

治療院会員限定セミナー

リンク(内部・外部)

 **AH** あきばれホームページ
Akibare Homepage

ご案内

- ・途中退席OK
後日、動画で公開を予定しています(編集します)
- ・最後に特典がありますので、出来れば最後まで見ていただければ

- ・12:00～13:30を予定(多少前後します)
- ・気になった事柄は随時、チャットして頂いてOKです
↳チャットの宛先は「全員」にしてください

- ・良い会にしたいと思いますので、ぜひ積極的なご参加をお願いいたします！

自己紹介

■ 北原 義春 治療院事業部 / 上級コンサルタント

所属: あきばれホームページ

- ・全国10,000社、治療院800院を運営
- ・設立2002年のホームページ作成会社
- ・**SEOだけで集客販売**している

経歴

- ・2012年入社
- ・あきばれホームページの**公式サイトSEO対策**も担当
- ・上級コンサルタント



2021年 10大ポイント

2021年の10大ポイント(1年、全11回予定)

前提:ペナルティ確認★

1、タイトルタグ★

2、トップページ★

3、症状別ページ

4、東洋医学の見解

5、コロナ対応

6、コンテンツの質

7、放置せず、更新

8、リンク

9、ユーザー体験

10、技術的な側面

◆ 治療院ZOOMセミナーのご案内 ◆

次回テーマ：更新の重要性

開催日時：10月6日（水）12:00～13:30

※テーマは予告なく変更する可能性があります

治療院事業部では、整体院・接骨院・整骨院・鍼灸院・あん摩マッサージ指圧院の方を対象にして、
毎月1回、zoom勉強会を開催しています。（講師：北原）

会員様限定・無料ウェブセミナーです！ぜひ、奮ってご参加ください。



治療院会員さま限定！**無料**ウェビナー
事前お申込みはこちら

リンクの説明

リンクとは

リンクとは、ページから他のページ(場所)へつなげるためのポイントのことです。
リンクには大きく分けて2種類あります。

- 内部リンク
同じホームページ内でのリンク設定

- 外部リンク
別のホームページへのリンク設定 = 発リンク
別のホームページからのリンク設定 = 被リンク

リンクの貼り方

リンクの貼り方は、大きく3つあります。テキストリンクが一番有効。

1、テキストリンク

[治療院のホームページ作成なら、あきばれホームページ](#)

2、URLリンク

<https://www.akibare-hp.jp/service/tariff-chiryoin/>

3、画像リンク



集客に役立つ治療院パック

制作実績 **760** 院
2019年6月現在

創業 **17** 年

▶ 詳細はこちら

The advertisement features a teal background with a red banner at the top. It displays several examples of clinic websites on various devices. A large yellow number '760' is prominent, with '制作実績' (Production实绩) to its left and '2019年6月現在' (As of June 2019) below it. A red ribbon badge on the right says '創業17年' (17 years in business). A yellow button with a play icon and the text '詳細はこちら' (Details here) is at the bottom.

内部リンク

内部リンクの重要性

適切に内部リンクを設定することで、

- 検索エンジンが**ホームページ内を巡回**できるようになる
- ページ同士の**関連度が高まり評価**につながる
- ユーザーが**ページを回遊**してくれるようになる(滞在時間が伸びる)

です。

内部リンクが適切に設定されていないサイトではユーザーが欲しい情報にたどり着きづらく、**離脱**に繋がります。離脱率が高いサイトは問い合わせに繋がりがづらだけでなく、**サイトの評価もさがって**しまいます。

