

**個人ブログ、
今後にも普通に勝てます
(勝つ為の方法について)**

今後の個人ブログの方向性

- 【1】 今後なにをすればいいのか？
= 1日でも早い脱・超初心者
- 【2】 多数の個人に埋もれない(頭半分だけ出ればOK)
- 【3】 周辺キーワードをしっかりと使っていく
- 【4】 サードパーティークッキー廃止について
= 結論、ブログ段階では気にしないでOK

久しぶりの投稿なのでまずはここから

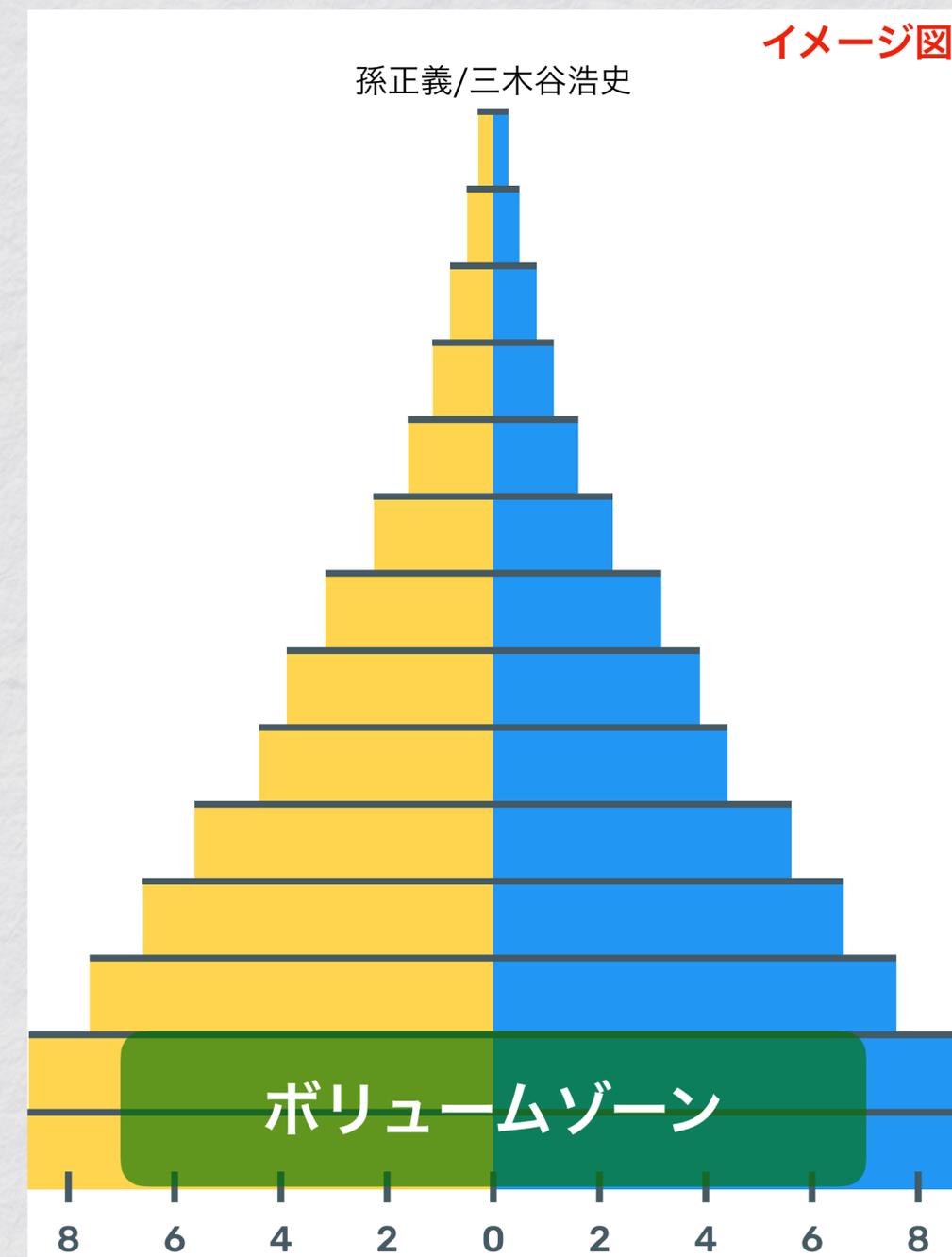
最初にインプットしておくべきこと

【1】 広告主は依然として増えている(市場拡大)

