

キーワード徹底攻略マニュアル

どうも、なるひこです。

このマニュアルではトレンドアフィリエイトにおける
キーワード選定についてお話をしていきます。

これは確実に覚えておいて欲しいことなのですが、

トレンドアフィリエイトはキーワードによって

99%は稼げるか稼げないか決定します。

キーワードが良ければ10万どころか20万も行けますし、
逆にキーワードが悪いと10万がなかなか見えてきません。

なのでこのキーワードのマニュアルは、

途中の動画含め何度も読み直してください。

1.長期的なアクセスを集める方法

2,速報系と未来予測

3.単一キーワード戦略

4.弱者の戦略と強者の戦略

5.記事を書いたら分析しよう

1.長期的なアクセスを集める方法

①なぜトレンドサイトは短命なのか？

トレンドサイトの多くの記事は、
一時的にしかアクセスを集めることができません。

1週間前には1日1000アクセスあった記事も、

1週間経てば1日10アクセスすら来ない...

こんな状況はトレンドサイトでは決して珍しくなく、
むしろ頻繁に見られる状況だと言えます。

しかしこれではいつまでも記事を更新し続ける必要があり、
トレンドだけに時間を追われてしまうことになります。

なのでトレンドサイトのように

一時的な話題で終わってしまう記事を書くということは、
やはりそれなりの手間と苦勞が求められるということです

②なぜ更新を止めても一定数のアクセスが来る？

トレンドサイトへのアクセスが、
一過性の強いものであるということは
先程説明した通りです。

ですが実際にトレンドを運営してみるとわかりますが、
しばらく更新停止した後にサイトのアクセスを見てみると、
少なからずサイトを訪問している人がいるのです。

時間経過すれば当然ニュースの話題も減りますから、
次第に誰 1 人として検索し無くなるはずですが、
決してそれがゼロになることはありません。

むしろ、僕のサイトは2週間ほったらかしても
毎日 5000 以上のアクセスが集まっています。

これは一体なぜなのでしょう？

そもそもアクセスが絶えず集まるポイントとして、

多くのキーワードで上位表示する、

ということが非常に大切になります。

例えば芸能人の名前。

「木村拓哉」で上位表示されたとしたら、

話題性なんて関係なく一定のアクセスは集まりますよね？

彼ほどの有名人になら 1日に検索する人は多くいますから、

木村拓哉で上位表示されているサイトには

かなりのアクセスが集まることになります。

もし自分のサイトが「木村拓哉」で上位表示されていれば、

毎日安定的に「木村拓哉」というキーワードで

アクセスが来るといことなのです。

こういった上位表示されているキーワードが積み重なり、
安定的なアクセスが集まるようになります。

例えば、芸能人の名前で上位表示したら
1日 100 アクセス集まると仮定すると、
芸能人 10 人分上位表示出来れば更新を止めても
毎日 1000 アクセスは集まるわけです。

