

startia

3.32 Pages/Visit

Traffic Sources Overview



- Direct Traffic
3,097.00 (40.49%)
- Search Engines
2,910.00 (38.64%)
- Referring Sites
1,642.00 (21.47%)

Visitors Overview



知っていますか？

サイト更新における 記事制作の重要性

本書の内容

1. コンテンツ制作の時代背景

- ・コンテンツ制作の必要性
- ・サイト内コンテンツの重要性
- ・実際のGoogleの評価基準

2. 大切にしていること

- ・記事制作をする5つのメリット
- ・弊社で解決できる課題
- ・弊社が大事にしているコンテンツ制作
- ・ユーザーのマインドマップ
- ・売上に繋げるマーケティングの流れ

3. 記事制作について

- ・コンテンツ状況の分析
- ・コンテンツテーマの企画
- ・記事制作の流れ
- ・他社との違い
- ・記事制作プランの料金表

4. お問い合わせ

Chapter 01.

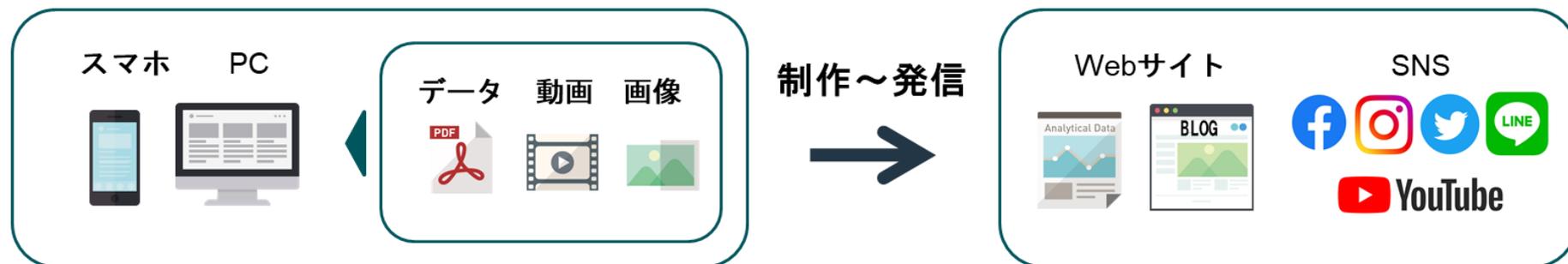
コンテンツ制作の時代背景

今や誰もが気軽にコンテンツを発信できる時代になりました。
だからこそよりコンテンツの内容が重要視されています。

コンテンツ制作の必要性

誰もが気軽にコンテンツを発信できる時代

PCだけではなくスマホでも気軽に「コンテンツを自分で作成」「情報発信」が出来る時代に



だからこそ

理解させる・惹きつけるコンテンツが必要

コンテンツ制作の必要性

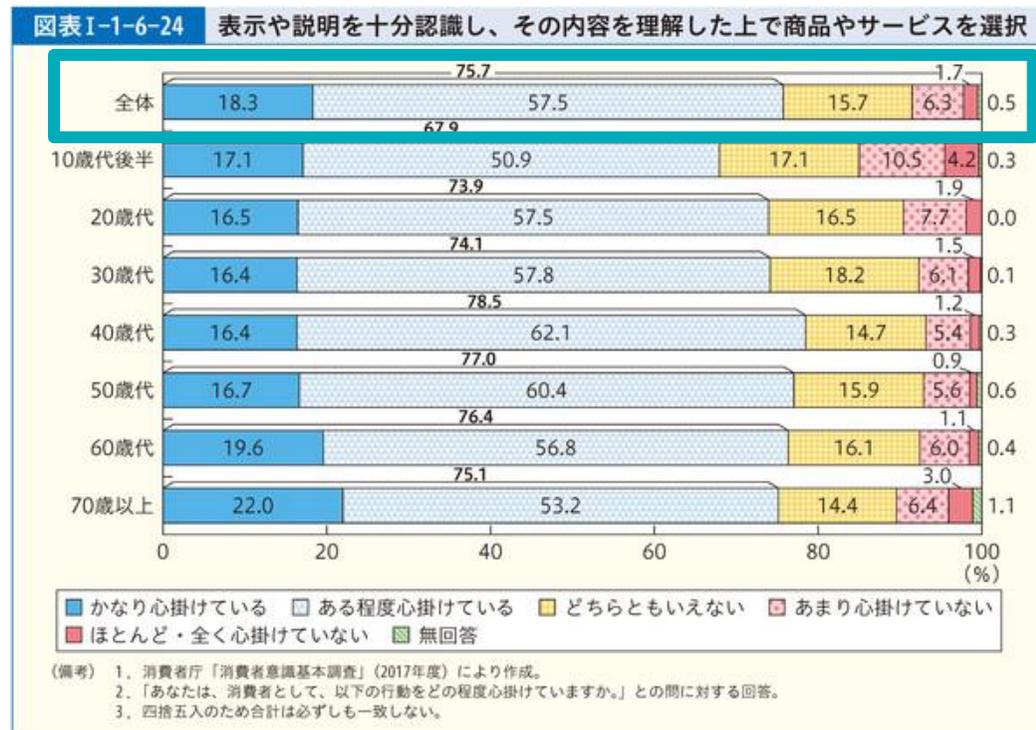
消費者庁の調査によると、

消費者が消費する際に心がけている行動は、

**十分に商品やサービスを理解してから
選択する**

(参考：消費者庁の行動調査結果)