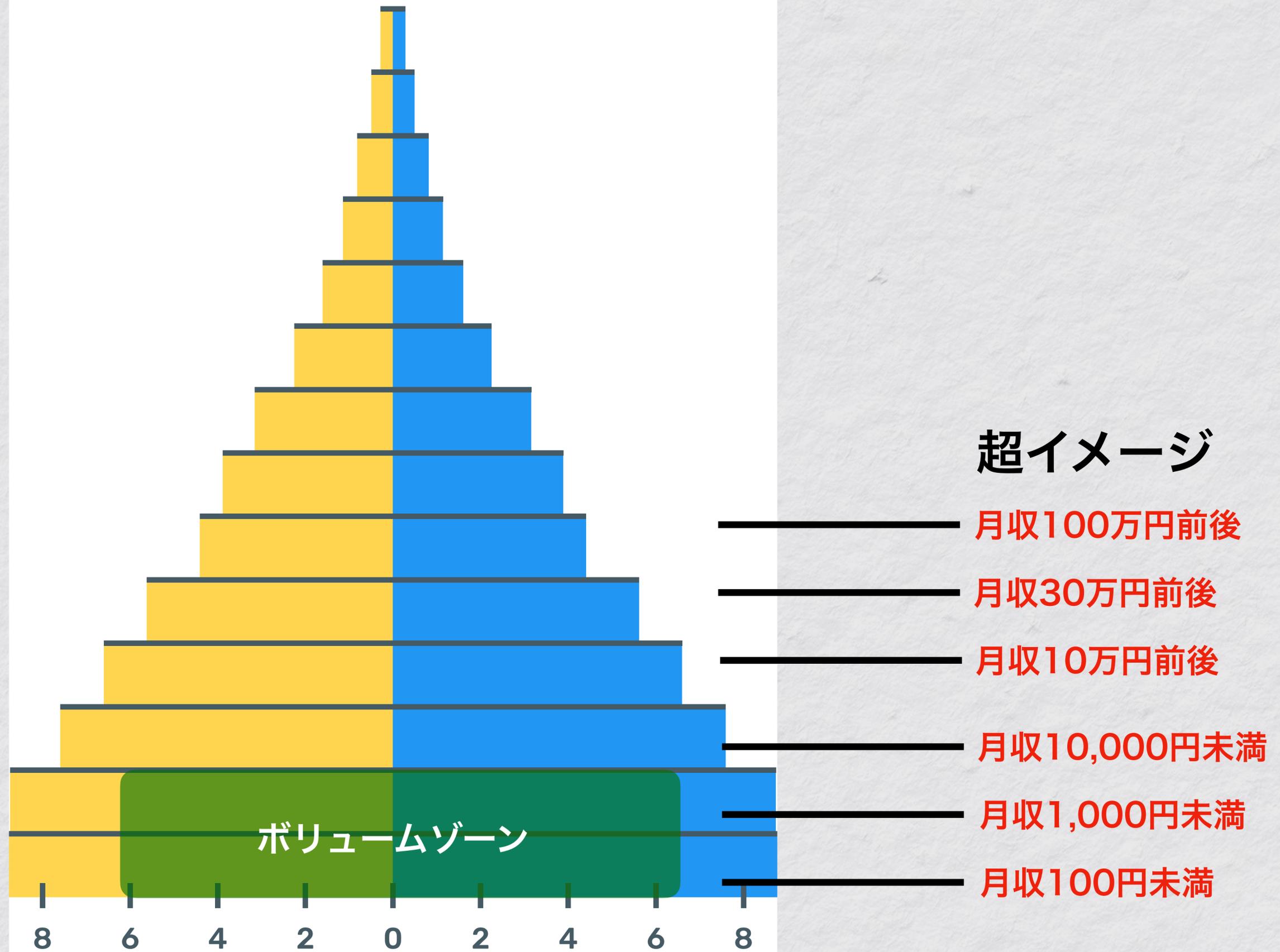
【2】 一方で個人ブログ/サイトも年々増加

【3】 **ボリュームゾーン**が年々増加
(全て始めたての超・初心者含む)

【4】 このボリュームゾーンを1日でも早く
突破することで色々な道が見えてくる
=拡大する市場をより、自分のものに...!!

