

5,900社支援×650万UU/月メディア実績大公開

月間 650万UU^{!!} メディア「暮らしニスタ」のノウハウ大解剖！

～ユーザー心理を捉える最新のSEO施策～

こんな方に
おすすめ

- 💎 最新のSEOトレンドを理解して、SEO戦略を立てられていない
- 💎 SEOに効果的な記事を作るための編集チームがない
- 💎 多くの記事コンテンツを作成しているが上位表示されずに悩んでいる



積極的にTwitterでの発信をお願いします！

本日のハッシュタグ

#ウィルゲート

吉岡のTwitter ID : seoamigo



よしおか りょう

吉岡 諒

**株式会社ウィルゲート
専務取締役COO 共同創業者**

1986年7月8日生まれ（現在33歳）

慶應義塾大学経済学部卒業。

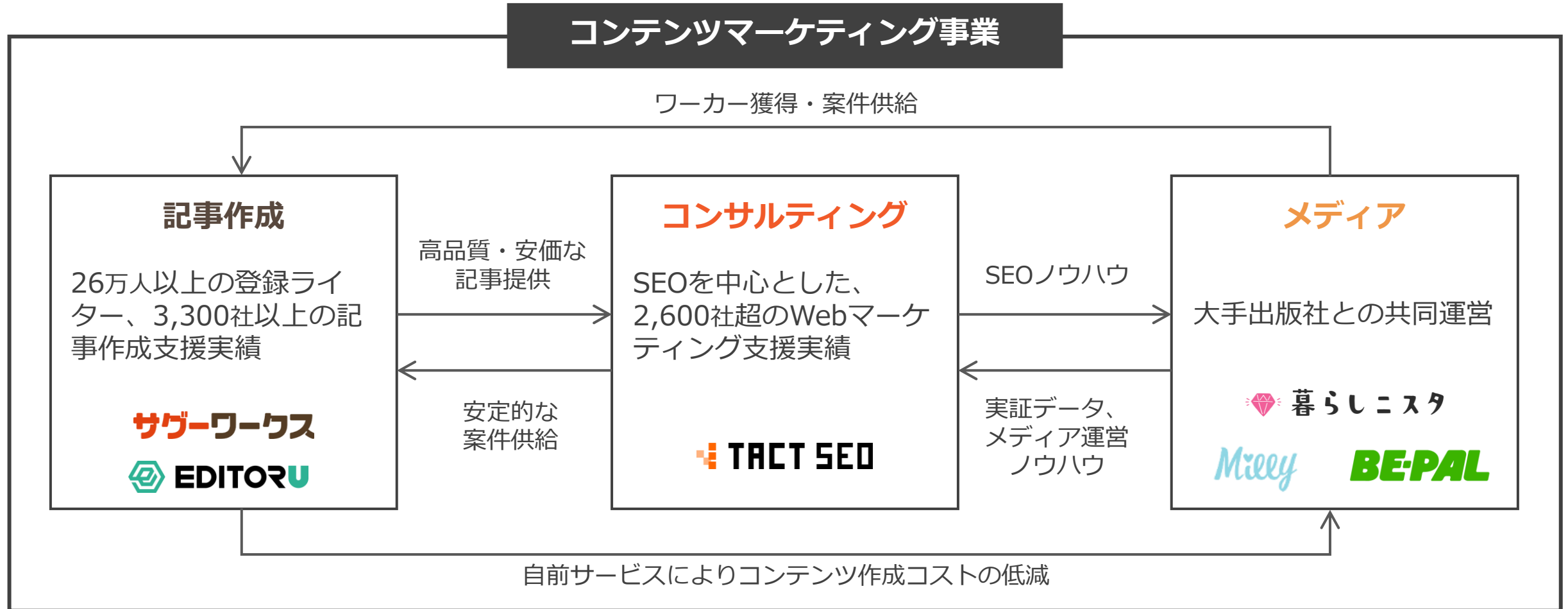
設立14年で延べ5,900社のWebマーケティング支援実績のある
コンテンツマーケティング事業部の最高責任者を務める。

書籍『ウィルゲート 逆境から生まれたチーム』（ダイヤモンド社）

略歴

2005年	・ 岡山県立朝日高校を卒業後、大学進学のため上京。幼馴染の小島梨揮（現CEO）とアパレルEC事業を開始。
2006年	・ 19歳で株式会社ウィルゲートを設立。専務取締役就任。
2012年	・ 記事作成サービス【サグーワークス】リリース。
2014年	・ 暮らしのアイデア投稿プラットフォーム【暮らしニスタ】をリリース。
2020年	・ 現在15期目を迎え、従業員数160名まで拡大。

記事作成、コンサルティング、メディアそれぞれの強み・シナジーを活かし
包括的なコンテンツマーケティング支援を実現。



▼ The Success Case of Kurashi-Nisuta

月間650万UUを達成した 暮らしニスタの成功事例

01.

暮らしニスタとは？ 1/2

主婦の友社 & ウィルゲート共同運営 暮らしのアイデア投稿メディア



2014年9月リリース

650万UU

3,200万PV / 月 突破

※UU=ユニークユーザー数、LINEアカウント込

ユーザーの8割が女性



ペルソナ

家庭が第一の専業主婦もしくはパートで働く“主婦”夫と子供（幼稚園～小学生）の5人暮らし。週末は大型ショッピングモールなどで過ごし、子供を軸としたライフスタイル憧れのユーザーのエッセンスを取り入れ、暮らしを豊かにしたい気持ちが強く、日々ネットで情報収集を行う。



