

インフォトップ公式コンテンツ

明日から即実践できる!!

毎月コンスタントに!

**3万円以上
稼ぐための**

マル秘WEB講座

インフォトップWEB講座

復習テキスト サイト構築編

- ①アフィリエイト媒体の種類 …P.2
- ②サイト構築前に知っておくべき「Fの法則」「Zの法則」 …P.3
- ③カラム数を使い分けてサイトのPV数を上げよう …P.5
- ④サイト作りで最も重要なキーワードの選定方法 …P.6
- ⑤ユーザーが求める良質な記事の書き方 …P.9

①アフィリエイト媒体の種類

アフィリエイトは、大きく分けて下記の3つの媒体を使って行われます。それぞれの特徴を学び自分に合った媒体を選びましょう！
本講座では、初期投資の必要がなくPCスキルがなくても比較的簡単に初められるブログ・サイトアフィリエイトをおすすめしています。

おすすめ



ブログ・サイトアフィリエイト

ブログやホームページなどを作成し、商品を販促・販売することで報酬を発生させる方法。

無料ブログを使うことで、PCスキルがない人でも簡単にサイトを作ることができる。

また、一度サイトを構築すると安定的なアクセスを集めることが可能です。

ただし、最近では、一定のクオリティーが求められる時代となっているため、Googleに低品質コンテンツと認識されると、検索結果の上位に表示されなくなることがある。



SNSを利用したアフィリエイト

Twitterなどのソーシャルネットワーキングサービスを用いて報酬を発生させる方法。

簡単にアカウントを作ることが可能で、初心者でも簡単に始めることができる。

ただし、最近では凍結条件が厳しくなっているため運用には注意が必要。

また、Twitterに関しては文字数の制限があるためある程度のライティングセンスが求められる。



メルマガアフィリエイト

メールマガジンを利用して、商品を販促・販売することで報酬を発生させる方法。

攻めの媒体とも言えるこの媒体では、能動的に直接顧客に販促をかけられるのが特徴です。

読者と信頼関係を築くことで、よりコンバージョンを上げることが可能です。

ただし、既に知名度のあるブログや、他にはないオリジナルな情報を提供できる人でないと読者を集めることが難しいのがデメリット。

②サイト構築前に知っておくべき「Fの法則」「Zの法則」

ほとんどの人は、ものを見る時に無意識にある決まったパターンで目を動かすと言われています。

ユーザーの目線を知ることでコンテンツの配置を調整し、自分の期待通りのアクションを起こしてもらうようサイトを構築していきましょう。

F

「Fの法則」とは？

サイトの左上を起点として右図のようにページ上をFの形に沿って視線を動かすことを指します。

このパターンは記事ページなどを読む場合に適用されると考えられています。

ブログやサイトでの記事ページはFの法則を頭にいれて構成すると良いでしょう。



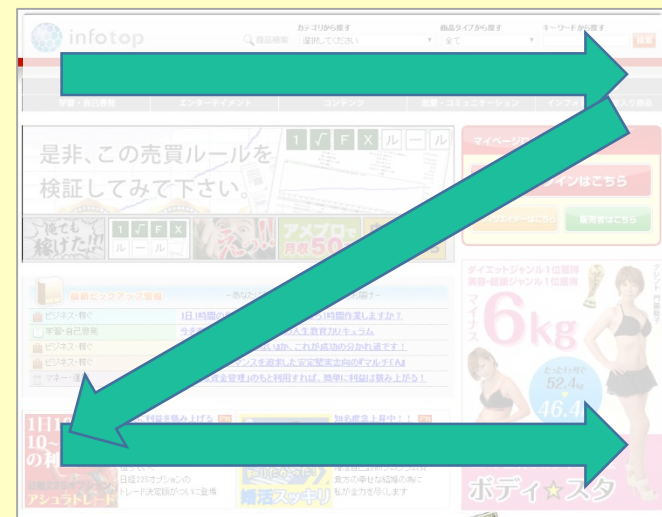
Z

「Zの法則」とは？

サイトの左上を起点として右図のようにページ上をZの形に沿って視線を動かすことを指します。

このパターンはページ全体の構成を確認する際に適用されると考えられています。

TOPページを作る際は、Zの法則を頭に入れてページ構成をすると良いでしょう。



②サイト構築前に知っておくべき「Fの法則」「Zの法則」

「Fの法則」と「Zの法則」がともに重なり合う部分は、ほとんどの人が目にするであろう場所となります。訪問者に見せたいコンテンツに優先順位を付けて配置するようにしましょう。