75.7%



サイト内コンテンツの重要性

情報量が少ないと**売上機会損失**の可能性も・・・

01 良さが伝わらないと成果に繋がらない



商品の良さが
わからない



売上に直結しない



サポート対応が
増える

02 Googleの検索順位にも影響する

公式ガイドラインに

低品質なサイトの検索順位を**下げて**、良質なサイトの
検索順位は**適切に評価**します

03 貴社サービス認知顧客の リマーケティングが出来ない

既存顧客に対して・・・リピート・アップセル・クロスセル
新規顧客に対して・・・潜在ニーズからの顕在ニーズへの後押し

何よりコンテンツは**貴社の知的財産として残り続ける**



実際のGoogleの評価基準

GoogleSEO評価の優先順位

①コンテンツ作成 (1ニーズ1ページ)

- ・キーワードグルーピング
- ・補充ライティング
- ・拡充階層選定
- ・拡充コンテンツ



②内部SEO (テクニカル施策)

- ・土台設計見直し
- ・構造化見直し
- ・サイト内リンク増強
- ・タグの見直し



③外部SEO

- ・外部リンク獲得プログラム
- ・不適切リンクのリスト化
- ・不適切リンクの排除

Google が掲げる 10 の事実

この「10 の事実」が最初に作成されたのは数年前のことですが、Google は随時このリストを見直し、事実が変わりがないかどうかを確認しています。Google は、これらが事実であることを願い、常にこのとおりであるよう努めています。

ユーザーに焦点を絞れば、他のものはみな後からついてくる。

Google は、当初からユーザーの利便性を第一に考えています。新しいウェブブラウザを開発するときも、トップページの外観に手を加えるときも、Google 内部の目標や収益ではなく、ユーザーを最も重視してきました。Google のトップページはインターフェイスが明快で、ページは瞬時に読み込まれます。金銭と引き換えに検索結果の順位を操作することは一切ありません。広告は、広告であることを明記したうえで、関連性の高い情報を邪魔にならない形で提示します。新しいツールやアプリケーションを開発するときも「もっと違う作りならよかったのに」という思いをユーザーに抱かせない、完成度の高いデザインを目指しています。

Chapter 02.