暮らしニスタとは？ 2/2

毎日の生活や家事など”「暮らし」を楽しんでもらうこと”を目指す。

料理



材料2つ！！コンピニおにぎりで作る！簡単玉子雑炊☆
33236 View



【コーヒーミルのおすすめ】が全種類の比較テストで判明！
221481 View



大人気♡リラックマお稲荷さんの行楽弁当
73244 View



食パンでまんまるブードルちゃんのサンドイッチ
160597 View

DIY



ダイソー木箱で作る！アンティーク風小引出し♪
17149 View



セリアのアイテムをふんだんに！窓風ミラーと小物収納棚♡
28084 View



切って巻くだけ♪ 簡単可愛いフェルトのお花の作り方
108818 View



100均粘土で簡単！冷蔵庫に貼れちゃう☆マグネットフック♪
19833 View

家事



干し方ひと工夫で☆ニオイにも時短にも！
15414 View



100均木箱&お菓子型でキッチン収納
28155 View

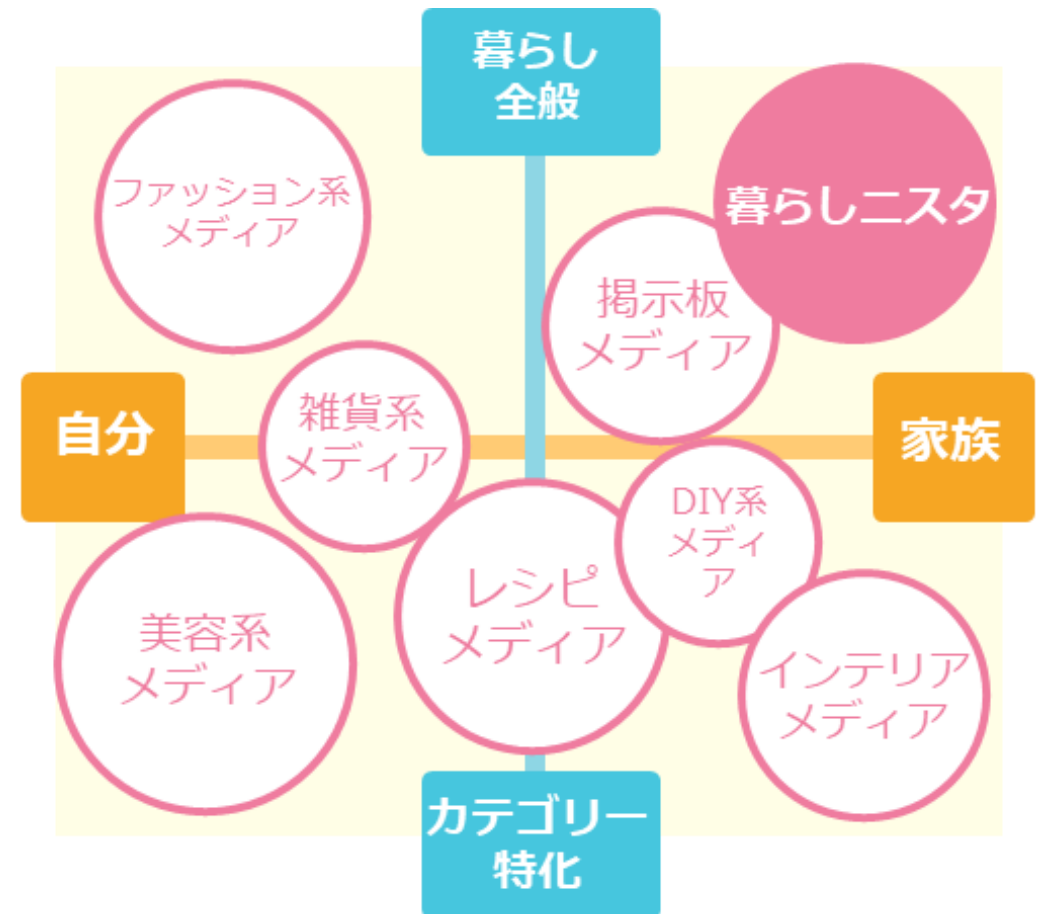


洗面台こんな方法でキレイKeep。
24811 View

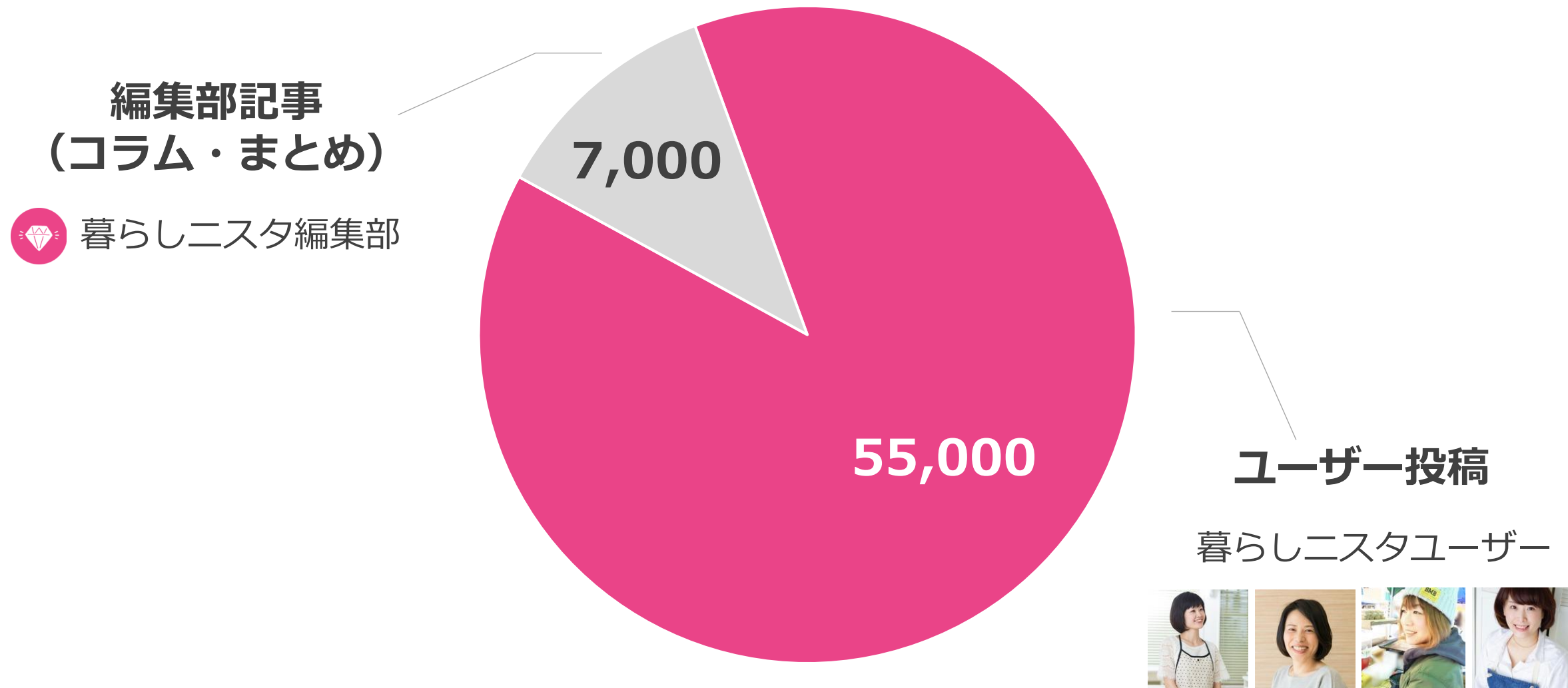


歯磨き粉を使った万能掃除ノウハウ
27282 View

暮らしニスタのポジショニング

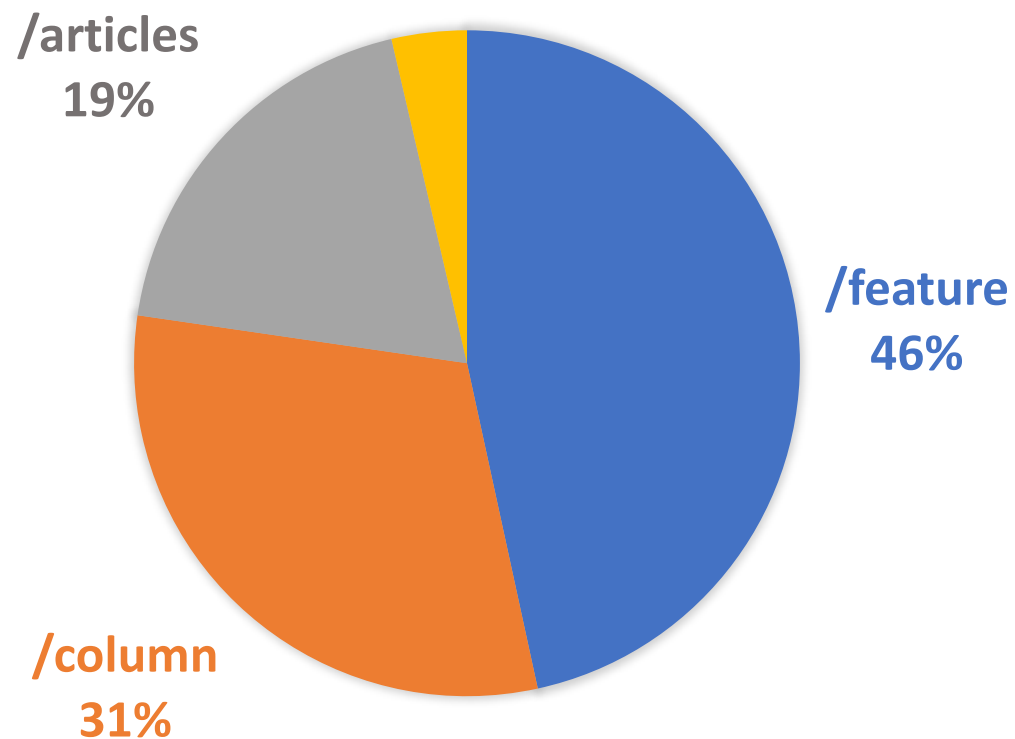


アイデア投稿数の実績



ディレクトリ別の流入数割合（自然検索経由）

自然検索の流入ページ割合



自然検索流入が多い上位1万キーワードのランディングページ割合

※. TACTデータ参照(2020年1月23日時点)

上位表示実績

キーワード	順位	想定月間検索回数
ダイソー	9 位	673,000 回
セリア	6 位	301,000 回
生姜焼き	6 位	201,000 回
コープデリ	5 位	135,000 回
コストコ おすすめ	3 位	90,500 回
キャラ弁	4 位	74,000 回
朝ごはん	3 位	60,500 回
運動会 お弁当	5 位	60,500 回

※. サイト内で流入数が多いキーワードを一部抜粋（2020年4月時点）

