

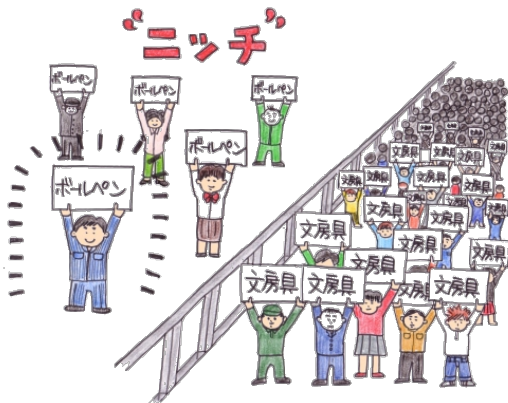


こんにちは、サイト戦略コンサルタントの高木芳紀と申します。

前は、「これからの時代、インターネットを使って商売をしなくてどうするんですか！」というお話をいたしました。その重要性はご理解いただけましたと思います。このようなお話をするとよく「ホームページはあるよ」という方がいらっしゃいますが、会社概要がわかる程度では、お客様は一人も訪れてはくれません。きちんと戦略をもってネットに挑まないと徒労に終わってしまいます。今回は、その基本的な考え方をお話します。

「小さな会社がインターネットで勝負するとき、常に考えなければいけないことは何か？」それは自分の市場を見極めることです。簡単に言えばニッチです。つまり、市場としては小さいけれど、そこでは1番になれるようなキーワードを探していく作業となります。

なぜかといいますと、例えば何か欲しいものがあるインターネットで検索するとき、キーワードをヤフーの検索窓に打ち込んで表示された結果を、あなたは何ページまで見ますでしょうか？大抵の場合は1～2ページくらいまでのはず。そしてさらに、その検索結果の中で実際にクリックして内容を見に行くのは1ページ目の1～3位に表示されるサイト、多くても5番目くらいまでの「検索の上の方にいるんだから、きっといいサイトなんだろう」と思われるページだと思えます。このことから、1ページ目にいないとインターネットの世界では勝負以前の問題となってしまうことがよくわかります。



ではニッチから攻めるとして「どのくらいニッチなサイトを作ればいいのか？」ということですが、例えば弊社の場合(文房具店です)、ひとつのボールペンのために1ページ作ります。その心は、「その商品で検索1位になりたいから！」に他なりません。そうして、ひとつひとつ作って行き、ある程度ページが増えたところでまとめのページを作ります。初心者がよく陥る間違いに、最初に百貨店的な箱を作ってしまうと、そこに個々の商品を並べていくというケースがあります。例えば文具業界では、「〇〇文具店ウェブショップ」という感じです。しかし、今からこれをやっては絶対にダメです。

こうした総合ショップを作り育てるための時間とお金に余裕があるのなら構いませんが、なかなかそのような会社はありませんよね。「ひとつの商品のためにひとつのホームページを立ち上げて・・・とやっていたら、とてもじゃないが時間が足りない」と思われるかも知れませんが、まずはひとつの商品で業界で1番になり、少しでも成果を出し、それを次の商品また次の商品へとつなげていく方が、実は最も効率的な戦略なのです。

商品ではなく、サービスを売っている会社でも同じことです。

例えば士業などのコンサル的なお仕事の場合は、あるひとつの仕事内容に特化した解説ページなどを作ることから始めます。悩んでいる人の視点で、そのキーワードについて説明するのですが、大事ななのは自分の言葉で書くことです。他のサイトからテキストをコピーしてきて適当に切り貼りして作ったサイトでは、見ている方も魅力を感じません。また、検索エンジンの性能が上がってきて、似たようなテキスト情報があると、上位に表示されない措置を取られることもあるようです。

こうして作ったニッチなページから、徐々にインターネットでの商売の足がかりを作っていくのです。最初はなかなか結果が出なくて諦めてしまいがちですが、そこでくじけなかった人は、必ず成功します。そのための小さな一歩を今日からでも踏み出してみてください。次回は「誰でもできるSEO対策」についてお話します。