だからこそ、トレンドサイトを更新しなくても
稼げるように育てていくためには、
いかに上位表示できるかが重要なのです。

今回は分かりやすくビッグキーワードの話でしたが、
スモールキーワードだって同じことです。

1日 1 アクセス確実に訪問があるキーワードでも、
それが積み重なれば 1000 アクセスとかになりますよね？

「木村拓哉」で上位表示できなくても、

「木村拓哉 動画」なら上位表示できるかもしれない。

そして上位表示することができたら、

「木村拓哉」単体のキーワードよりはアクセスが少ないけど、

1日10アクセスくらいなら来るかもしれない。

さらに言えば、

「木村拓哉 愛車」というマニアックなキーワードでも、

上位表示すれば1日1アクセスなら来るかもしれない。

とりあえず大小は問わないので、

いかにして安定的にアクセスの集まるキーワードで

上位表示出来るかがカギとなります。

これを意識出来ない限り、

放置しても収入の減らないトレンドサイトを作

作っていくのは難しいでしょうね。

③一時的な話題はできるだけ避ける

長期的にアクセスが集まる

トレンドサイトを作る理屈は理解できたと思います。

問題はその理屈を理解したところで、

具体的にどのような行動をとれば良いのか？ということ。

極力更新をしなくても稼げるトレンドサイトを作るコツと、

逆にそのためにはやってはいけないことを書いていくので、

この二つをしっかりと理解しておいてください。

■避けるべき話題

長期的に稼ぐトレンドサイトを作成していく場合において、最も気をつけて欲しいのは一時的な話題です。

特にテレビの特番とかが分かりやすいですね。

1度きりの放送で終わってしまうような記事にしても、放送が終わってしまえばアクセスは減る一方です。

放送終了から2~3日は検索する人もいますが、それ以降は特番のことについて検索する人はほとんど居なくなってしまいます。

そして放送から1ヶ月もたてば、もう二度と誰も検索しないキーワードになるでしょう。

つまり、「死んだ記事」になってしまうわけです。

せっかく苦勞して記事を書いたのに、
後から誰も見なくなってしまうのでは
非常に効率が悪いと言わざるを得ません。

なのでその場限りで終わってしまう話題は極力選ばず、
長期的に検索される話題を選ぶべきなのです。

テレビの特番、イベント、事件などは、
上手いキーワードを選ぶ自信があるのなら良いですが、
そうでなければ選ぶべきではないです。

どれも一過性の話題に過ぎませんから、
これは長期的に稼いでトレンドサイトを作るには、
好ましい行為とは言えないわけです。

■選ぶべき話題

では、逆にどのような話題を選んでいけば、
長期的に検索されるようになるのでしょうか？

ここで意識して欲しいポイントは「人」です。

例えばテレビで何らかの特番が行われると、
その番組には色々な出演者が出るわけです。

そこで記事の話題の中心を、番組ではなく人にしましょう。

「(番組名)が放送！出演者とキャスト、放送日は？」

こういう番組名を中心としたキーワードは一時的であり、
長期的なアクセスを見込むことは出来ません。

「(番組名)+放送」

「(番組名)+出演者」

「(番組名)+キャスト」

「(番組名)+放送日」

いずれのキーワードも番組名を中心とした組み合わせで、
これだと番組名が検索されなくなった瞬間に、
死んだ記事になってしまいます。

そこで、

「芸能人 A が(番組名)出演！彼氏は？元彼の名前は？」

こういう感じで話題の中心をズラすのです。

この場合は番組名が中心となるのではなく、

出演者の一人の芸能人 A を中心としています。

「芸能人 A+番組名」

「芸能人 A+出演」

「芸能人 A+彼氏」

「芸能人 A+元彼」

「芸能人 A+元彼+名前」

ここまで見れば分かりますよね？

後者は番組が終了して話題に上らなくなっても、

「芸能人 A+彼氏」

「芸能人 A+元彼」

「芸能人 A+元彼+名前」

この3つの組み合わせは生きているわけです。

彼氏や元彼というキーワードは

この芸能人が消えない限りは検索され続けるので、

安定したアクセスを見込めるキーワードと言えます。

だからとにかく大事なことは、
話題が過ぎた後も検索されるように
できるだけ人の名前を入れること。

人を中心としたキーワードは

かなり長期的に検索され続けるわけですから、

これはかなり有効な手法です。

この書き方だとその時はアクセスが集まらなくても、
記事を書いてから後々になって
急激なアクセスが集まることもあります。

だから記事を書く際には、
半永久的に廃れることの無いものを
話題の中心とすると良いですよ。

2,速報系と未来予測

トレンドアフィリエイトの記事の書き方には、
2種類のトレンド記事があります。

- ・ 速報系
- ・ 未来予測

それぞれに特徴があり、
この二つの違いを理解できないと、
なかなか成果が出ない事態になります。

これは非常に重要な話ですので、

理解できなければ何度でも読み返してください。