暮らしニスタのSEO戦略

		評価軸					評価
		読者価値	検索回数	コンテンツ量	競合性	作成難易度	
		サイトのコンセプト・世界観とマッチするかどうか。	検索ニーズが多く、上位表示した際の収益が見込めるか。	少ないコンテンツ量で上位表示を見込めるか。	同レベルのサイトが上位表示できているか。	対象ジャンルに詳しいライターが確保できるか。	
注力	食材	◎	かなり多い	少ない	中	低	◎
	家電	◎	かなり多い	少ない	中	低	◎
	化粧品・美容品	○	多い	普通	中	高	○
	格安スマホ	○	多い	多い	高	高	△
	FX	△	多い	多い	高	高	△

食材ジャンルのキーワードで多数上位表示

キーワード	順位	想定月間検索回数
朝ごはん	3 位	90,500 回
あさり 砂抜き	5 位	49,500 回
からすみ	3 位	40,500 回
トマトジュース	2 位	33,100 回
チーズフォンデュ 具材	2 位	27,100 回
ブロッコリー レンジ	2 位	27,100 回
納豆 賞味期限	3 位	18,100 回
グラタン 献立	3 位	18,100 回
デトックスウォーター	2 位	14,800 回
鍋 具材	2 位	14,800 回
ゆで卵 保存	1 位	12,100 回
ピーマン 冷凍	2 位	12,100 回
キャベツ 保存	2 位	9,900 回
ハンバーグ 冷凍	3 位	9,900 回
もやし 茹で時間	2 位	8,100 回

※. 2020年4月時点

上位表示しているサイトが、どれくらいサイト内に関連コンテンツを保有しているか調査。

Step.1 検索コマンドを使い検索

「allintitle:【キーワード】 site:【サイトURL】」で検索

Step.2 検索結果の左上部の数字を確認

約 1 件 (0.30 秒) サイト内にキーワードに関連するページがどのくらいあるか。

Step.3 キーワードごとに集計

	コーヒーミル おすすめ	アイロン おすすめ
1位のサイト	4ページ	22ページ
2位のサイト	19ページ	3,820ページ
3位のサイト	7ページ	83ページ
4位のサイト	5ページ	22ページ
5位のサイト	6ページ	9,370ページ
上位平均	8ページ	2,663ページ