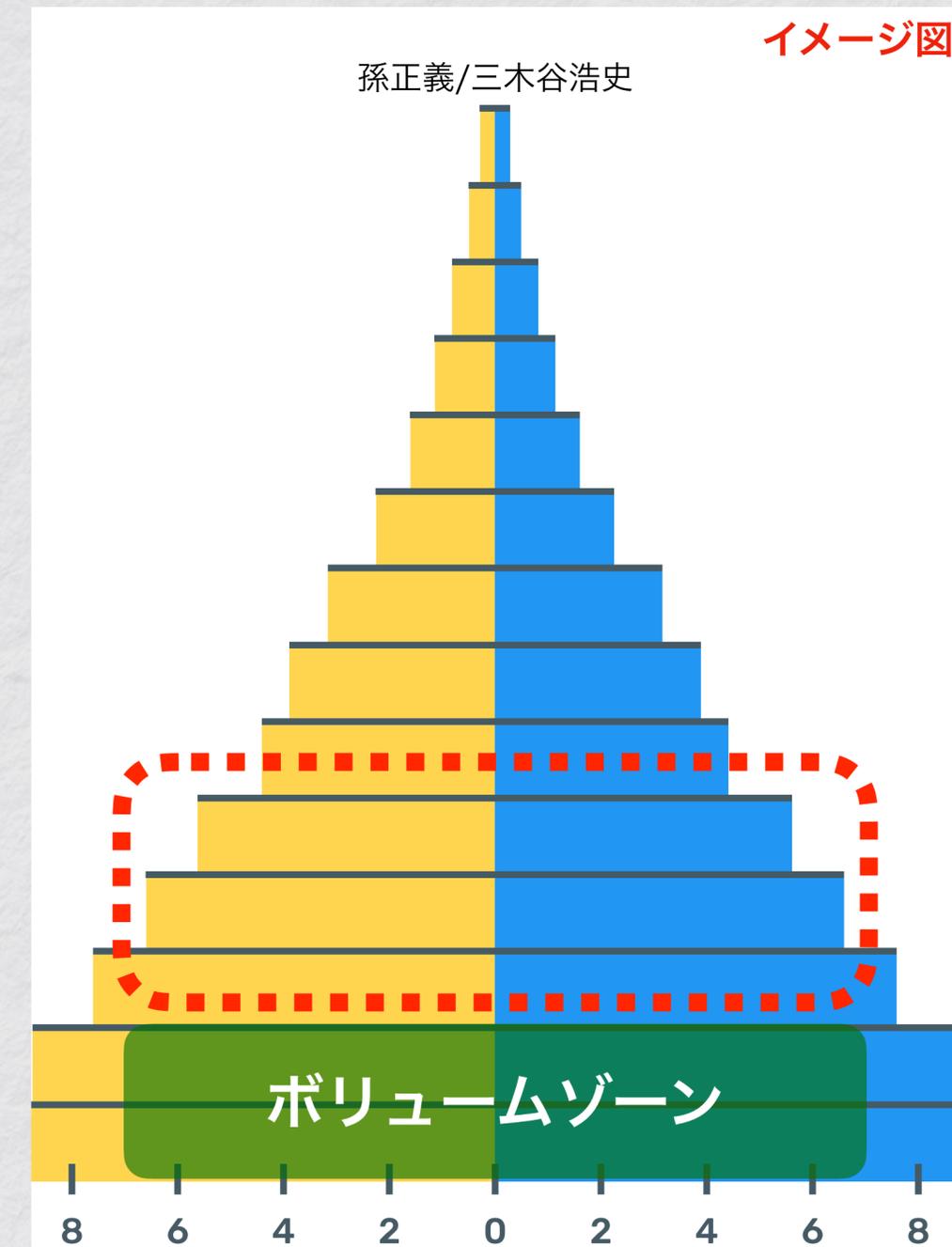


孫正義/三木谷浩史



【モチベUP】 事実、様々な収益確保が可能

- 【1】 自分で稼いで学ぶことの凄さ・必要性を少し知るだけでモチベUPにも繋がります
- 【2】 **最低限でもSEOの知識が身に付く**
ブログ構築方法や記事コンテンツの書き方
(例：TCD使えばそれっぽいサイトになる)
- 【3】 **Googleアナリティクスの設置だけで、**
5万円払ってる会社も…
- 【4】 サイト保守なんて余裕で出来ます