記事制作で大切にしていること

記事制作をするメリットや課題解決、
弊社が大切にしていることについてご紹介します。

記事制作をする5つのメリット

①サイトの資産価値向上

- ・土台設計見直し
- ・構造化見直し
- ・サイト内リンク増強
- ・タグの見直し



②広告費の減少

- ・土台設計見直し
- ・構造化見直し
- ・サイト内リンク増強
- ・タグの見直し



③ファンの獲得

- ・土台設計見直し
- ・構造化見直し
- ・サイト内リンク増強
- ・タグの見直し

⑤採用活動得

- ・土台設計見直し
- ・構造化見直し
- ・サイト内リンク増強
- ・タグの見直し



④企業ブランディング

- ・土台設計見直し
- ・構造化見直し
- ・サイト内リンク増強
- ・タグの見直し



弊社で解決できる課題

ノウハウの課題

WEB媒体の作り方が分からない

オウンドメディアを立ち上げたいが経験がない。
どういう記事を増やしていけば良いか分からない。

WEB媒体の活用方法が分からない

作成した記事が狙ったキーワードで上位に上がってこない。
CVまで考えたコンテンツマーケティング戦略の立案ができない。

リソースの課題

人材が不足している

コンテンツ制作に充てる社内の人員が不足している。
サイト内に記事を挿入できる技術者がいない。

作業時間が不足している

納期管理や品質チェックを行う時間が取れない。
短時間で多くの記事を入れたい

クオリティの課題

記事の品質に問題がある

誤字脱字が多い。
コピーコンテンツになっていないか心配

文章の内容が良くない

専門性の高い記事が書けない。
サイト内で他の記事と差異がない記事が量産されている

WEBサイトの特性や規模に合わせて
コンテンツディレクターが
適切な記事を企画します

社内のリソースを気にすることなく
記事の企画、ライティングなど
全工程を丸投げする事が出来ます

ご依頼内容に合わせて
ライターを厳選し、
丁寧に記事を仕上げます

スターティアが大事にしているコンテンツ制作

最低限のCVR必須改善策4つの不を改善するコンテンツ

信頼できない

不信

- ・ 業界情報
- ・ ノウハウ情報
- ・ 施工事例
- ・ 料金表

必要ない

不要

- ・ 導入メリット
- ・ 課題別提案例
- ・ 解消される課題

他社の物でもいい

不適

- ・ 強み/証明
- ・ コンセプト
- ・ 外部評価

今ではない

不急

- ・ 無料相談
- ・ デモ・サンプル
- ・ キャンペーン

関係構築コンテンツ

検討促進コンテンツ

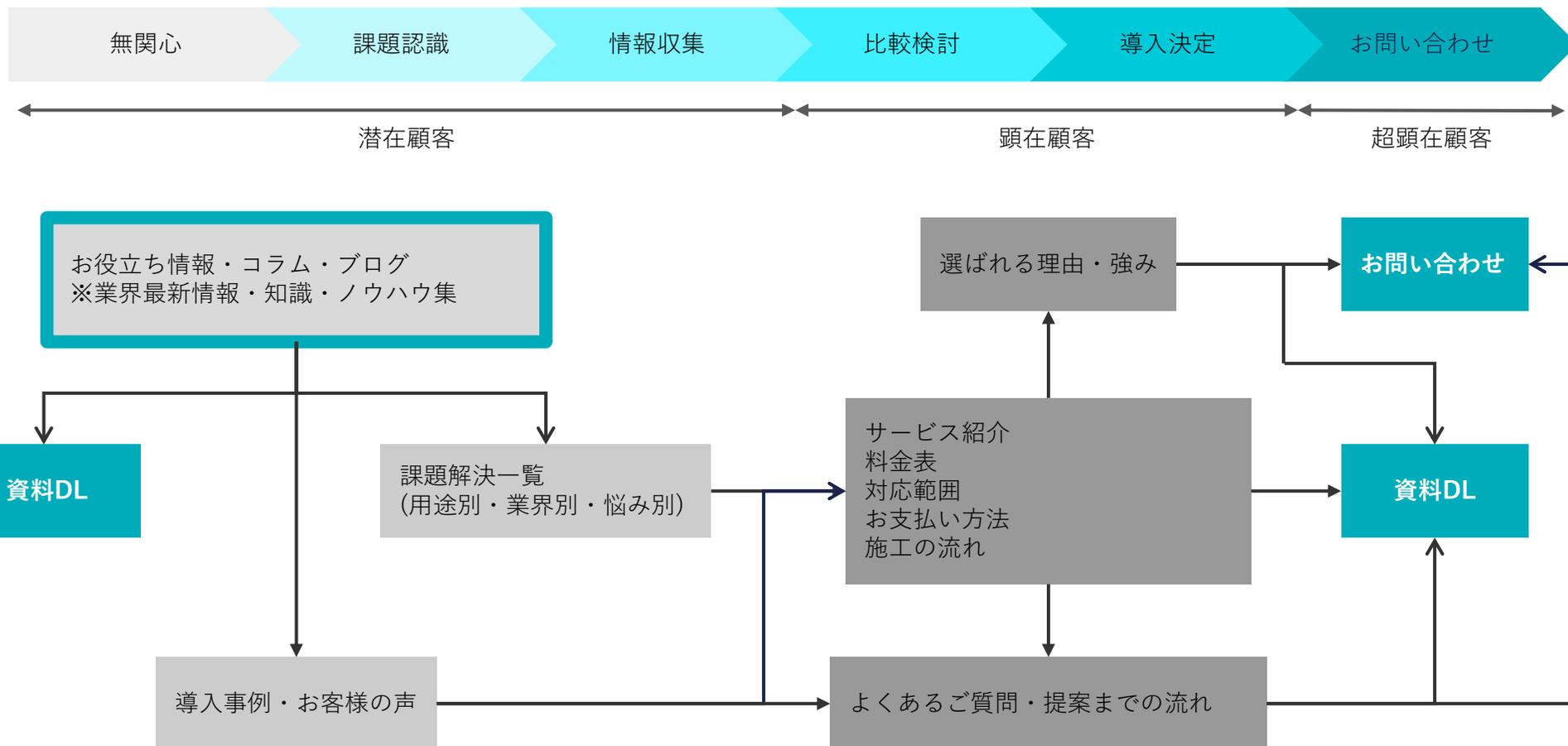
ユーザーのCVを妨げる要因として「4つの不」と呼ばれるものがあります。

それらを解消するコンテンツをサイト内に設けることでCVRがぐんと良くなります。

例えばコンテンツが不足していてユーザーが怪しいと感じCVまで進んでくれない場合、事例や実績などの数値、お客様の声などのコンテンツを設けることでユーザーからの信頼を得ることができます。

さらにセミナー情報やホワイトペーパーのダウンロードフォームを設置することでより競合との差別化を図ることができます。

ユーザーのマインドマップ



売上に繋げるマーケティングの流れ

CVの改善が最優先。次に認知獲得



Chapter 03.