この例では、
「コーヒーミル おすすめ」の方が難易度が低い。

ツールを用いて、上位ページの被リンク評価の強さをチェック。

「収納」の検索結果



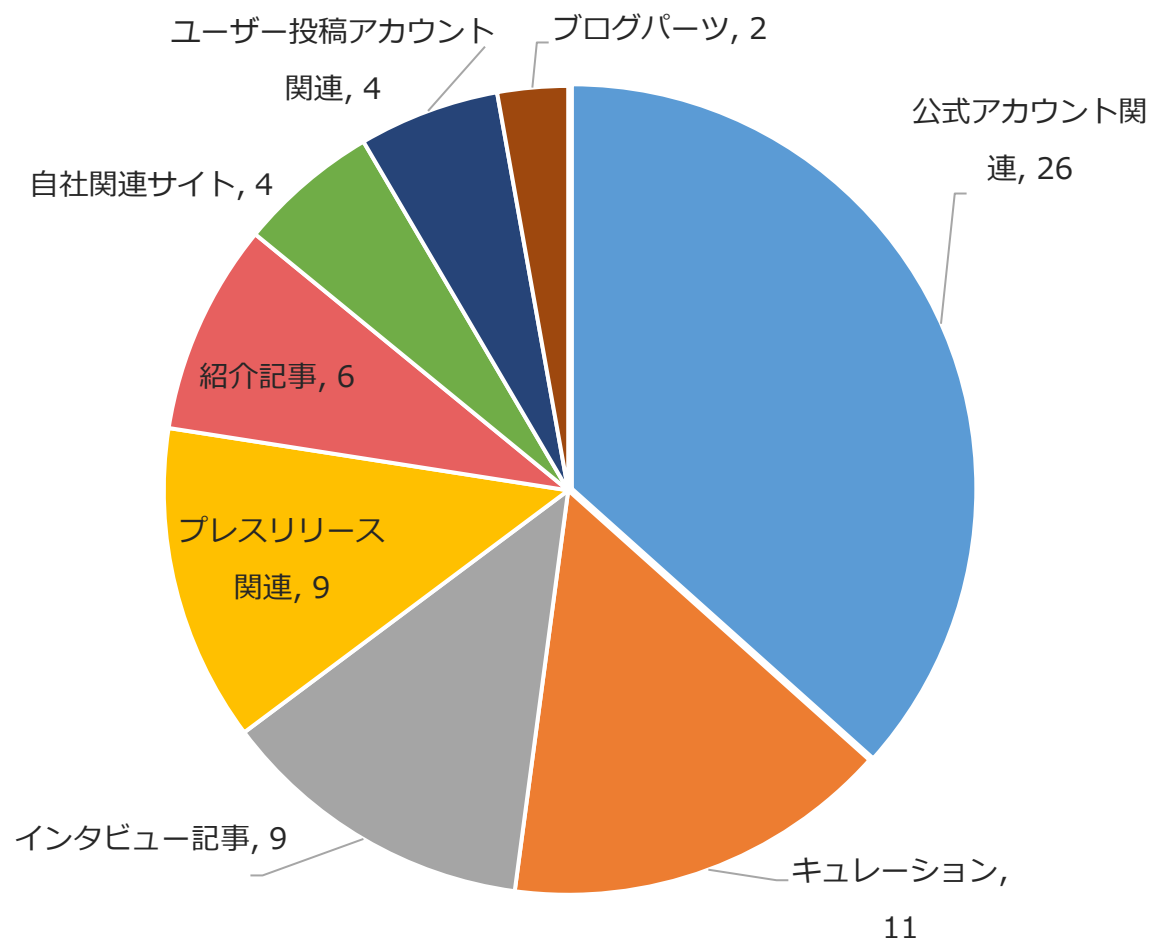
サイト	外部リンクスコア
ディノス	72
カインズ	66
ニトリ	66
アイリスオーヤマ	72
暮らしニスタ	67

「収納ケース」の検索結果



サイト	外部リンクスコア
ディノス	28
暮らしニスタ	14
キナリノ	2
ROOM CLIP	28
アイリスオーヤマ	0

複数の手法を地道に実践し、積み重ねていくのが重要。



※リンクが強い上位100ページの内訳

有効な被リンク獲得施策例

- ・ユーザーのブログパーツの設置
- ・企業からのプレスリリースリンク
- ・企業アカウントの開設
- ・キュレーションにまとめられる

etc...

暮らしニスタでのリンク獲得事例

テーブルマーク公式サイト

TableMark テーブルマーク株式会社

サイト内検索 検索

商品情報 | 簡単レシピ | 知る・楽しむ | 企業・採用情報 | 食の安全 | お問い合わせ | オンラインショップ

トップページ > 知る・楽しむ

知る・楽しむ

話題のCMや得するキャンペーンをはじめ、商品情報、楽しく学べるコンテンツなどテーブルマークのさまざまな情報をご紹介します。

商品を知る・楽しむ



冷凍うどんを楽しむためのコンテンツが満載。おいしさのヒミツや簡単レシピなどをお届けします。

詳しく見る

テーブルマークを知る・楽しむ



テーブルマークのCMやうどんとごはんをめぐるショートムービーなどをご紹介します。

詳しく見る

関連サイトで知る・楽しむ



暮らしのアイデアがいっぱい！テーブルマーク公式アカウント。

詳しく見る

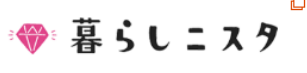
その他テーブルマーク公式サイト



うどんファンのための公式コミュニティサイト
プレゼントやレシピなど楽しい企画いっぱい！



「モニプラ」テーブルマーク公式ファンサイト
モニタープレゼントキャンペーン随時開催！



暮らしのアイデアがいっぱい！
テーブルマーク公式アカウント



テーブルマーク公式
Facebook
ページ



テーブルマーク公式
Instagram



テーブルマーク公式
Twitter
@TableMark

公式アカウントページ（暮らしニスタ内）

知りたい！数えたい！暮らしのアイデアがいっぱい！

暮らしニスタ 5th

人気ワードで探す | セリア ママ 知りたいワードで探す | アイデアを投稿する

TOP > テーブルマーク株式会社のページ





テーブルマーク株式会社

テーブルマークの公式アカウントです。うどん、ごはん、パン、お弁当など、食を楽しむための情報やレシピをお届けしていきます。

HP ▶ <https://www.tablemark.co.jp/>
Facebook ▶ <https://www.facebook.com/TableMark>
Other ▶ <http://www.beach.jp/community/TABLEMARK/>

+ フォローする

受賞・タイアップ

アイデア一覧

フォロー

受賞履歴

新着順

人気順



テーブルマーク株式会社さんの投稿したカテゴリ

- すべて(873)
- ショップ(0)
- イベント(7)
- 収納・整理整頓(1)

アイデアが見られた回数 622,937
ステキ数 3,684
フォロー数 97

コラムページが上位表示されやすいキーワードかどうかを判定。

「収納」で検索

検索結果一覧

EC

コラム

EC

コラム

EC

コラム

「収納ケース」で検索

検索結果一覧

EC

EC

EC

EC

EC

EC

TACT SEOの分析結果

親キーワード	想定月間検索回数	コラム度
収納ボックス	60,500	★★★★★
収納	33,100	★★★★★
収納 棚	27,100	★★★★★
収納 ケース	27,100	★★★★★
収納付きベッド	14,800	★★★★★
収納 アイデア	12,100	★★★★★
収納 家具	6,600	★★★★★
収納ボックス 押し入れ	5,400	★★★★★

SEOに強い記事を効率的に作成するために、下記フローで記事を作成。

フロー	企画		執筆	
	SEO観点	ユーザー観点	ライティング	構成・校閲
実施事項	- Google検索結果のリサーチを元にキーワードを選定。 - 上位ページに共通して含まれる要素を加味して、記事のテーマ/構成を要件化。	- キーワードからユーザーが”本当に知りたい”情報を連想し、テーマとして盛り込む。 - ユーザーに何をどの順で伝えるのがよいか、最終的にどのようなアクションへ誘導するかを設計。	対象ジャンルに詳しいライターをアサインし、執筆を依頼。	- 誤字脱字、明らかな虚実の記載がないかを目検でチェック。 - Googleにindexされている他のページと重複していないか、コピペ（盗用）されたものでないかをシステムでチェック。