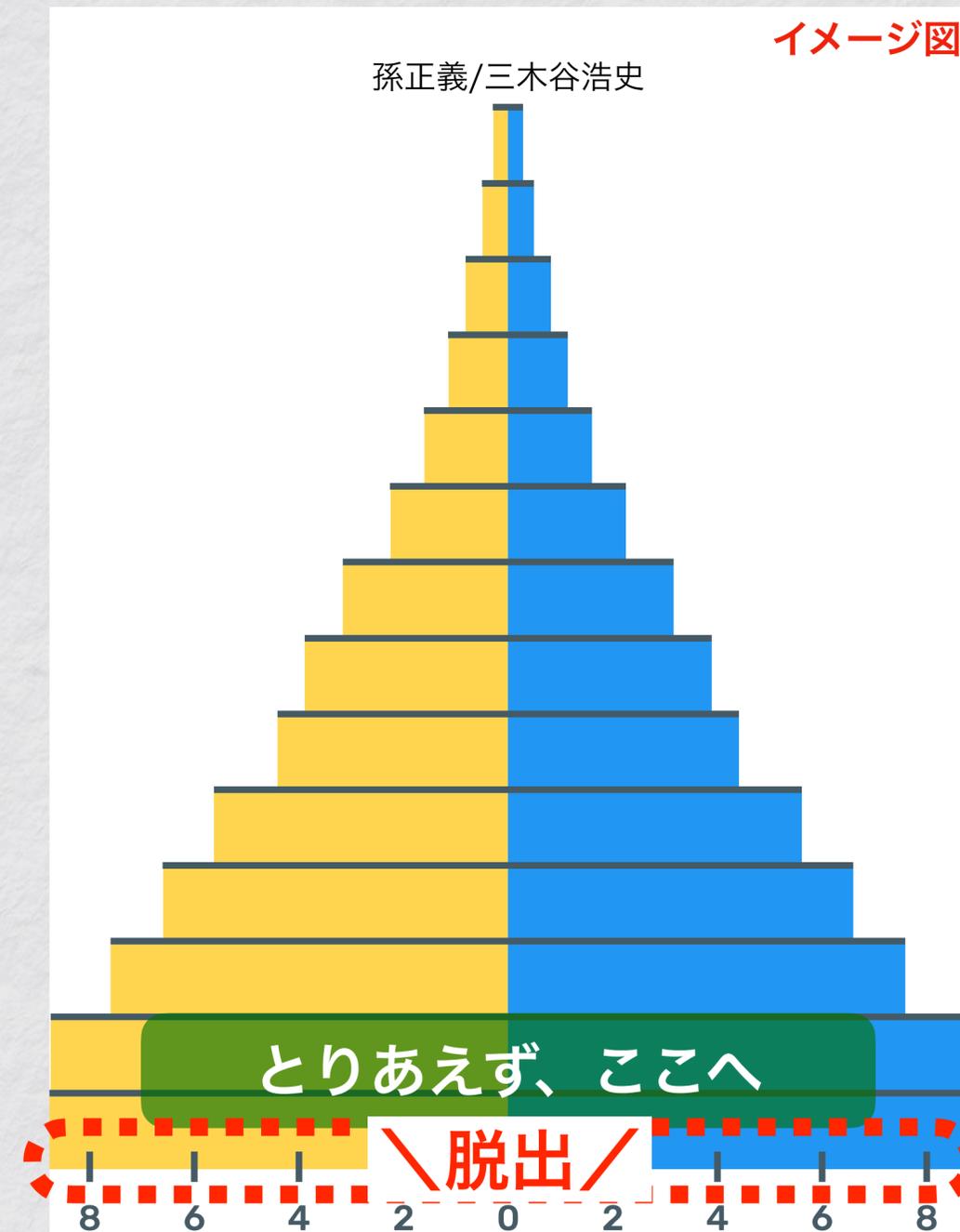


個人ブログ/サイトで勝つ為の方法-1

- 【1】 2021年～2022年現在にかけて、
法人(特に上場企業)の上位表示がしやすい事実は相変わらず。
- 【2】 覚えておきたいのは、
法人と個人で攻めるべき領域が違うということ。
- 【3】 何故、法人が有利とも言われているのか？
=書き手の信頼性を重要視する内容が注目されやすいから(E-A-T)
- 【4】 収益性の高い案件：脱毛情報、育毛剤、不動産、医療
(同じキーワードで競合しやすい)

個人ブログ/サイトで勝つ為の方法-3

- 【1】 前項とライバルチェックを行うことで、**ボリュームゾーンの底はまず脱出**です。
- 【2】 いくら個人と相性の良い市場でも、**競合比で厳しい場合には時期尚早**
- 【3】 初期のライバルチェックは本当に大事。
= **ドメイン強くなってくれば後出し戦法で**
- 【4】 そこからもう1歩、抜け出すことが
2022年以降は必要に(重要)。



