されない為）

(5)「カテゴリ記事」の投稿

カテゴリ名が決定しましたら、各カテゴリに1記事ずつ「カテゴリ記事」を投稿していきます。

記事内容は「トップ記事」と同じようなイメージで。

今度はその「カテゴリの説明」「今後カテゴリで投稿する記事内容の予告」をサブワードに意識しながら書いていってください。サブワードは「1 2大ワード」にこだわらず、そのカテゴリにあてはまるであろうよりバリエーションにとん

だワードを使える様にしてみましょう。

文字数など記事ボリュームにはこだわる必要はありません。優先すべきは作業スピードですね。ある程度オリジナリティーを確保できるレベルで極力シンプルに、を意識してみてください。

記事の構成例としては「トップ記事」同様

「簡単な商品紹介」⇒「サブワードを意識した予告文」⇒「管理人の声」

といった流れを1例にしてください。

もちろん、それ以外のバリエーションがあるほうがよりオリジナリティーの高さを演出することが出来るでしょう。

「商品サイト」については「記事サンプル」は公開いたしません。必ず、各自の中から出てきた文章を書ける様に。(作成する文章自体は簡単なもので大丈夫です。)

(6)発リンク

ここまで作業を進めていただきますと大体4～5記事程度の「仕込みサイト」が出来上がります。

記事自体にはさほど「内容」はありませんので、記事作成については慣れれば10分も掛からないと思います。(時間的な「作業目安」は必ず設定してください。)

「仕込みサイト」の段階では「アフィリエイト」はまだ行いません。

代わりに最後に投稿した「カテゴリ記事」から「外部のサイト」へ「リンク」を貼ります。

※ここからの作業は「リンクを送るべき外部のサイト」がある場合にのみ行います。カリキュラムの実践をスタートしたばかりの方は行う必要ありません。

リンクの送り先は

- ・「情報サイト」（メインサイト）

をはじめとご自身の手持ちのブログで良いでしょう。

その時々検索エンジンの動向などを踏まえた上で判断していきましょう。

他の「仕込みサイト」「商品サイト」へのリンクは現段階では行わないで下さい。

リンクの送り先の「ジャンル」については

関連ジャンル：それ以外のジャンル = 8 : 2

位の感覚で選択してみてください。

「リードブログ」からの発リンク同様、しっかりとアクセスを誘導するつもりでリンクを送ってください。

(リンク例) 「カテゴリ記事」の下部に続けて記載

無理なくきれいにやせるにはあなたにあったダイエット方法を見つけ出すことだと思いますよ。こちらのサイトでは最新のダイエット情報やみんなの体験談などが目白押し。

[ダイエット大百科](#) (リンク)

当サイト同様、ダイエットに成功したいあなたには欠かせないお奨めサイトですよ♪

● 第4章: 検証

仕込んだ商品の中から「より見込みが高い商品」をピックアップし、その商品の「仕込みサイト」を「アフィリエイトサイト」へと育てていきます。

ピックアップする商品の数については特に制限はありません。各自の作業時間や環境に応じて判断してください。

(1) ピックアップのポイント

商品をピックアップする際のポイントは以下。

アクセス数

単にアクセス数だけではなく、「どの様なキーワードで集客しているか？」も意識してください。

検索順位

狙ったキーワードでの「検索順位」はチェックしておきましょう。調査するキーワードは商品ごとに「商品名」および「商品名」＋「購入系ワード」、「商品名」＋「口コミ系ワード」を中心に各商品ごとに「ブログタイトル」に使用した「1 2大ワード」を中心に行ってください。

また、実際にアクセスがあったキーワードの「検索順位」もチェックしていきましょう。

(例)

「検索上位」(検索結果の1～2ページ目)に表示

⇒ **ライバルが弱い可能性！？**

検索結果の2ページ目以降に表示

⇒ **サイトを強化すればもっとアクセスが集まるかも！？**

「仕込みサイト」から「商品サイト」への格上げについては個別にご相談に応じます。お気軽にご連絡くださいね。

発行者情報

発行者 ヒデズギルド 枚田英俊

連絡先メールアドレス hidesguild@gmail.com

サービス名 『ひで組 PREMIUM』第1期

ホームページ: <http://hidesdream.xsrv.jp/premium/>

特商法表記 : <http://hidesdream.xsrv.jp/premium/tokusho.html>

プライバシー : <http://hidesdream.xsrv.jp/premium/privacy.html>