Googleは「ユーザーが求めるものを上位表示」させてようとしている。
⇒ ユーザーニーズに応えるコンテンツをつくることが結果としてSEOにつながる。

Googleの思想・ポリシー

検索エンジンではなく、**ユーザーの利便性を最優先に考慮してページを作成**する。ユーザーをだますようなことをしない。

(中略)

どうすれば自分のウェブサイトが独自性や、価値、魅力のあるサイトといえるようになるかを考えてみる。同分野の他のサイトとの差別化を図ります。

SEOの考え方

「コストコ おすすめ」で上位表示したい！

⇒ 検索する人は、どんな心理で検索しているだろうか？



対象キーワードと合わせて検索されやすい語句（関連キーワード）から、検索ユーザーのニーズを深ぼる。

関連キーワード

[【コスパ最強】コストコで買いたいおすすめ商品14選 | おうちごはん](#)

アメリカ生まれの会員制スーパー「コストコ」。現在日本では全国に25店舗まで増え、少しずつ身近なお店として定着してきましたね。「コストコって本当にお得なの?」「使いきれなの?」とまだまだ使い慣れない方に、コストコ通（自称）の私がコストコのおすすめ...

コストコ おすすめに関連する検索キーワード

コストコおすすめ食べ物

コストコ おすすめ diy

コストコ おすすめ 日用品

コストコ 隠れ人気

コストコおすすめ 雑貨

コストコ 通 おすすめ

コストコ おすすめしない

コストコ おすすめ 2020

コストコ おすすめ お菓子

コストコ おすすめ パン

キーワード検索結果の下部に表示されるキーワード



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 次へ

サジェストキーワード



コストコおすすめ

コストコ 通 おすすめ

コストコおすすめ 雑貨

コストコ おすすめ商品

コストコ チーズ おすすめ

コストコ 肉 おすすめ

コストコ ワイン おすすめ

コストコ おすすめ パン

検索窓にキーワードを入力時に表示されるキーワード

検索キーワードに現れていないが、ユーザーが知りたいであろう情報を追加。

「コストコ クッキー」：1位の記事

ショップ

コストコの定番商品！★バラエティークッキー★の値段や味、冷凍保存方法について

2017.07.10 79459 ぶんびふまきさん他16人

ステキ

クリップ

コメント

ブログで紹介

いいね！1

ツイート

B! 7



香村葉さん

モノを減らして時間を生み出す、ロジカルなお片づけのプロ ライ...もっと見る

+ フォローする

Google はこの広告の表示を停止しました

この広告の表示を停止 広告表示設定 ①



<https://kurashinista.jp/articles/detail/36747>

キーワードに関する情報

- カロリー
- 値段
- 味
 - ・ チョコ
 - ・ オーツ麦
 - ・ トフィー
- 冷凍保存

- : h2見出しで指定
- ・ : h3見出しで指定

追加で知りたいであろう情報

- おいしい食べ方



正直、食感があまり好みではなかったため、そのまま焼きグリルで焼くことに。両面を軽く30秒ほど焼くとほんのりという香りがしてきました。



そして「焼く」というひと手間を加えたら、なんとまあ、食感が急にUP！まわりの部分は少し固めで中はしっとり。ほんとカントリーマアムのような感じです。

テーマに詳しいライターが執筆することで、最新の正しい情報を補足できた事例。

「コストコ 商品券」：2位の記事

ショップ

【裏技】コストコに1日無料で入場する方法2017・商品券はもう古い!

2017.07.23 736732 好きさん187人

ステキ クリップ コメント ブログで紹介 いいね! 406 ツイート B! 2



コストコ男子さん

コストコアドバイザーのコストコ男子です。コストコに違い続け...もっと見る

+ フォローする



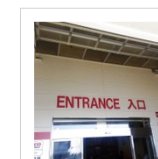
<https://kurashinista.jp/articles/detail/37250>

キーワードに関する情報

- 年会費
- 退会 全額返金
- 無料 会員と一緒に
- 無料 招待券
- 無料 チラシ
- 無料 カード
- 無料 注意点

最近更新された新情報

● 無料 商品券



【これ基本！】コストコの会員カード1枚で入れる大人と子どもの人数

2017.09.19

いつもは家族で行っているコストコだけど、たまにはお友達と一緒にコストコに行くこともありますよね！その友達がコストコの会員ならいいですが、そもそもコストコに行ったことがないなんていうお友達だと、自分の会員カード1枚で何人ま...続きを見る



コストコ商品券ではなくプリペイドカードで無料入場

以前はコストコ商品券があれば、無料でコストコに入場をすることができましたが、コストコ商品券が廃止され、今ではプリペイドカードに移行されました。プリペイドカードがあれば、無料でコストコに入ることができます。そこで、コストコプリペイドカードをどうやって入手して、どうやって使えばいいのかを紹介したいと思います。

▼ SEO conscious High-quality content creation flow

SEOを意識した 高品質なコンテンツ作成フロー

02.

SEOを意識したコンテンツ作成フロー

コンテンツ作成は、大きく4つのフローを経て進めていく。
各フローでSEOを意識することが重要。



STEP1 関連キーワード取得

SEOツールを用いて、メインキーワードから関連キーワードを取得。

メインキーワード

メンズ 化粧水

関連キーワード

メンズ 化粧水 乳液	メンズ 化粧水 アンチエイジング	メンズ 化粧水 やり方
メンズ 化粧水 おすすめ	メンズ 化粧水 朝	メンズ 化粧水 デパート
メンズ 化粧水 ニキビ	メンズ 化粧水 30代	メンズ 化粧水 女性用
メンズ 化粧水 オールインワン	メンズ ほうれい線 化粧水	メンズ 化粧水 おすすめ 無印
メンズ 化粧水 ブランド	メンズ 化粧水 方法	メンズ 化粧水 アラミス
メンズ 化粧水 amazon	メンズ 化粧水 ビタミンc	メンズ 化粧水 アクアモイス
メンズ 化粧水 おすすめ 市販	メンズ 化粧水 バレンタイン	メンズ 化粧水 いい匂い
メンズ 化粧水 ドラッグストア	メンズ 化粧水 敏感肌	メンズ 化粧水 イソフラボン
メンズ 化粧水 夏	ディオール メンズ 化粧水	メンズ 化粧水 40代
メンズ 化粧水 脂性肌	ディーエイチシー 化粧水 メンズ	メンズ 化粧水 伊勢丹