52

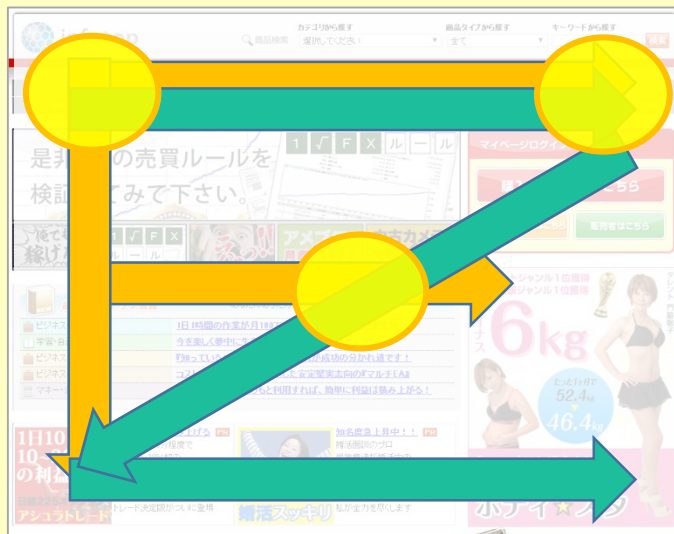
「F」と「Z」の重なりが最も目線が多く集まる場所



+



=



- ・サイトの左上
- ・サイトの右上
- ・サイトの中央

これらは、2つのパターンは重なり合う部分となるため、ほとんどの人が目線を向ける場所となります。

ロゴマークやログインフォームへのリンク、その他クリックして欲しいものなどを配置するといいでしょう。

③カラム数を使い分けてサイトのPV数を上げよう

カラムとは、ページのレイアウトでよく使われる「段組」のことで、ページ内の情報量を調整する役割があります。カラム数を使い分けることで、ユーザービリティの高いページ構成に整え、PV数の向上を図りましょう。



2カラムの構成の特徴

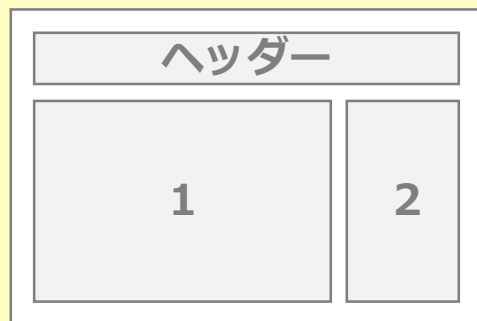
記事ページのレイアウト
としておすすめ

サイトを2カラムにすると情報が縦2列の配置になります。2カラムの特徴はなんといっても「情報の読みやすさ」です。また、3カラムに比べるとメインとなるコンテンツの列幅も広いので、記事を最後まで読んでもらいやすくなります。

長文の記事を読ませるのに効果的なので、記事内にアフィリエイトリンクを貼り、高い成約率を狙うことができます。さらに、2カラムでは無駄な導線が少ないため、閲覧者に狙い通りのクリックを導くことができます。

ここでのデメリットとしては、記事だけ見て離脱してしまい回遊率が減少する恐れがあるということです。

2カラムにする場合には、人気記事や新着記事のリンクを配置して回遊率をアップさせましょう。



3カラムの構成の特徴

TOPページのレイアウト
としておすすめ

3カラムは、情報が縦3列の配置となり、「情報量の多さ」が特徴です。2カラムと違い、サイト全体のコンテンツ内容を一覧できるため、サイトの回遊率を高めてPV数アップを図ることが可能です。

サイトのTOPページによく利用されており、代表的な例としてYahooなどのポータルサイトなどがあります。

また、閲覧者自身が必要だと思うものをクリックするので、アクセス解析をする際に、どの記事が人気なのか把握することができます。



④サイト作りで最も重要なキーワードの選定方法

すべてのアクセスは、キーワードを元にしてあなたのブログやサイトに訪れます。
つまり、このキーワードの選定を学ぶことが成果を上げる第一歩となります。現役アフィリエイトからその手法を学びましょう！



そもそもキーワードってなに??

