

SEO戦略ワークショップ

正しい知識で、正しいアクセスアップ戦略を立てよう



SEO STRATEGY

Search Engine Optimization

2018

version 1.0

toiee Lab LIVE™ textbook for Learning Faciliator

© 2017 toiee Lab (toiee.jp)

この講座について

ワークショップ全体の意図、目標

- Webサイトをビジネスで活用する人たちにとって、もっとも関心が高い検索エンジン対策について、体系的な基本知識を学んでもらう
- 多くのSEO（検索エンジン対策）のノウハウは、テクニックに終始していることや、根拠が薄弱な内容だったりする
- 人によっては、どこかで聞きかじった完全に間違った検索エンジン対策や、戦略が全くないもの、競合他社や、顧客を分析していないものなどがある
- このワークショップでは、以下のようなことをワークを通じて学ぶ
 - テクニックに左右されない本質的な検索エンジン対策の基本
 - 戦略の立案、実行、仮説検証
 - キーワードの絞り込みなどの具体的なスキル

想定する受講者

- Googleアナリティクスなどのアクセス解析を導入できるWebサイトを運用している人
- Webサイトで集客を行いたい人
- SEOについては、少しで良いので知識を仕入れたことがあるひと

受講者の声

- 受講者の声
- 感想

講座資料

- [download](#)

参考情報

- [Google ウェブマスター](#)
- [Google ウェブマスターツール・説明](#)

- [Google SEO スターターガイド PDF](#) 少し古いです
- [Google SEO スターターガイド\(最新\)](#)

イントロ

講座の導入です。講座のゴールなどに触れます。

開始	終了	所用時間
0:00	0:05	5min

ワークの狙い

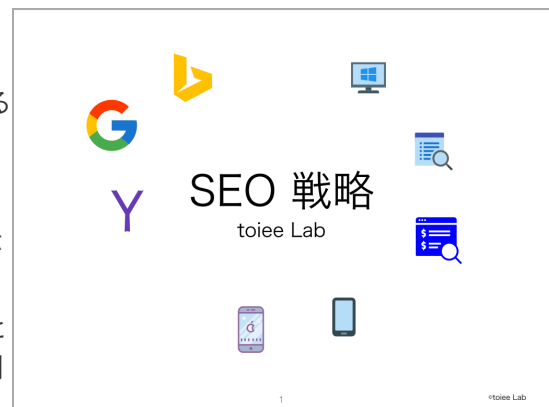
- 今日の講座のゴールを知らせる
- SEOは、ビジネス全体の一部であることを知って、発展的な学習も必要であることを知らせる
- SEOは、全体のどの部分なのか？を知らせる

ワークの内容

1. 説明

ワークの進行

- SEOは「戦略」であり「適応を要する問題」であること
- SEOは「全体の一部」であることを伝える
- ライバルなどを考慮して、行うものであることを伝える
- テクニックは、さほど重要ではないので「付録」としてチェックリストを用意しているから、それを利用すると伝える



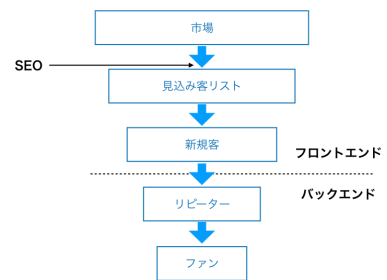
参考情報

- Google ウェブマスター https://www.google.com/intl/ja_jp/webmasters/
- 旧SEOスターターガイド <https://goo.gl/7LZh6g>
- 最新SEOスターターガイド <https://support.google.com/webmasters/answer/7451184?hl=ja#>

2

©tolee Lab

ビジネス全体像



3

©tolee Lab

ウォーミングアップ

学習に取り組みやすくするための、ウォーミングアップのワークです。

開始	終了	所用時間
0:05	0:35	30min

ワークの意図

- 良い学習状態を作り出す
- 肩の力を抜いて、自分の具体的な経験を通じて、知らずのうちに「検索体験の分析」を実行してもらう
- 複数人の検索体験分析を聞くことで、共通のパターンを見出すフリとする
- 次のワークにつながる重要なウォーミングアップ