STEP2 キーワードグルーピング

関連キーワードの検索結果を調査しながら、類似のニーズを持つ複数のキーワードを整理する。

✗ 1キーワードにつき1記事作る

メンズ 化粧水 ランキング 🔍

📝 × 1ページ

メンズ 化粧水 おすすめ 🔍

📝 × 1ページ

メンズ 化粧水 おすすめ 市販 🔍

📝 × 1ページ

メンズ 化粧水 方法 🔍

📝 × 1ページ

メンズ 化粧水 朝 🔍

📝 × 1ページ

メンズ 化粧水 夏 🔍

📝 × 1ページ

○ 検索意図が類似するテーマはまとめて1記事作る。

メンズ 化粧水 ランキング 🔍

メンズ 化粧水 おすすめ 🔍

メンズ 化粧水 おすすめ 市販 🔍

📝 × 1ページ

メンズ 化粧水 方法 🔍

メンズ 化粧水 朝 🔍

📝 × 1ページ

メンズ 化粧水 夏 🔍

📝 × 1ページ

STEP2 キーワードグルーピング

関連キーワードの検索結果を調査しながら、
類似のニーズを持つ複数のキーワードを整理する。

同じグループ

同じグループ

検索結果

メンズ 化粧水
ランキング



メンズ 化粧水
朝



メンズ 化粧水
夏



メンズ 化粧水
おすすめ 市販



メンズ 化粧水
方法



順位	URL
1位	http://★★★★
2位	http:// . . .
3位	http:// . . .
4位	http://■■■■
5位	http:// . . .
6位	http:// . . .
7位	http:// . . .
8位	http:// . . .
9位	http:// . . .
10位	http:// . . .

http:// . . .
http://●●●
http:// . . .
http:// . . .
http://▲▲▲
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .

http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .

http:// . . .
http:// . . .
http://★★★★
http:// . . .
http://■■■■
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .

http://▲▲▲
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .
http://●●●
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .
http:// . . .

STEP3 読者ニーズの把握

読者の表面的なニーズではなく、本質的なニーズまで深ぼることが重要。

検索キーワード

🔍 「メンズ化粧水 選び方」

なぜそのキーワードで検索するのか？

表面的なニーズ

メンズ化粧水の選び方が知りたい。

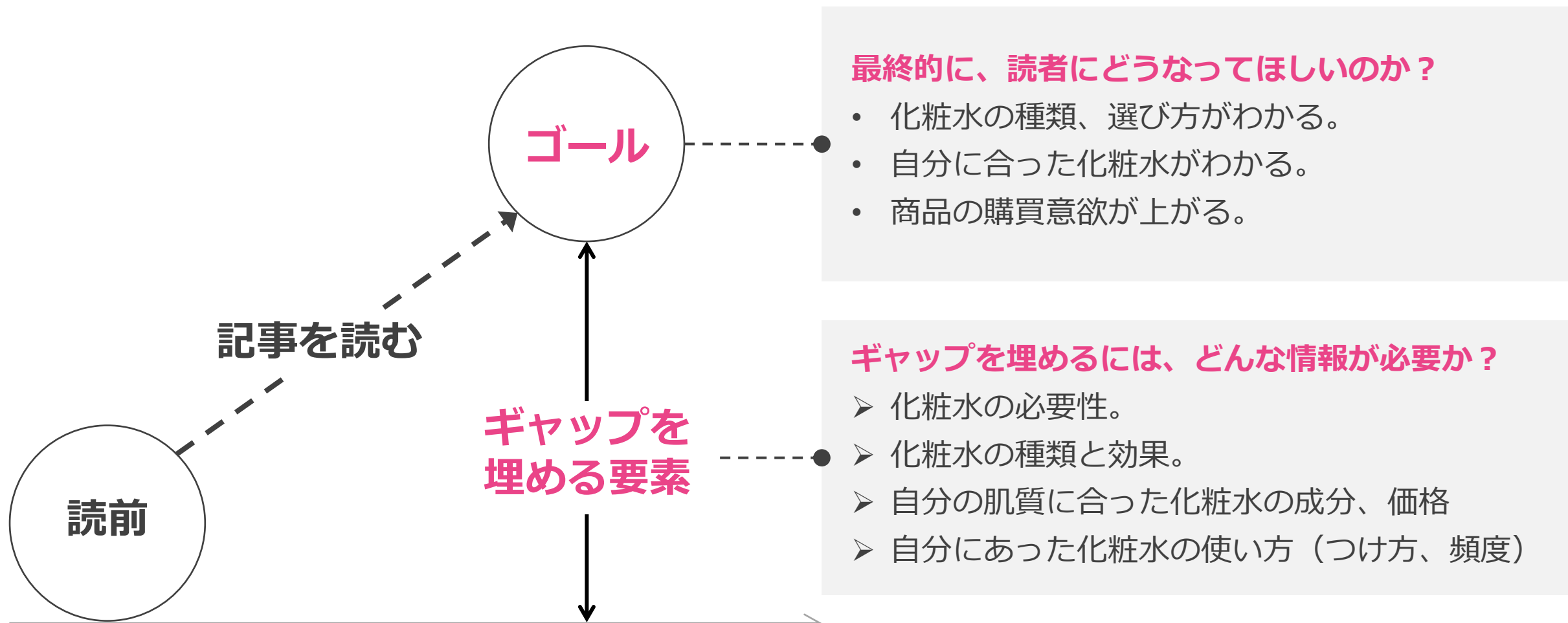
なぜ、知りたいのか？

本質的なニーズ

自分の肌質に合う化粧水を使って、肌トラブルを改善したい。

STEP4 記事のゴールと要素の設定

「読者にどうなってほしいのか」と
「そのためにはどんな情報が必要か」を具体的に明確化する。



STEP4 記事のゴールと要素の設定

ゴールやニーズの仮説を元に、以下の方法で記事に必要な情報を洗い出す。

検索エンジン

上位に表示されているページに掲載されている要素を書き出す。

「メンズ 化粧水」の例

肌質要素

- オイリー肌
- 脂性肌
- 敏感肌
- 混合肌
- 乾燥肌
- 普通肌
- 肌荒れ
- ニキビ
- 髭剃り
- 日焼け

ブランド要素

- アラミスラボ
- キールズ
- ビオテルムオム
- クリニークフォーメン
- 資生堂メン
- プラウドメン
- DINOMEN
- 4vo
- バルクオム

基礎知識要素

- 最近のメンズスキンケア事情
- 化粧水の使い方
- 化粧水の成分と選び方
- 男性化粧品の種類
- オールインワンとは？

Q&Aサイト

参考情報としてキーワードに関連してユーザーが、どのような疑問を持っているか調査。



STEP5 ストーリー設計

洗い出した要素をもとに、要素に関する回答を含めることを意識して、記事の展開（ストーリー）を作成。

ストーリー作成のポイント

1. どのような順序で物事を説明するのか。
2. 何をどれぐらいの細かさで説明するのか。
3. プラスαの情報が必要であれば入れる。
4. 粒度を意識してストーリーを作る。