内部リンクを設定3つのポイント

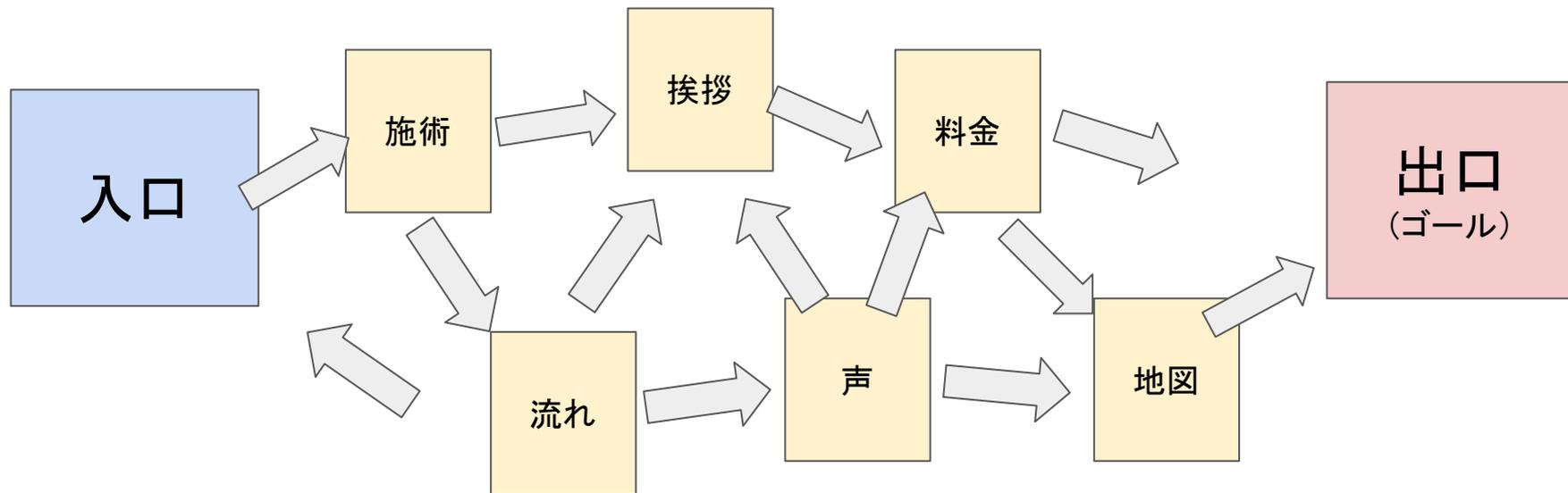
- 1、ぐるぐると回遊できるようにする
- 2、文中リンクを適宜、入れる
- 3、重要なページにリンクを集める