ワークの進行

1. Good & New (3min)

ワークの進行

- Good & New は、説明するだけでなく、デモを行うことが重要
- 素早くデモをして、自分スタートで回していくと良い
- 2min で、何度も発表するように仕向けることで雰囲気をよくする

ポイント

- クッシュボールが必要
- やり方をデモして示すと、学習者にとって理解しやすい
- なんと言えは良いかわからない学習者がいるときは、「些細なことでもいいですよ」「今日の朝何かなかったですか？」などと介入する

2. Think & Listen (15min)

ワークの進行

- 一人3分を使う。3minの中で良い体験、悪い体験を話してもらう
- 3人以上のグループで行うこと（重要）
- 1min用意して、何について話すかを考えてもらう（カウントダウンをすると良い）
- ワークをスタートする前に「リラックスするように」伝える
- 話し中に、カウントダウンをすると効果的
- 1:30たったところで、「悪い体験を話してください」と伝える

Think & Listen

- 良い検索体験 
- 検索エンジンって便利だー！と思った経験
- どんなときに、何のために検索して、どのようなページを見つけたのか？

- 悪い体験 
- 検索したけど、徒労に感じたり、良い情報が得られないとき
- どんなことを検索し、どんな情報が得られなかったのか？

4
©toitee Lab

ポイント

- 説明しきってからではなく、「まずはグループになってください」など、行動をさせながら説明すると、説明しやすい
- デモをすると、学習者がThink & Listenの取り組み方を理解しやすい
- 話し手と聴き手を決めてもらう時、「朝早く起きた方から」などこちらが言うとスムーズに決まりやすい

3. 発表する (5min)

ワークの進行

- 学習者(2、3人)に発表してもらう
- どんな話になったか？
- 気づきは何か？

4. どうすればいいか？アイデアを出す (10min)

ワークの進行

- もっと良い体験にするには？あるいは、悪い体験を良い体験にするためのアイデアを出す
- それを検証する方法も同時に話してもらう
- 良い体験をもっとよくするアイデアや、悪い体験をもっとよくするアイデアを考えます
- 体験をより細かく分析し、改善アイデアを出しましょう
- 例えば、「検索結果のタイトル」「すぐ下にある説明」「開いたページのレイアウト、タイトル、色、ボタン」など
- 購入に至るなら、それまでの情報提供の方法など

5. ユーザー視点（説明を聞く）

ワークの進行

- このワークで「学んだ事」と「学び方で学んだ事」の意見をもらう
- まず、1min で書き出してもらう
- 次に、発表をしてもらう
- ユーザー側に立つことの大切さと、その方法が、いまやった事であると説明する

Google のガイドラインを理解しよう

人に説明するつもりで、Googleのガイドラインを理解し説明する。

開始	終了	所用時間
0:30	1:20	45min

ワークの意図

- Googleの立場、ユーザーの立場の両方を理解し、有益な情報を提供することが重要であることを踏まえて、それぞれの意味を理解するプロセスを踏む
- 重要な視点を持って取り組むことで、情報の理解が大きく変わることを知る
- わかりやすくまとめた資料で理解を人に説明することで、よりよく理解する

ワークの内容

1. 説明 (5min)

ワークの進行

- ワークについて説明する
- 説明内容
 - 検索エンジン対策は、一次情報（情報の源流）が大事
 - 源流とは、Googleの見解。Googleのガイドラインなどを学ぶことが重要
 - ガイドラインをまとめた（2次情報）ものを理解してみよう
 - まず、Googleの視点を理解し、次にガイドラインを読んで「こういう視点だから、こういうガイドラインになるんだ」と考えて見ましょう

Googleの視点

- Googleは、[google.com](https://www.google.com) で、多くの人に、頻繁に検索を行って欲しい、頼りにしてもらいたい
- なぜなら、広告収入の源泉である
- 多くのユーザーが使いたいと思う検索エンジンであるためには、「良質な情報を持つページを上位」に表示する、ユーザーが求める内容とマッチしたページを上位に表示したい
- 検索体験全体を良くしたい（見やすい、表示が早い、安全）
- ユーザーの利便性を下げるページは圏外に飛ばしたい