ストーリー展開例

まずメンズもスキンケアする時代を説明（導入文）

化粧水の大事さと、その効果や意味を説明

その他洗顔料、美容液、乳液にも軽く触れる

スキンケア方法・化粧水の使い方を説明

化粧水を選ぶポイントの説明（肌質）

各肌質の説明

化粧水を選ぶポイントの説明（成分）

各成分の説明

化粧水を選ぶポイントの説明（価格）

化粧水を選ぶポイントの説明（安全）

おすすめの化粧水の紹介

各商品の説明

STEP6

タイトルと見出しの作成

タイトルと見出しの質が、アクセス数・収益に影響する。

タイトル

タイトルは収益・アクセス数に直接的に影響する。

タイトル作成のコツ

- 役に立つことが一目でわかる。
 - 知りたかったことが書かれているということが伝わる。
 - 出来なかったことができるようになる。
 - 知らない情報を知ることができる、読んだら得をする。
- タイトルと記事の内容が一致している。
- 具体的なメリットや数字が入っている。
- 簡潔で短く、インパクトがある。

見出し

タイトルのように凝る必要はない。端的に粒度を揃える。
無理にキーワードを繰り返し含める必要はない。

企画フォーマットのイメージ

段落構成	タイトル/ 見出し	見出しごとの指示	文字数 イメージ
タイトル/ 導入分	タイトル	〇〇を踏まえて××を説明してください	200～300
	大見出し1	-	-
1段落目	-中見出し1	〇〇を踏まえて××を説明してください	400～600
	-中見出し2	〇〇を踏まえて××を説明してください	400～600
2段落目	大見出し2	-	-
	-中見出し1	〇〇を踏まえて××を説明してください	400～600
	--小見出し1	〇〇を踏まえて××を説明してください	400～600
	--小見出し2	〇〇を踏まえて××を説明してください	400～600
	-中見出し2	〇〇を踏まえて××を説明してください	400～600
	--小見出し1	〇〇を踏まえて××を説明してください	400～600
	--小見出し2	〇〇を踏まえて××を説明してください	400～600

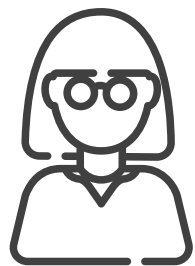
STEP7 ライター選定

ライターを選ぶ基準は「専門性」と「文章能力」。

専門性

ジャンルの「専門性」の有無によって
深み・濃さ・説得力が全く違う。

例)

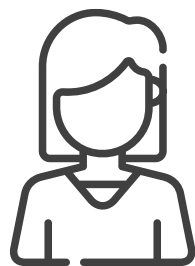


車に詳しい（好きな）
ライター

タント
N-BOX
ハスラー
ヴォクシー

クラウン
ノート
プリウス
レクサス

価格
選び方
注意点
おすすめ



車に興味のない
ライター

タント
プリウス

価格

文章能力

以下の5つの能力を見極める。
「構成力」「理解力」が特に重要。

表現力

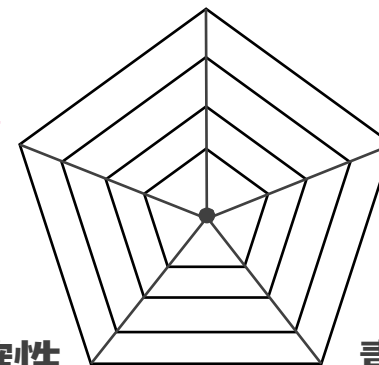
魅力的な表現で伝えられる能力

構成力

流れを理解して
組み立てられる
能力

理解力

指示内容を
適切に
読み取れる能力



正確性

細かいところまで
注意できる性格

責任感

納期やルールなど
遵守する性格

SEOを意識したコンテンツ作成フローのまとめ

キーワード選定

キーワードをしっかりと洗い出し、それを正しく分類することが重要。

企画

「誰」に「どんな情報」を「どんな順序」で伝えて、読後に「どうなってもらうか」から逆算して構成するのが重要。

ライティング

テーマに関する知識が豊富かつ、文章執筆能力が高いライターをアサインし、適切に指示を出すことが重要。

⇒ **全てのフローを自社で行うことは、難しい。**

Introduction of our service

弊社のサービス紹介

サイトの施策フェーズや課題に合わせサポートが可能

サイトの施策フェーズ		施策が必要な状態	実施すべき施策
STEP 1	目標・KPIの設計	✕ 目標設定の元になる戦略が不明確	 キーワード・競合・分析調査・戦略企画
STEP 2	課題の抽出	✕ サイトの課題が特定できていない	 SEO分析・課題抽出
STEP 3	サイト改善戦略の立案	✕ 最適な手段が明確になっていない	 想定効果・想定シミュレーション算出
STEP 4	施策の優先順位付け	✕ 施策の優先順位がつけられていない	 施策インパクト算出
STEP 5	施策の実施	✕ 施策はしているが最適な施策かは不明	 施策反映・運用
STEP 6	効果検証・追加施策	✕ 施策はしているが最適な施策かは不明	 レポート・効果検証・追加施策提示
STEP 7	内製化の取り組み	✕ 内製のノウハウがない 内製したが効果が出ない	 体制の構築 ツールの活用