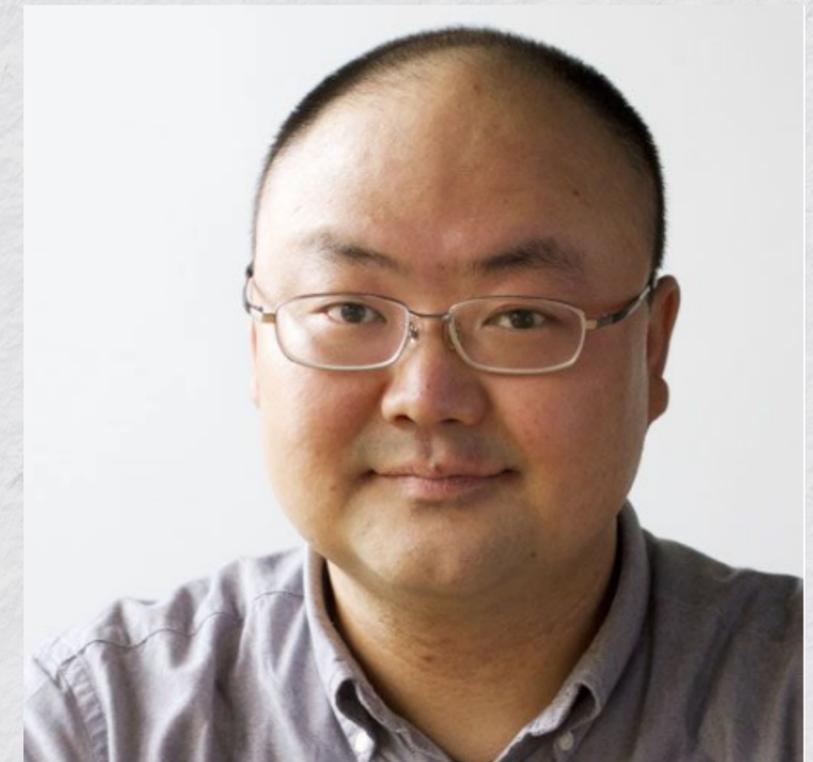
個人ブログ/サイトで勝つ為の方法-4

【1】 Googleの検索エンジンを長きに渡り研究している人の意見

「『いかがでしたか?』で終わる、いわゆるトレンドブログに代表される記事です。
私もこの部分には不満しかない」

【2】 ↑なんて書かれているものの、 様々なブログは未だに上位表示している事実 =Google的にもアクセス数は重要

【3】 結局のところ本質は、 検索者の検索意図をしっかりと満たせるか否か =記事の書き方は今後更に重要度が加速する予感



はっきりと言える理由

【1】ここ1年ほど、様々なクライアントと接してきました。

- ・個人でブログやメルマガ使って徹底的に稼ぎたい人はもちろんですが、
- ・医療法人(内科/外科系)・・・**サイト構築&問い合わせUPコンサル**
- ・歯科医・・・**サイト構築&問い合わせUPコンサル&記事制作**
- ・上場企業・・・**オウンドメディアの認知UPコンサル&記事外注代行**
- ・中小企業・・・**自社ホームページの集客&売上UPサポート**
などなど

【2】個人と法人(医療系&事業系企業の両方)に携わってきた上で、**明らかに個人でも勝てる分野とそうではない分野が見えました。**

【3】ちなみに法人クライアントは知り合いからの紹介が多いです

- 個人でブログやメルマガ使って徹底的に稼ぎたい人はもちろんですが、
- 医療法人(内科/外科系)・・・**サイト構築&問い合わせUPコンサル**
- 歯科医・・・**サイト構築&問い合わせUPコンサル&記事制作**
- 上場企業・・・**オウンドメディアの認知UPコンサル&記事外注代行**
- 中小企業・・・**自社ホームページの集客&売上UPサポート**
などなど

ストア分析

5月1日~2022年7月31日 3月1日~2022年3月18日と比較

販売合計	セッション数	レポートを表示
¥0	14,466	↑538%

↑ 歯科医なのでサイト内販売はありません

医療法人社団

ダッシュボード

ホーム

更新 3

テーマ更新 1

申し訳ないですがクライアント名は出せません！

個人ブログ/サイトで勝つ為の方法-5

【1】 少し具体的な内容へと戻ります。

【2】 **記事の書き方が重要度を増す** ものであると私は考えています。

■書き方について

タイトルや見出しのSEO周りはもちろん、文章の内容がユーザー意図を
しっかり汲み取っているか、使いやすいサイトになっているかなど、
どうしても定義が広くなりがち。

【3】 **なのでまず、**

- (1) タイトル・見出し・本文で**周辺キーワード含め、キーワードを適度に使う**
- (2) **自分の言葉で書く(独自性)** の2つを徹底的に意識すること。

