

Search Consoleを使ったSEO対策

本日はセミナーにご参加いただき
ありがとうございます

- 12:45にセミナーを開始いたします
- マイクをオフにさせて頂いております。周囲で音がしてもセミナーには影響ありませんので、ご安心下さい
- ぜひ、メモをご用意ください



あきばれホームページ

Search Consoleを使ったSEO対策

株式会社WEBマーケティング総合研究所

2022/3/3

本日の目次

1. セミナーのゴール
2. Google Search Consoleを使う前に”仮説”を立てよう
3. 検証することが多い3つの仮説
4. 仮説を検証するポイント
5. それぞれの仮説の原因と対策
6. まとめ



1. セミナーのゴール



本日のセミナーのゴール

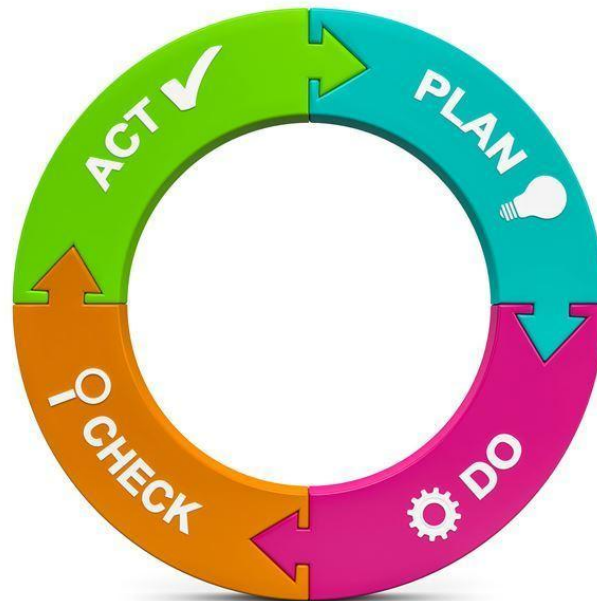
Google Search Consoleを使って
仮説を検証できるようになる

2. Google Search Consoleを 使う前に”仮説”を立てよう

ホームページで成果を出すためにはPDCAが大切

PDCAとは

1. Plan(計画を立てる)
2. Do(実行)
3. Check(評価)
4. Act(改善)



の4段階を繰り返すことで物事を改善していく手法です。

ホームページにおけるPDCAの考え方

point

1ヶ月単位でPDCAを回す

P

月に1件のお問合せを獲得するために、200件のアクセスを検索経由で集める

D

ターゲットの悩みや、ニーズに対してお役立ち情報を作った

C

狙っていたキーワードでアクセスを集められたか

A

検索結果には表示されていて順位も高かったが、クリックされていない
その原因は、ページのタイトル、ページの概要にあるので、SEOの設定を改善する

Google Search ConsoleはCheckのために使うツール

P 月に1件のお問合せを獲得するために、200件のアクセスを検索経由で集める

D ターゲットの悩みや、ニーズに対してお役立ち情報を作った

C 狙っていたキーワードでアクセスを集められたか

A 検索結果には表示されていて順位も高かったが、クリックされていない
その原因は、ページのタイトル、ページの概要にあるので、SEOの設定を改善する

CheckはPlanを検証するために行う

P 月に1件のお問合せを獲得するために、200件のアクセスを検索経由で集める

C 狙っていたキーワードでアクセスを集められたか

Google Search Consoleで確認すべきは...

- 1) 作成したページは検索結果に表示されていたか
- 2) 検索結果で作成したページは何番目に表示されていたか
- 3) どれくらいクリックされていたか

3. 検証することが多い3つの仮説

狙ってるキーワードからサイトに流入があるか調べる

Search Consoleで検証したいことは

- 検索のボリュームがあるのか
- 見込み度が高いキーワードから流入があるか

です。

具体的には下記の順序で確認をしていきます

ボリュームがあるのか

→Search Consoleのクリック数→各キーワードでどれくらいクリックされているか

見込み度が高いキーワードから流入があるか

→そのキーワードでインデックスされているか

インデックスされている場合→検索順位・クリック率がどれくらいか

検証することが多い3つの仮説

A 検索結果に表示されていない

B 検索の順位が低い

C クリック率が低い

4. 仮説を検証するポイント

仮説A「検索結果に表示されていない」を検証する手順

▼検索結果に表示されていたかどうかを確認する場所

検索パフォーマンス>クエリ>表示回数

▼確認するときのポイント

- ページごとに確認する場合は一旦「ページ」のタブに切り替えて対象のページ URLをクリックし、クエリのタブに戻る

仮説B「検索の順位が低い」を検証する手順

▼流入別のアクセス数を確認する場所

検索パフォーマンス>クエリ>掲載順位

▼確認するポイント

- 平均掲載順位にチェックを入れる

仮説C「クリック率が低い」を検証する手順

▼ 流入別のアクセス数を確認する場所

検索パフォーマンス>クエリ>CTR

▼ 確認するポイント

- 平均CTRにチェックを入れる

5.それぞれの仮説の原因と対策

まずは仮説の原因を考えます

仮説を検証した後、当てはまるものが合った場合

A 検索結果に表示されていない

B 検索の順位が低い

C クリック率が低い

仮説A「検索結果に表示されていない」場合の原因と対策

- **インデックスされていない**
↳ Search ConsoleのURL検査で確認をします

対策

インデックスされていない場合は、URL検査からインデックス登録をリクエストします。

仮説B「検索の順位が低い」場合の原因と対策

- 競合のコンテンツよりも質が低いと判断されている
- サイト全体の評価が競合よりも低い

対策

例:

高品質なサイトと判断されるよう EATを満たしたサイトにする

検索上位を目指し 10位以内のサイトがどんなコンテンツを用意しているのか確認し、同等のコンテンツとオリジナルのコンテンツを 1つ以上作成する

▶[EATについて過去のウェブセミナーはこちら](#)

仮説C「クリック率が低い」場合の原因と対策

検索順位がよく、表示回数も多い場合にクリック率が低いときは

- タイトルや概要がユーザーの検索意図と合っていない
↳ 悩みやニーズを解決できずと思ってもらえていない

ことが考えられます

対策

例:

ユーザーがクリックしそうなタイトルや、ページ概要に変更する

変更する場合、10位以内のサイトはどのようなタイトルや、概要で作成しているか確認し、共通点を洗い出し、悩みやニーズを解決できそうと思ってもらえるような、タイトル、概要を考える

6. まとめ

まとめ

- ホームページにアクセスするまでの対策をする場合は、Search Consoleを使って仮説を検証する
- 仮説に当てはまった場合は、個別に対策を行う



ご清聴いただきありがとうございました

来週も、木曜日の12:45～13:30を予定しています

次回：**未定**