<具体的には>

- 構造的に入れる
ヘッダー、フッター、サイドメニュー、パンくずリスト
- 文章の間に入れる
- 文章の最後に入れる

リンク: 誘導=パスを回せるようにする

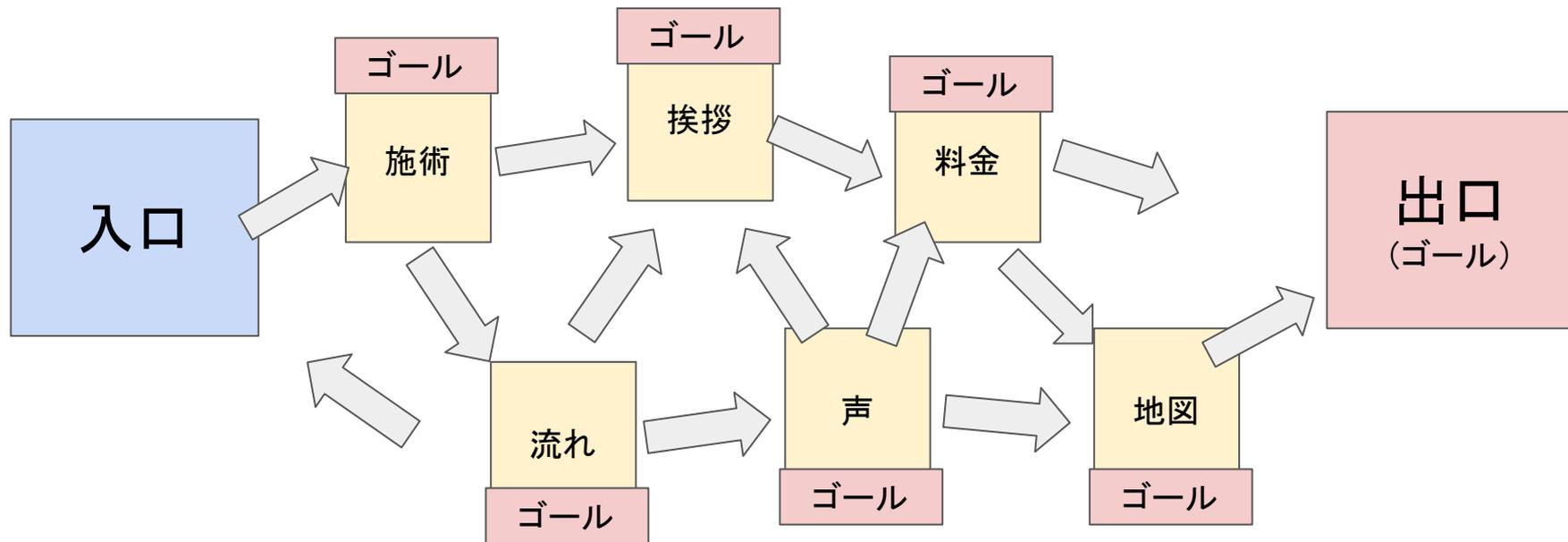
サッカーをイメージしてみてください



➡ ページ間に適切にリンクを張り、問合せUP

リンク: 誘導=いつでもシュート出来るように

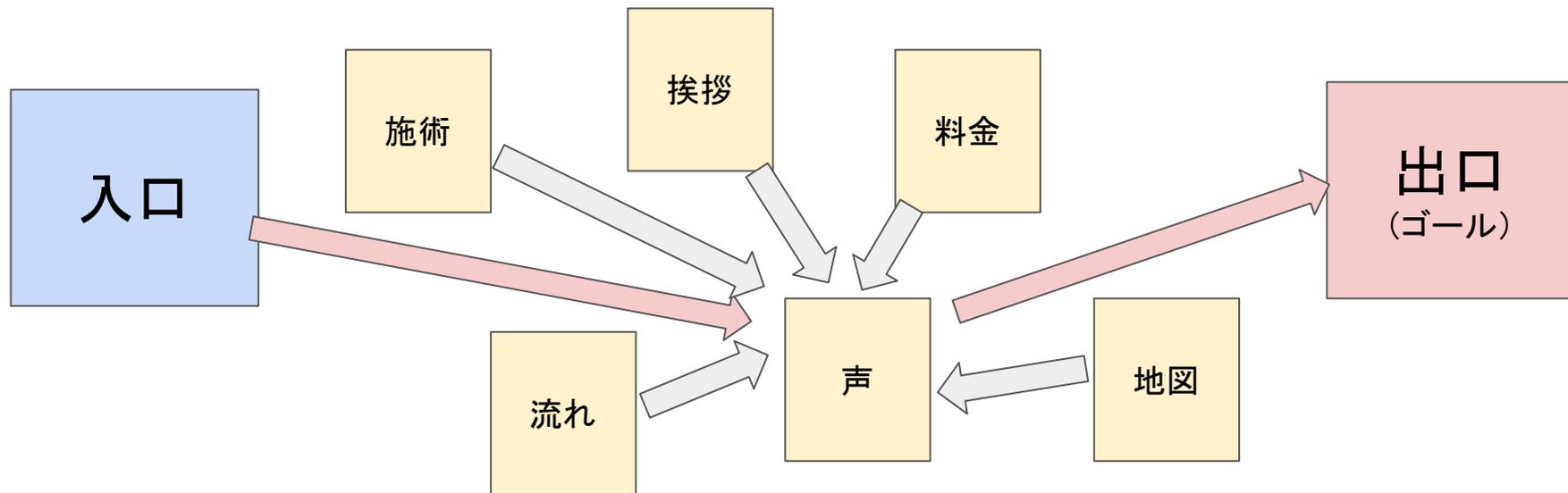
すべてのページから電話・予約出来る状態にする



➡ 電話／予約を**多数配置して**、問合せUP

リンク: 誘導=キラーコンテンツを作る

■ 必ずここを通せば、1点取れるというページ



➡ **鉄板トークをページに準備して、問合せUP**

外部リンク

外部リンクには2種類あります

外部リンクは、通常「被リンク」のことを指しますが、最近では「発リンク」も重要になっています。

- **発リンク**: 別のホームページへのリンク設定
- **被リンク**: 別のホームページからのリンク設定

リンクはダムのようになっており、被リンクが入れば入るほど、ダムの水嵩が増してホームページの力になります。発リンクすると、基本はパワーが出ていきます。したがって、セオリーとしては

- **被リンクの本数 > 発リンクの本数** にしてください

被リンクの獲得方法

<概要>

- ・被リンクがないと、Googleはホームページに辿り着かない
- ・被リンクが多いほど、評価は高まる
- ・被リンクを受けるホームページは、治療院と親和性のあるテーマが良い
- ・被リンクの文字(アンカーテキスト)のKWDで、評価が高まる

<具体的には>

- ポータルサイトへ登録
- 所属団体のホームページに掲載してもらう
- 友人、知人のホームページに掲載してもらう
- 親しい患者さんのホームページに掲載してもらう

発リンクの設定方法

<概要>

- ・ある程度が良い(出しすぎると力が奪われます)
- ・信頼性=EATを担保できます
- ・**情報のリソースの有無をGoogleにアピール**できる

<具体的には>

- ・例えば、治療院の場合、医療関係の用語を使う際に、その情報のリソースとして**病院のホームページ**や、**厚生労働省**などのサイトからの引用とそのページへのリンク

まとめ

まとめ

- リンクはテキストで
- リンクのテキストには上げたいkwdを入れます
- 内部リンクは「回遊できているか」で設定
- 被リンクはポータル／団体／知人／患者さん、等から
- 発リンクはEAT観点で医院／団体などへ
- 被リンクの本数 > 発リンクの本数
- サーチコンソールでも本数確認できます(上級者向け)

2021年の10大ポイント(全11回で解説)

前提:ペナルティ★

1、タイトルタグ★

2、トップページ★

3、症状別ページ★

4、東洋医学の見解★

5、コロナ対応

6、コンテンツの質

7、放置せず、更新

8、リンク

9、ユーザー体験

10、技術的な側面