それくらい重要な話ですし、
トレンドで今後も稼ぎ続けるための
基盤となっていく話でもあります。

①速報系

- ・ 矢口真里が離婚！
- ・ 藤原竜也が結婚。
- ・ AKB 総選挙で〇〇が勝利

このように「**起きたばかりの話題**」を記事にしていくのが速報系です。

既に確定したことを書くことになるので、ネタを探すこと自体には困りません。

その一方、ニュースが公になるということは、誰もがこのニュースを知ってしまうわけですから、多くの人が同じように記事を書きます。

なのでライバルが多くなってしまい、上位表示は少し難しいのです。

ですがその分ニュースの話題性も
ある程度予測できるわけです。

どのニュースがどれくらいと大きくなって、
どれだけ多くの人に興味を持つのか？

非常にアクセスの集まりやすい話題を狙えば、
1万とか5万といったアクセスを集められます。

ただし、人を集めやすい分、
ニュースの第1報が流れ次第すぐに記事にする必要があり、
記事にするタイミングが遅いとアクセスが集まりません

なので理想的にはパソコンに張り付いて、
定期的に良いネタが無いか探す事が大切です。

ちなみに何をもって「早い」とするかですが、
ニュースの第一報から3時間以上経ったものは
大爆発は厳しいとと思ってください。

でも、5000アクセス程度あればその後も
キーワード次第で十分に狙えるので、
まあこの場合であれば5時間以上はアウトですね。

速報系は事後対応となる以上、
とにかくインデックスまでの時間がカギとなります。

なので、インデックスが早くなってきた時点で、
速報系のトレンド記事を書いていくのがベストです。

② 未来予測

この未来予測は非常に重要な考え方です。

作った直後のブログはインデックスが非常に遅いので、

第一報からノータイムで書いても

インデックスは12時間後とかになります。

これでは到底トレンドとは呼べないので、

実質最初のうちは速報系は使えません。

なのでここで必要になってくる考え方が、

インデックス速度が遅くても関係無いように、

「未来予測」という方法を用いていきます。

これが上手くできるようになると

序盤からアクセスを集めることができるので、

非常に重要なポイントの一つです。

速報系の場合ば事件や話題が起きてから、
事後処理的に記事にしていく方法です。

しかし未来予測の場合は、
その名の通り未来に起きることを記事にします。

もちろんこれは超能力なんかではなく、
正確には「**どんなことが起きるか予想して記事にする**」
ということですね。

- ・ 今日テレビに出演する芸能人について
- ・ 来週行われるイベントについて
- ・ 地震発生後、ガイガーカウンターが売れまくる

特にテレビやイベントに関しては、
未来に行われることがすでに確定しているので、
話題になるものを選んでいけば OK なのです。

あとは東日本大震災のときに、
ガイガーカウンターの転売によって
ものすごく儲けた人達がありました。

この行動が是か非かであるかは別にして、
彼らは先を読む力があったからこそ、
こうして儲けることができたわけです。

要するにこれも未来予測での1つで、
世の中の流れを読み、どんな需要が発生するのか考えると、
多く人は求めるものが見えてくるのです。

当然アクセスを集めてアドセンスで稼げますし、
これであれば楽天や Amazon などの
物販も交えて稼ぐことができますね。

まだライバルのいないうちに上位表示できるので、
まず非常にアクセスが集めやすい方法と言えます。

トレンドサイトの運営者が数多くいますが、
頭を使って考えている人がほとんどいません。

なので少し未来のことを考えてみて、
そしてそれを記事にしてしまえば、
誰もライバルが居ない独占キーワードとなるのです。

しかも一度上位表示してしまうと、
後から同じキーワードでライバルサイトが攻めてきても、
なかなか上位から揺るがない傾向があります。

なので未来予測で先にキーワードを勝ち取れば、
アクセスを集めるのは難しくないということです。

③まとめ

では最後にまとめておきますが、

インデックスが遅い→未来予測

インデックスが早い→速報系

この二つを使い分けてアクセスを集めましょう。

ちなみに記事の速さに関しては、

万単位のアクセスを狙うのであれば3時間以内、

小爆発を狙うのであれば5時間以内です。

それ以上経ってしまうと、

ニュースとしてはかなり遅くなってしまうので

他のニュースを選んだ方が無難です。

また同様に、インデックスにそれだけの時間がかかる場合、

速報系ではなく未来予測で攻めていきましょう。

3.単一キーワード戦略

トレンドサイト大津と更新していると、
嫌でも他のライバルサイトの存在が目に入ります。

そしてそこで意外なことに気づくと思うのですが、
トレンドサイトで芸能人名の単一キーワードで
上位表示されているサイトがあると思うのです。

例えば「木村拓哉」とか「前田敦子」とか。

そういった個人名の単一ワードで表示されているのは、