記事制作について

弊社の記事制作についてご紹介いたします。

コンテンツ状況の分析

お客様の要望をヒアリングし、施策対象のWEBサイトの**コンテンツ状況**を分析します。



コンテンツSEOに**失敗**する理由

検索意図をしっかりと把握せず、自社サービスや商品の特徴だけを書いていると、**検索ユーザーが求めている情報とマッチしない**ことがあります。その場合、ユーザーは「自分がほしい情報とは違う」と思い、すぐに**ページから離脱**してしまいます。

企業分析

クライアントの商品・サービスのリサーチを行い、コンテンツSEOの目的とゴールを設定。

ユーザー分析

自社のサービス、商品を購入して欲しいユーザー層を具体化していきます

競合分析

どういった内容の記事が何文字くらいで書いてあるか、どういった見出しになっているかなどの競合サイトの分析を行います。

コンテンツテーマの企画

クライアントの獲得したいユーザーに合わせてキーワードを選定します。
SEO難易度やコンバージョンにつながりやすいターゲットキーワードを総合的に判断し、
コンテンツテーマの企画提案を行います。



キーワード設計

キーワードのリストアップ、グルーピングを行い、ターゲットキーワードの設計を行います。

コンテンツ設計

ターゲットキーワードを基に各記事のテーマ出し、記事の属性ごとにカテゴリー分けを行い、記事全体の設計を行います。

SEO設計

各記事の見出し(title, description, hタグ)、文字数、内部リンクの設定などSEO対策上の設計を行います

記事制作の流れ

| 記事制作の流れ | |
|-----------------------------|--|
| ①調査 | 自分のほうで見込みがあるキーワードかを調査します。 SEO分析、競合サイト分析、マイクロモーメントを行います。 |
| ②構成案(骨組設計) ※ゴールドプランの場合あり | 検索意図を読み解き、上位表示するための記事の構成を設計します。 SEOの知識が必要。 |
| ③ライティング | 構成に基づいた執筆作業です。 構成案がしっかりしているとSEOの知識は不要。 |
| ④監修 | 専門的なコンテンツ(YMYL領域)の場合は、 別途監修者を入れる必要があります。※要相談 |
| ⑤作図 | オプションで解説図を作成し、可読性やUXを上げます。 ※別途画像制作オプションあり |
| ⑥コピペ・校正 | コピペと校正のチェックを行います。 |
| ⑦HTML化 | BlueMonkeyの投稿で正しい設定の内容で投稿いたします。 ※電話サポート可能 |

他社との違い

| | 弊社 | 自社制作 | 個人 | 専門業者 |
|-----------|--------------------|-----------|-------------|-----------------|
| 記事単価 | 1記事×4万円 | 0円 | 1記事×2万円 | 1記事×6万 |
| 時間と手間 | 安定供給 | 遅い | 安定しない | 丸投げできる |
| ディレクターの有無 | 専任担当 | いない | 全部1人で行う | MTGはなし |
| コンテンツ分析 | 分析ツールと月1回のレポート報告 | 分析ツールが無い | 分析ツールを使ってない | 分析ツールを利用 |
| ライティングの質 | 得意分野に特化したライター在籍 | 質の担保が出来ない | 素人ライターが対応 | 得意な範囲は強い |
| 企画 | 2か月に1回のMTG | 企画ができない | 得意な企画範囲が狭い | ターゲット設定を元に記事を作成 |
| 応用性 | Web制作・SEO・広告など提案可能 | ない | 記事制作以外は出来ない | 記事作成以外は出来ない |

記事制作プランの料金表

| 記事制作プラン | | | |
|-----------|----------|----------|----------|
| 種類 | ライト | スタンダード | プレミアム |
| 初期費用 | 100,000円 | 100,000円 | 100,000円 |
| 月額費用 | 80,000円 | 100,000円 | 200,000円 |
| レポーティング | ○ | ○ | ○ |
| オンラインMTG | 1回/2ヶ月 | 1回/2ヶ月 | 1回/2ヶ月 |
| コラム(通常)記事 | 2 | 3 | 6 |
| 最低利用期間 | 12ヶ月 | 12ヶ月 | 12ヶ月 |

※金額はすべて税別表記です

お問い合わせ先

サイト運用でのお悩みを解決します

記事制作に関するご相談・ご質問がある方はこちらよりお気軽にお問い合わせください。

ご相談やお困りごとがあれば
ぜひお問い合わせください

[サポート窓口はこちら](#)