ネットユーザーは検索エンジンで何かしらの単語を入力し、その結果から表示されたサイトにアクセスをします。その入力される単語こそが【キーワード】です！！

このキーワードをサイトに盛り込むことで、検索エンジンの検索結果に表示されるようになりターゲットユーザーを集客することができます。

ただし「ダイエット」や「痩せる」など…誰もが検索するであろうキーワードはビッグキーワードと呼ばれライバルが多く存在します。
検索エンジンで表示されたとしても、その表示順位が200位・300位などであれば意味がありません。

そこで、よりニッチなロングテールキーワードに狙いを絞ることが成功の鍵となります。



④サイト作りで最も重要なキーワードの選定方法



POINT：購入直前の人が検索するであろうキーワードを狙ってサイトを構築しよう！

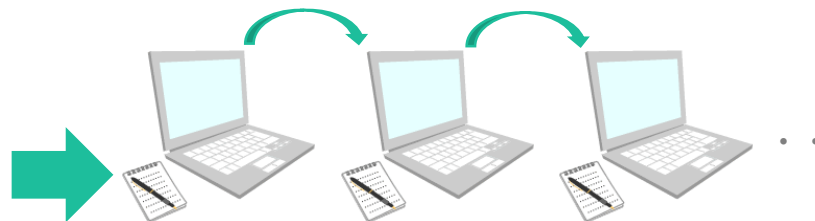
ただただネット検索をしている人と、商品を購入しようとしている人では、ネットでの検索方法が異なります。

ダイエットを例にして両者の検索の仕方を比べてみると後者に向けたサイト構築をしたほうが成約に結びつきやすいことがわかります。

興味本位でダイエット商品について検索している人のネット検索の仕方



特定の商品を探せていない段階のため、検索エンジンで「ダイエット」「流行」「簡単」など、いわゆるビックキーワードでまずは商品情報を集める。



閲覧したサイトで興味のある商品を見つけても、すぐに購入することは少なく、複数のサイトを巡り商品を比較検討する。

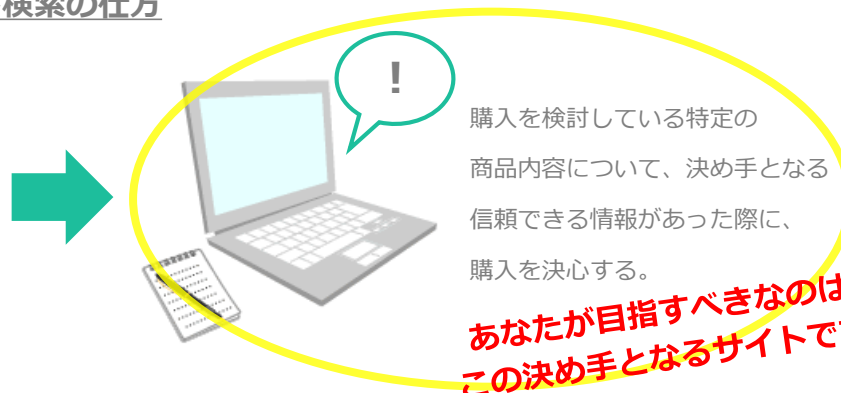


気になる商品候補をいくつか見つけ出し、さらにそこから商品を絞り込んで購入するかを検討する。

ダイエット商品の購入を検討している人のネット検索の仕方



商品の購入を検討している人は、上記で説明した手順を踏み、既に比較検討を終えている場合が多いと考えられます。あとは、購入を検討しているその特定の商品内容について、さらに情報を集めようとする。



**あなたが目指すべきなのは
この決め手となるサイトです**



商品を購入！

④サイト作りで最も重要なキーワードの選定方法



POINT : Yahoo知恵袋を使って、検索者の質問からキーワードを抜き出そう！

ある特定の商品を購入しようとしている人は検索する時にどんなキーワードを打つのか・・・

検索者の気持ちを理解することでキーワードを見つけ出すことができます。では、具体的にキーワードのを見つけ方をご紹介します。

商品の情報を得たいと
 考える人は「複数のキーワード」を
 用いて検索することが多い！

1 : アフィリエイトする商品を決めよう！

インフォトップにある商品の**売上げランキング**などを参考にあまずはアフィリエイトする商品を決めましょう！
 ランキングの上位である商品は比較的需要の高い商品と考えることができます。