かなり SEO が強力でないと難しそうですね。

特に有名な芸能人で上位表示するほど、
一日に多くのアクセスが集まることになるのです。

でも、そこではサイトの **SEO** だけではなくて、
上位表示するためのちょっとしたコツがあるのです。

これを使えばあなたのサイトでも
芸能人の単一キーワードで上位表示は可能であり、
毎日のようにアクセスを集め続けることができます。

この考え方も重要ですので、
しっかりと内容を把握しておきましょう。

ではまずは、単一キーワードで上位表示される
理由について説明をしていきたいと思います。

■なぜ単一キーワードで上位表示されるのか？

そもそもの問題として、

現在単一キーワードで上位表示しているサイトは、

極端に SEO が強いわけではありません。

これはキーワードによる効果であり、

これがアクセスを集める大きな要因となります。

例えば「木村拓哉」で上位表示されているサイトがあって、

もしその記事のキーワードのタイトルが「木村拓哉」なら、

おそらく上位表示はされていないはずです。

「木村拓哉」で上位表示されるために必要なのは、

「木村拓哉 ○○」という他の複合キーワードなのです。

これがないと単一キーワードで

上位表示することはできないと考えてください。

これはどういう仕組みになっているのかというと、
まずは「木村拓哉 ○○」というキーワードで
アクセスが集まってくるわけです。

すると、それが続いていると、
次第にグーグルが記事と木村拓哉の関連性を強めてくれて、
「木村拓哉」単体で上位表示されるようになります。

まずは複合キーワードでアクセスを集めて、
それが順調に推移していけば次第に単一キーワードでも
上位表示されてアクセスが集まるわけですね。

まあ、実際には木村拓哉という人物は
芸能人の中でもかなり知名度が高いため、
もう一段階クッションが必要かもしれませんがね。

「木村拓哉 ○○ △△」という三つの複合ワードで
まずはアクセスを集めるわけです。

それが上手くいくと次第に「木村拓哉 ○○」でアクセスが集まってくるようになり、最終的には「木村拓哉」単一で上位表示されます。

なので万単位の多くのアクセスを集めるには、まず複合キーワードでアクセスを集めなければいけないわけですね。

だから複合キーワードをしっかりと入れること。

特にタイトルがやたら短い人がいるので、まずは起爆剤となる複合キーワードを当てるために、キーワード数は多くしておきましょう。

4.弱者の戦略と強者の戦略

特定の記事にアクセスが集まると、

その記事のSEOが強力になり、さらにアクセスが集まる

というのは既に説明しましたね？

「AとBが結婚！」というタイトルだけでは

ライバルが多い激戦区に突っ込むようなものなので、

上位表示されないので全くアクセスが集まりません。

そこでキーワードを1つ付け足して、

「AとBが結婚！プロフィールは？」というタイトルだと

ライバルの存在がかなり少なくなります。

「A プロフィール」でアクセスが小さくアクセスが集まり、

それをきっかけに「A B 結婚」や「A 結婚」、

最終的には「A」だけでも上位表示できるというものです。

つまり、本来であれば上位表示できないキーワードでも、その記事にアクセスを集めることが出来ていれば、SEOも強くなるわけですね。

ですが、これに関しては使いこなせていない人が多いので、改めて説明をしておきます。

そもそも、先ほどの例の「AとBが結婚」という部分は「プロフィール」というキーワードで小爆発を起こせないと、全く意味がないものになってしまうのです。

いくら大きな爆発を起こせるキーワードだとしても、大爆発の起爆剤となる小爆発を起こすことが出来ない限り、メインのキーワードは必要ないわけですね。

だから先程の例ならAというメインキーワードだけ残して、
「B」「結婚」というキーワードは抜き、代わりにニュース
とは直接関連性のないワードを使用していきます。

「Aの身長と体重は？プロフィールは？」

という感じですね。

これだと一番重要なトレンドキーワードである、
「結婚」というワードが入っていませんので、
集められるアクセスの絶対数は低くなります。

なので大爆発を狙うのは最初から諦めて、
少しでも小爆発を起こせる可能性が高い方を選ぶわけです。

タイトルは32文字以内にして、
詰め込めるだけキーワードを詰め込むのが理想ですから、
大爆発を狙うワードを入れるスペースが勿体無いのです。

ただし、当然大爆発を狙えるワードが入っていないと、
1日1万アクセスくらいを狙っていくのは難しいです。

だから、どうやって使い分けていくのか？という話ですが、
これはSEOの強さと、自分のキーワード選定能力次第です。

例えば、あなたのサイトが
まだ1日1000人もアクセスが集まらない
SEOが貧弱なサイトだとしましょう。

たしかに最初から大爆発を狙うに越したことは無いですが、
実際その時に狙うのは万単位のアクセスではなく、
1日3000とか、5000くらいのアクセスを集めることです。