5

©2016 Lab

品質に関するガイドライン	一般的なガイドライン
<p>基本方針</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 検索エンジンでの掲載位置を上げるための不正行為をしない。ランクを戻っているサイトや Google 社員に対して自分が行った対策を説明するときに、やましい点がないかどうか判断の目安です。その他にも、ユーザーにとって役立つかどうか、検索エンジンがなくても同じことをするかどうか、などのポイントを確認してみてください。 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。 <p>詳細な「ToDoリスト」は、こちらより引用</p>	<p>ページを検出できるようにする</p> <ul style="list-style-type: none"> ページは、どこからリンクされている状態にする (Googleが見つけられるように) サイトマップを用意して、Google Search Console に登録する 1 ページのリンク数を適当な数に抑える 画像リンクよりもテキストリンク。画像リンクなら alt 属性を書く <p>ページを理解できるようにする</p> <ul style="list-style-type: none"> 情報が豊富で便利なサイトを作成し、コンテンツをわかりやすく正確にページに記述 ユーザーがサイトを検索するときに入力する可能性の高いキーワードを検討し、そのキーワードを実際サイトに含めるようにする title タグの要素と alt 属性の説明をわかりやすく正確なものにします ページ上の広告リンクが検索エンジンの掲載順位に影響を与えないように、robots.txt や rel="nofollow" を使用する <p>6 <small>©2016 Lab</small></p>

2. 視点について「チームで議論」しながら読んでみよう

ワークの進行

- 3min で探求し、2min で振り返り、3min で探求するように合図をしましょう

タイトル:		日付 / / ()	
課題	「課題について」発見、学んだこと	「学び方について」の発見、学んだこと	

3. 視点について意見交換(3min)

ワークの進行

- Googleの視点についての文章を読みながら、気軽に意見交換をする
- そこから得られた発見を全体にシェアする

タイトル:		日付 / / ()	
課題	「課題について」発見、学んだこと	「学び方について」の発見、学んだこと	

4. 自分でガイドラインを考えてみよう (5min)

ワークの進行

- 自分がGoogleなら、こういうガイドラインを作るぞ
- サイトオーナーに、伝えたいと思うことは何か?
- などを考えてもらいます

5. ガイドラインを読んでみよう

ワークの進行

- ガイドラインの資料を見てみよう
- 資料を見て、さらに意見交換をしよう

Googleの情報を理解する

- 1次情報を理解できれば、雑多な解説に振り回されなくなる
- 特に重要と書いてある「コンテンツ」について探求しよう
- <https://support.google.com/webmasters/answer/7451184?hl=ja>

7

©toitee Lab

4つの原則

1. シンプルなWebサイト技術で作成する
2. 見つけてもらえるようにキーワードを内容、タイトル、URLなどに入れる
3. 顧客を知り、顧客が欲する良質なコンテンツを提供する
4. 顧客に役立っているかを検証する

8

©toitee Lab

5. 学んだことと、学び方で学んだこと

ワークの進行

- 振り返りを行います。SEOについて学んだことと、学び方について学んだことを振り返ります
- チームで意見を出し合いながら、メモをしてもらう
- どんな学び方をすると、効果的だったか？今後、どうするか？について考えて、発表をお願いします

タイトル		日付 / / ()	
課題	「課題について」発表、学んだこと	「学び方について」の発表、学んだこと	

休憩

開始	終了	所用時間
1:20	1:30	10min



BREAK

休憩

コンテンツを「マーケティング」しよう

顧客を知り、顧客を分析し、顧客に必要なコンテンツを作り、顧客に見つけてもらえるようにし、目的を達成する。

開始	終了	所用時間
1:30	2:15	45min

ワークの意図

- Googleの登録、設定については、といリブオンライン教材などでカバーする
- ここでは「マーケティングの型」に従って、コンテンツ・マーケティングを学ぶ
- コンテンツマーケティングで重要なことは「ユーザーの体験全体」を知ること
- さらに、知ることを工夫することを週間にすること
- これらを学ぶ

ワークの進行

1. 説明 (10min)