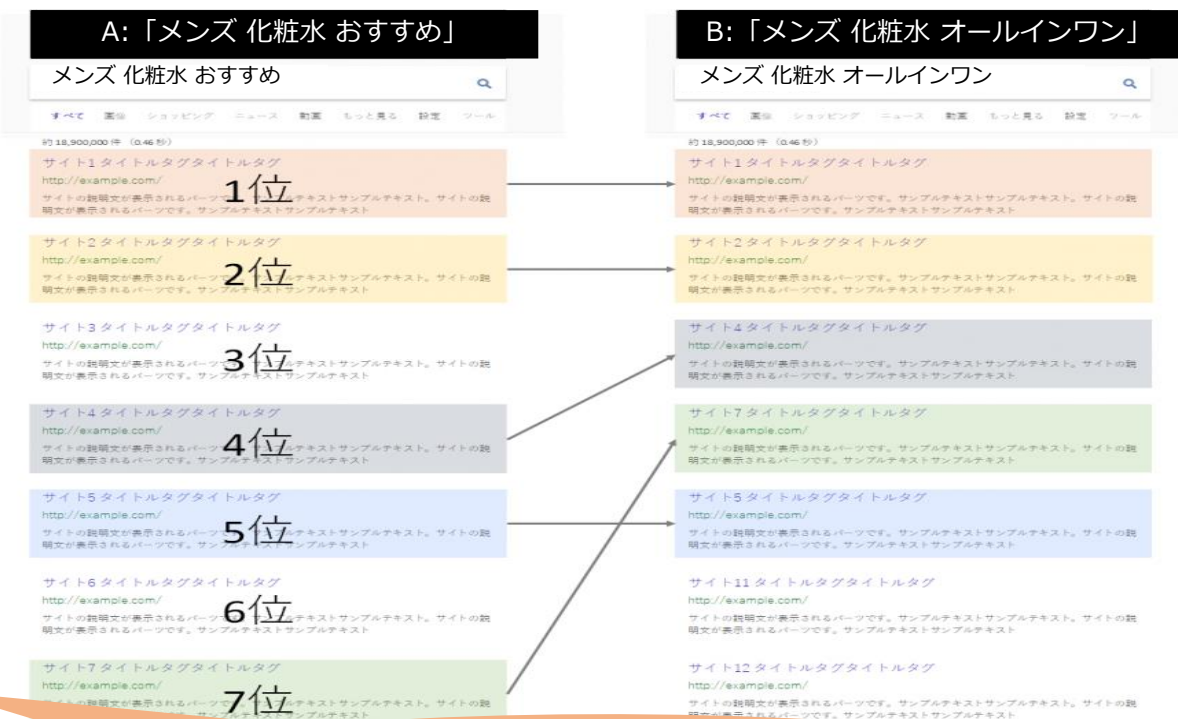
キーワード設計

独自開発した解析ツールにより、最適なキーワードを設計

抽出

調査

分類



SERPs分析を行い、キーワードグルーピングと必要な目安文字数をご提案

コンテンツ設計：200,000円/スポット

TACT SEO : ツールによる効率化

TACT SEO データ収集・分析をAI化

 TACT SEO

- 10年以上の研究に裏打ちされたSEOノウハウを凝縮 -



徹底的に「成果」を出すことに
こだわったSEOツール

現状を分析し、わかりやすく可視化するツールは世の中にたくさんあります。
しかし、可視化できれば、上位表示が実現するというわけではありません。

TACT SEOは「いかに成果を出すか」にフォーカスした業界初のSEOツールです。

今すぐ無料で試してみる！ >

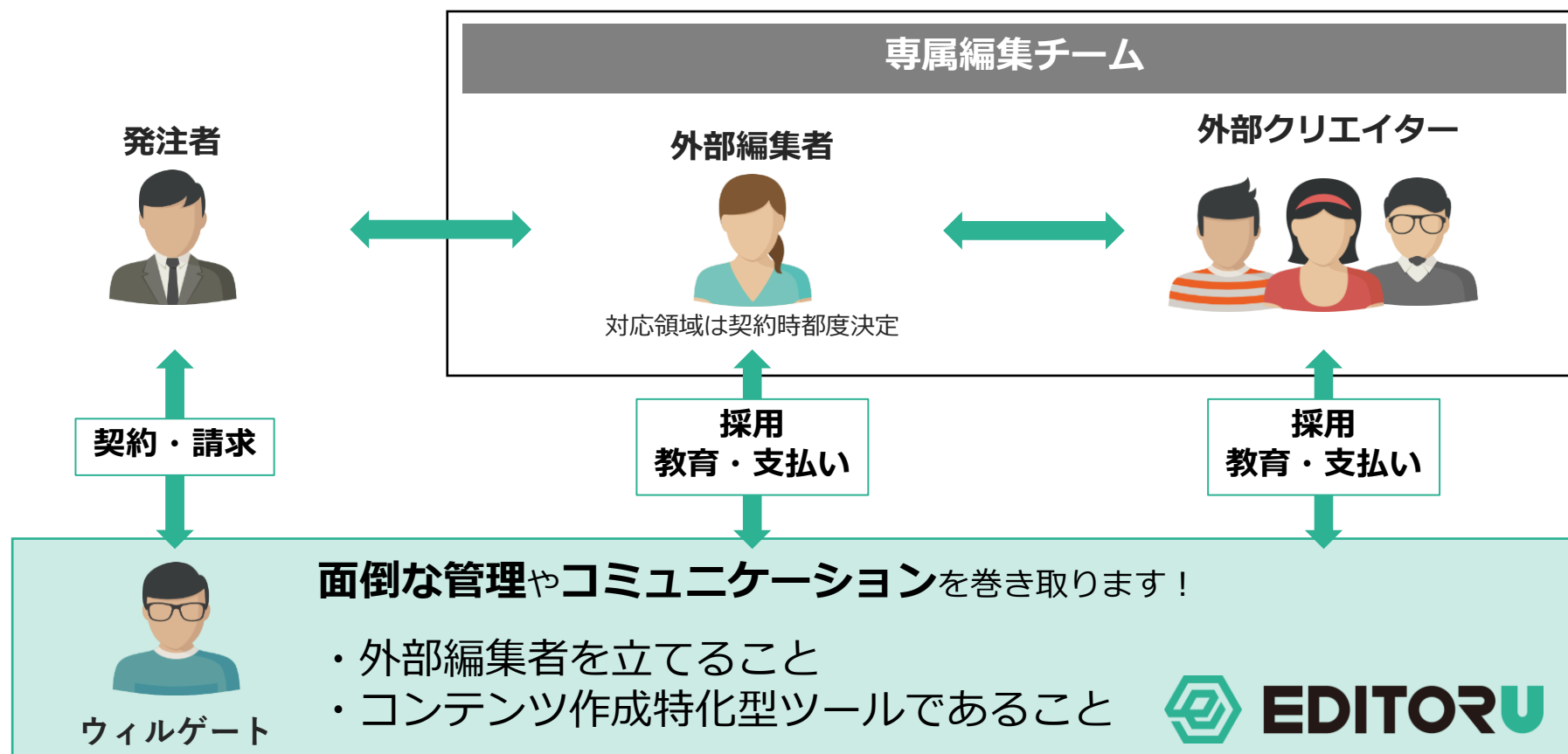
ご好評の声を多数いただいております！

- ✓ 煩雑なキーワードグルーピングを自動化
- ✓ コンサルが行うSEO提案をAI化
- ✓ 競合の流入キーワードを見える化
- ✓ 自社と競合のキーワード順位をモニタリング
- ✓ 月額プラン : 3万円/7万円/15万円

無料でお試し可能！ >

※期限なく回数でお試しいただけます。

「専属のオンライン編集チーム」を作成 外注&管理コストを最小限に高品質を実現



コンテンツ作成における様々な課題を解決

こんなお悩みはないですか？

メディアに合った**最適なクリエイター**を
採用・教育できていない



強み
1

大量のクリエイターデータベースから
メディアにマッチした人材を紹介

事業方針が都度変わるため
必要な**人員要件が変わってしまう**



強み
2

外部編集チームだからこそ！小回りの効く
柔軟な体制構築を実現

手間なく高品質な記事を外注したいが
どうしても高くなってしまう



強み
3

システム化や外部化で弊社人件費を削減
安価な手数料のみの支払い

コンテンツやメンバーマネジメントに
莫大な工数がかかってしまう



強み
4

コンテンツに特化したシステムで編集者が管理代行
必要最小工数で作成可能

ご清聴ありがとうございました！

本日のセミナー内容でご不明点がございましたらお気軽にご連絡ください

Facebook



Twitter



吉岡 諒 <yoshioka@willgate.co.jp>