だからこそ、そういう時には大爆発キーワードは入れずに、
小爆発だけを確実に狙っていくほうが効率的と言えます。

「AとBが結婚！身長と体重は？年齢は？」よりも、

「Aの経歴とプロフィール。身長と体重は？年齢は？」

このタイトルの方が小爆発が起きる可能性が高いわけです。

前者のタイトルは「身長」「体重」「年齢」の

3つのいずれかのワードが当たればアクセスが集まります。

そしてそこから更にアクセスが集まれば、

時間経過と共に「結婚」「B」というキーワードにも

アクセスが集まってくるかもしれません。

でも、逆に言えば3つのキーワードが1つも当たらない場合、

「結婚」「B」というキーワードは全く機能しないので、

スペースを圧迫するだけの邪魔者になってしまいます。

一方、後者は大爆発は起きない代わりに、

「経歴」「プロフィール」「身長」「体重」「年齢」

この5つのいずれかのワードが当たれば小爆発が起きます。

SEOが弱い、キーワード選定が下手な間は後者、

SEOが強い、またはキーワード選定が上達してきたら前者、

このように使い分けていくのが一番良いでしょう。

いつでも同じ戦略を使えば良いわけではないので、

ここは特に注意が必要なポイントですね。

5.記事を書いたら分析しよう

キーワードを一生懸命決めて、
そして後は記事を投稿したら仕事終わり！
...という考え方ではよくありません。

むしろここからが重要な作業であり、
記事を書いたら分析を行う必要があります。

これをやらないとキーワード上達に時間がかかり、
結果的に稼ぐのは遅くなってしまいうという
問題が発生することになります。

なので今からお話をしていく
分析を必ず行うようにしてください。

① インデックス速度の調査

これは毎回行う必要はないですが、
ある程度定期的に行うようにしてください。

インデックスというのは要するに、

Google の検索エンジンに認識されているかどうか？

ということですね。

例えば僕のサイトのトップページの URL を、

Google の検索窓に打ち込んで見た場合、

自分のサイトが表示されます。



これは自分のサイトが

Google に認知されている状態なので、
インデックスされているといえます。

逆にインデックスされていない記事に関しては、
Google で URL を検索しても、
「ページが表示されません」としか出ません。



これが Google に認識をされていないので、
インデックスがされていない状態になります。

で、当然トレンドサイトへのアクセスの大部分は
Google などの検索エンジンからの流入です。

しかしインデックスをされていないということは、
そもそも Google で検索しても自分のサイトが表示されず、
どうやってもアクセスが集まる理由がありません。

速さが命のトレンドサイトにおいて
インデックスの遅さは致命的と言えるので、
この速さを正確に知っておかなければいけません。

ちなみにトップページは
一度インデックスされてしまえばそれは継続されるので、
あくまで見るのは最新の記事を投稿した時だけです。

最新の記事を投稿して、
その記事がどれだけ経ったらインデックスされるか？
それをしっかりと確認しておきましょう。

■インデックス速度確認方法



最新の記事を投稿したら、まずは赤枠部分の URL を
グーグルの検索窓で検索してみます。



するとこのページがしっかりと
検索エンジンから確認できたので、
これはインデックスされていますね。

するとこのページがしっかりと
検索エンジンから確認できたので、
これはインデックスされていますね。

もしまだインデックスされていない状態であれば、
時間を置いた後にもう一度同じチェックをしてください。

そうすればインデックスにかかる
大まかな時間が把握できますよね。

別に分単位の精度を求めるものではないので、
24時間とか12時間とか6時間とか即座とか、
大ざっぱな速度を把握しておきましょう

これによってインデックスに 5 時間以上かかっている場合、
トレンドの記事の書き方を変えていく必要があります

普通のトレンドキーワードの選び方は、