個人ブログ/サイトで勝つ為の方法-6

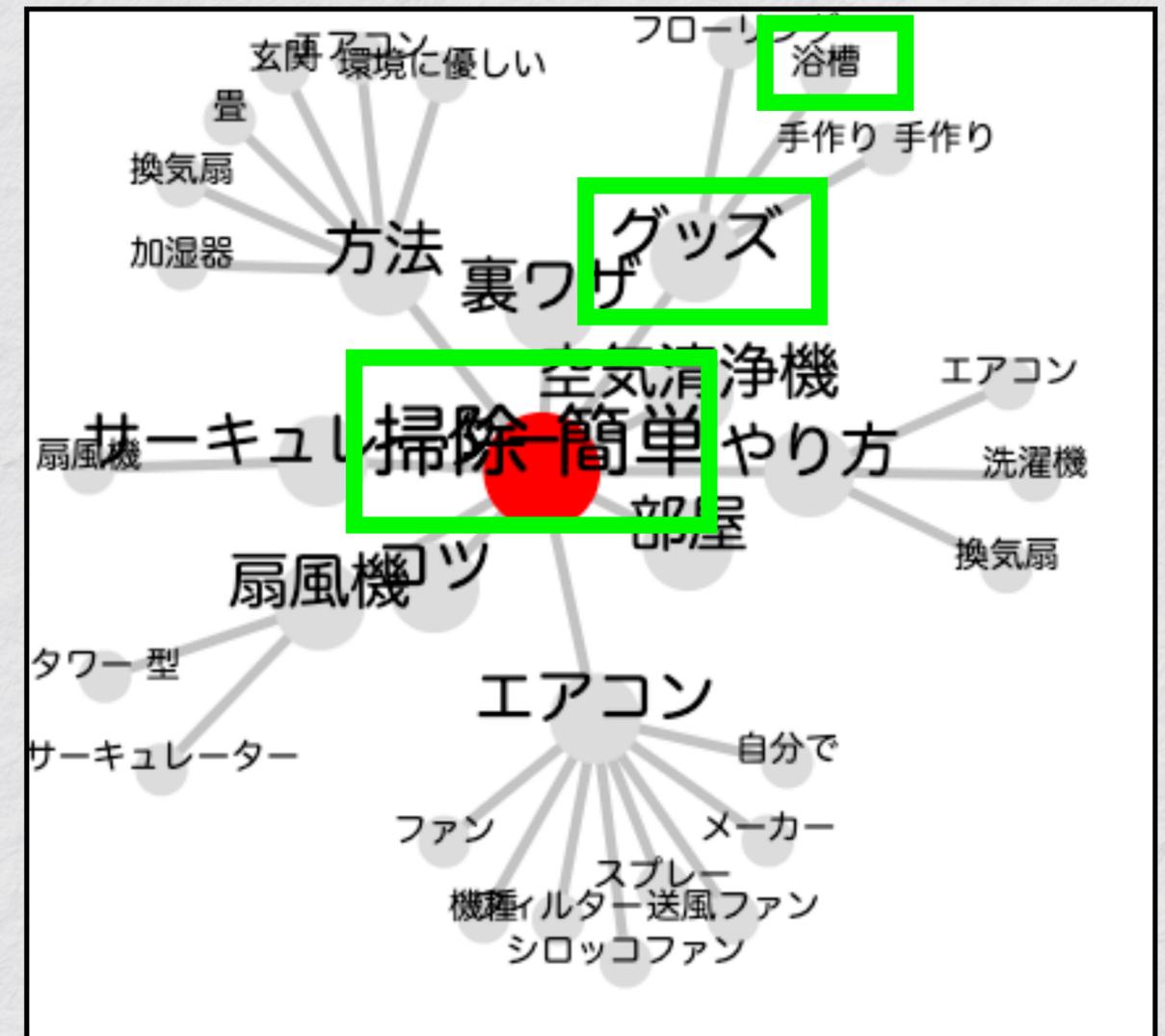
【1】 周辺キーワードについて

=検索を狙うキーワードと(1)一緒に検索されているものや(2)一緒に検索されやすいと考えられるもの、(3)おそらくは今後、追加の悩みとして出てくるものなど。

【2】 掃除 簡単 グッズ 浴槽 で考えてみましょう。

これで検索をする人は恐らく、
「簡単に浴槽を掃除できる掃除グッズを知りたい」
(顕在的な悩み)

「妻から指示されて浴槽をきれいに掃除しないとやばい」
「けど面倒だし、簡単にすぐ終わる掃除グッズ欲しい」
(仮説の潜在的な悩み)