2 : Yahoo知恵袋！で商品名を検索！

[Yahoo知恵袋！](#)でアフィリエイトする商品の商品名または名詞などを検索します。するとその商品についての質問を見つけ出すことができます。ここで探した質問こそ、ユーザーがその商品について求めている情報となります。



3 : 検索した質問から単語を抜き出す！

商品に対するユーザーの気持ちが質問の文章に文字として現れているので、文章内に書かれている単語を抜き出します。それがキーワードとなります。1キーワードだけでなく複数のキーワードを使用するといいいでしょう。



投稿の際は、Yahoo！知恵袋の利用規約をご確認いただき、本来のサービス目的に沿わない形でのご利用はお控えください。

⑤ユーザーが求める良質な記事の書き方



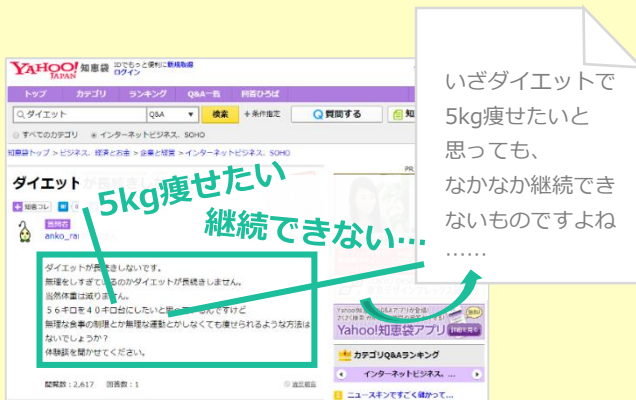
POINT : 抜き出したキーワードはサイト構築だけでなく記事内にも入れ込もう！

先の方法でキーワードを抜き出したなら、そのままそのキーワードを検索する人が求める情報を記事として用意しましょう。

大切なのはまずそのユーザーに共感すること、そして情報を偽りなく正直に書くことが大切です。具体的な記事の書き方をご紹介します。

1 : ユーザーの疑問や悩みに共感する

Yahoo! 知恵袋で検索し、キーワードを抜き取った質問をまずは確認しましょう。そして、その質問に書かれている質問者の疑問や不安に共感するような内容を記事の中に書きます。すると、抵抗感なくユーザーに記事を読んでもらいやすくなります。



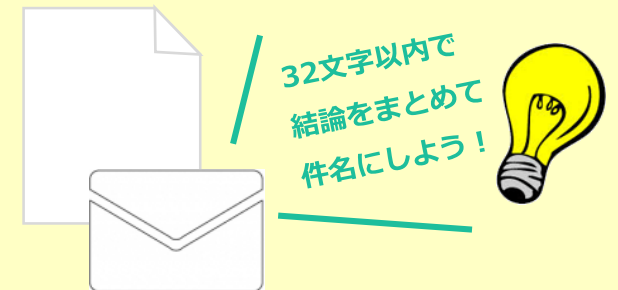
2 : 紹介する商品を体験し事実を伝える

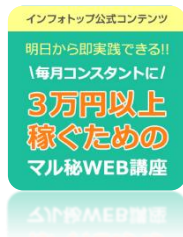
ユーザーの悩みに共感し、記事に惹きつけたとしても、商品の紹介がどこにでも書いてあるような内容であれば商品購入の決め手となる情報とは言えません。お薦めは実際に紹介する商品を購入し、体験したそのままの感想や情報をユーザーに届けてあげること。利点だけでなく欠点も両方伝えるようにしましょう。



3 : タイトルには結論を32文字で書く

記事を読んでもらうためには、結論を出し惜しみせずにタイトルに入れるようにしましょう。基本的にユーザーは時間をかけて記事を読むことはしません。ましてや、記事にどんなことが書かれているのか分からなければ見てもくれません。ベストは、新聞の見出しのように32文字程度で記事の結論を簡潔に書くことです。





最後までご覧いただきありがとうございます。
あなたのアフィリエイト活動がもっと楽しくなりますように…

※本資料に記載されているコンテンツの無断転載・コピーはご遠慮ください。