最新の起きたばかりのニュースを記事にして、
アクセスを集めるのが普通です。

ただし、もしインデックスが 1 日かかってしまう場合、
最新のニュースを即座に記事にしたとしても、
それが人の目に触れるのは 24 時間後です。

これではトレンドの意味も半減ですし、
何より先に記事にしたサイトの **SEO** が強くなるので、
遅いとライバルにも上位表示合戦で負けてしまいます。

そう考えると、
起きたばかりの速報を記事にするのは難しく、
決して簡単なことではないことがわかります。

なので起きたニュースを書くのではなく、
これから起きるニュースを書くべきなのです。

要は「未来予測」なのです。

インデックスが遅いのに速報系で勝負しても、
それは決してアクセスを集めることができません。

それならインデックスが遅いうちは未来予測で、
その後インデックス速度が1時間、2時間になっていたら、
速報系で勝負していくということです

まずインデックス速度を見ることによって、
現段階で取るべき基本的な記事の投稿方法が見えて来ます。

② キーワード分析

次はキーワードを分析していきます。

記事を書いてアクセスが集まればいいですが、決して上手く行くばかりではありません。

だからこそキーワードの分析が必要であり、そのためには「アクセスが来ない原因には2つある」ということを理解しなければいけません。

- ・そもそも上位表示されていないのか？
- ・上位表示されたのにアクセスが集まらないのか？

この二つの原因は全く異なるものなので、今からこの違いを見ていきましょう。

■そもそも上位表示されていない？

上位表示というのはグーグルで
あるキーワードを検索した時に1ページ目に
自分のサイトが表示されることを言います。

要は「バナナ ダイエット」で検索をしたとして、
1位～10位までが上位表示されている状態です。

検索者は1ページ目のサイトはよく見ますが、
それ以降のサイトはほとんどアクセスしません。

従って1ページ目に自分のサイトが表示されないと、
実質ないのと同じであり、アクセスが来ないのです。

だから上位表示されていないのであれば、
アクセスが集まらないのは当然なんですよ。

そして上位表示されない原因ですが、
これは要するに他のライバルが強いからです。

でも、僕たちはライバルと正面から戦わず、
「ずらし」でライバルを避けているはずですが。

それでも避けれていないということは、
これは自分のキーワード選定に
問題があるということになります。

勝てると思って自分がキーワードを選んだのに、
実際には他のサイトに負けて上位表示出来なかった。

単純にこれで考えると、
自分のキーワードに改善の余地がある
ということがはっきりと理解できるわけです。

勝てると思ったキーワードで負けたということは、
周囲のサイトが自分の予想以上に強かったということ。

でも、ここから学ぶことも出来るわけで、
今回 SEO で負けたサイトと同系統のサイトには、
同じような条件下では負ける可能性が高いわけです。

なのでこの分析を繰り返していけば

「自分が勝てるサイトと自分では勝てないサイト」

の違いがかなり理解できるようになるはずです。

失敗しないキーワード選びをするためには、
まずはこの分析を行っていきましょう。

■上位表示されたのにアクセスが集まらない

では次に、上位表示されたにもかかわらず、アクセスが集まらなかった場合です。

自分のサイトが上の方にはあるのにアクセスが来ていないということは、これは単純に検索者が誰もいないのです。

なので今回のキーワードは失敗であり、そして同じようなキーワードを他の場面で使っても、失敗する可能性が高いわけですね。

だからこれもただの失敗ではなくて、

「アクセスの来ないキーワードのパターン」

を掴むのに非常に有効です。

基本的に稼げない人ほど、
思考停止して物事をとらえてしまっています。

だから流れ作業で進めてしまい、
そして改善を図るために頭を使うことを嫌います。

でも、幾らトレンドが単純作業でも、
さすがに少しは頭を使わなければいけません。

だからこそ記事を書いて満足せず、
必ず書いた内容を分析してください。