顕在＋潜在＋周辺キーワード

【1】掃除 簡単 グッズ 浴槽 では

「簡単に浴槽を掃除できる掃除グッズを知りたい」



設定した背景には

「妻から指示されて浴槽をきれいに掃除しないとやばい」

「けど面倒だし、簡単にすぐ終わる掃除グッズ欲しい」



【2】では、妻に追い詰められている男性向けに 風呂掃除簡単グッズをあれこれ紹介するだけでいいのだろうか？

もう1歩、検索者をイメージする

【1】 掃除をすることの目的とは？

【2】 例えば

掃除は時間をととても使うため、今後の頻度を減らすには？

=**汚れにくくなる**洗剤はないか。

掃除の**時間を圧倒的に減らす**には？

=メラミンスポンジはどうか。

掃除を終えたあとのハイター的な臭いを少しでも早く無くすためには？

=扇風機を使って**風の循環を早める方法**はないか。

汚れを落とす以外のグッズで役に立つものはないのか？

=風呂用洗剤は**手が荒れやす**いためゴム手袋が必要なことを伝えるべきか。

=表面だけきれいにするのではなくパイプユニッシュで**中まできれいにする**べきか。

=**鏡が曇り**にくくなる商品があった方がいいのではないか。

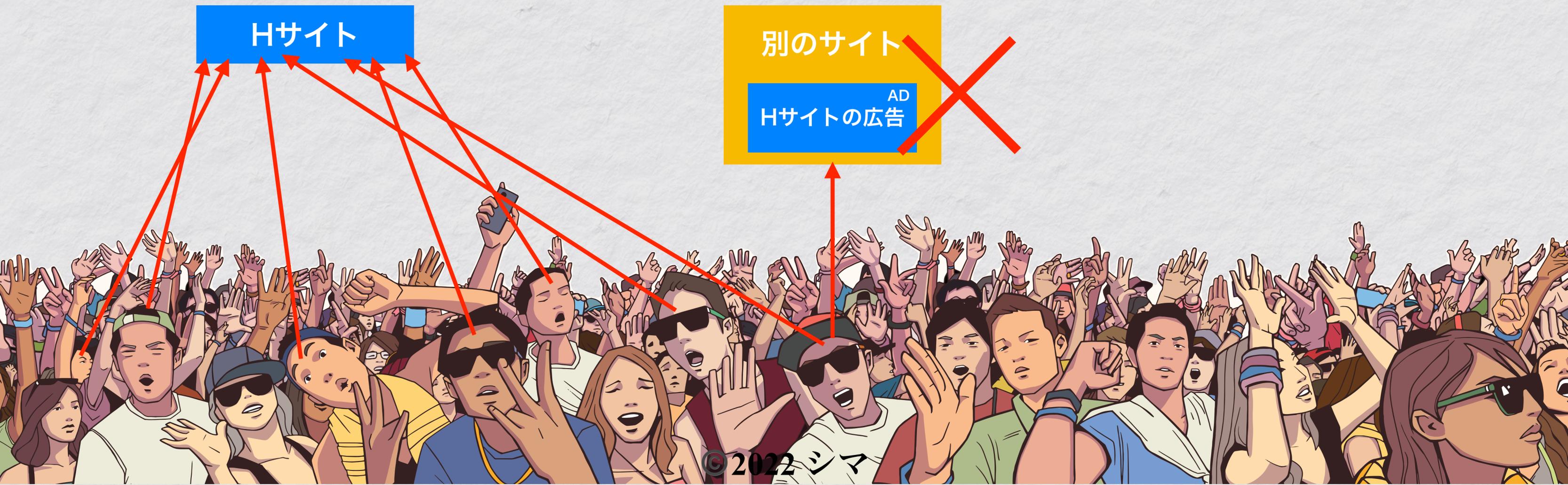
単なるグッズ紹介にとどまらない

- 【1】 そのグッズを実際に使う人をイメージする。
他の検索キーワードでも同じで、
検索者はなにかを知ってなにかを解決したい。
- 【2】 暇つぶしの為に色々調べ人もいるが、
それも暇すぎる時間で少しでも楽しみたい気持ちがある。
=であれば検索キーワードに加えて更に楽しめる情報とは？
- 【3】 この思考を繰り返し実践することで、
記事はどんどん良くなっていきますよ！！！！

サードパーティークッキー廃止について

【1】 広告がやばい！？なんて言われてます。

【2】 2023年後半と言われていたが2024年後半に変更



サードパーティークッキー廃止について

- 【1】 サイト訪問者やアフィリエイト広告のクリックをした人に絞って広告配信をするリターゲティング広告の精度が下がる懸念
- 【2】 検索流入で稼ぐサイトへの影響は気にしないでOK
(検索結果の上位表示とは別物)
- 【3】 自分のサイト訪問者に絞った広告配信をしている場合には影響が出てくる可能性があるのと、サイト訪問後〇〇日まで成果報酬として計測する、という場合のカウントがどうなるかはASPの担当へ確認
(FB広告などではコンバージョンAPI使えば計測できます)