ワークの進行

- いわゆる「コンテンツ・マーケティング」を行います
- ワークシートを使って、具体的な「テーマ」で考えてみよう
- 何らかの「デモ」を行って、シートの使い方を説明する

コンテンツマーケティング			
顧客は誰？	どんな問題、必要性、欲求	どんな情報が欲しいか？	どうやって探すか？
もっと知るには？	もっと知るには？	もっと知るには？	もっと知るには？

9 ©toilee Lab

2. ワークする (15min)

ワークの進行

- チームに分かれて分析をする
- 誰かのビジネスでも良いし、全く関係のないもので考えても良い

- 自分のビジネスなら、具体的なアイデアが生まれる可能性がある
- 自分のビジネスではなく、自分が顧客になっている商品サービスなら、良い学習になる

3. 発表する (15min)

ワークの進行

- チームごとに発表することで、知識をシェアする

4. 学んだことについて振り返る(5min)

ワークの進行

- 振り返りを行います
- SEO、コンテンツマーケティング自体の学びと、学び方、取り組み方について振り返りを行ってもらいます

タイトル:		日付 / / ()
課題	「課題について」発見、学んだこと	「学び方について」の発見、学んだこと

コンテンツ・マーケティング・戦略を学ぶ

アイデアを実行可能なものに変換し、成果を生み出す。つまり、戦略を立てる。

開始	終了	所用時間
2:15	2:55	40min

ワークの意図

- コンテンツ・マーケティング、検索エンジン対策は「ライバル」が存在する
- ライバルは、とても沢山の存在する上、大企業も多い
- そのような中で、どうやったら成果を残せるか？
- 集中すべき場所、ニッチ、市場などを見極め、作戦を立てる

ワークの内容

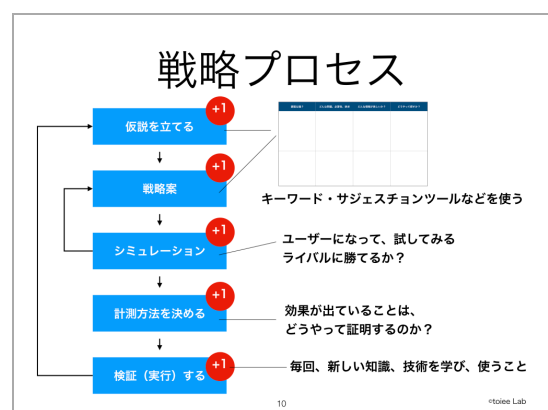
1. 説明 (10min)

ワークの進行

- デモンストレーションを交えて説明する

説明内容は、以下のようなもの

- もっと具体的に「行動プラン」まで落とし込む
 - 「どんなキーワードを入れるのか？」
 - 「どんな記事を書くのか？」
 - 「サイト全体として、どんな内容にするのか？」
 - 「関連記事、サイトの構成はどうするか？」
- それらが「ライバルに勝てそうか？」を考えてみる
- そして、勝てる、あるいは成果をあげられるかを検討し、「計測方法」を考える
- アクセス解析を使えば、可能になる



- アクセスした時のキーワード
- どこからアクセスがあったのか？
- コンバージョンレートなど
- デモを通じて説明する

2. 戦略立案 (20min)

ワークの進行

- 20minのうち 10minたったら、「議論の仕方」を振り返り（よかった点、改善点、予想外、次やるなら）、残りの時間を使うように通知する

3. 発表 (10min)

ワークの進行

- 発表と質疑応答を促します
- 発表は、どのような戦略を、どのように導き出したか？を説明してもらいます
- 聞き手にフィードバック（良い点、改善アイデアなど）と、学び方、議論の仕方について質問を求めます

まとめ

具体的な行動アイデアを考えて、締めくくる。アイデアは、実行されなければ、意味がない

開始	終了	所用時間
2:55	3:00	5min

設計意図

- 小さくてもいいから、行動アイデアを出す
- 顧客を知ることからスタートしてもいい

ワークの進行

発表してもらおう

ワークの進行

- 今日の学びについて振り返って、明日から実行する「小さな一歩」アイデアを考え、発表します
- 全員が話す時間がなければ、「一部の人」に意見を求めても良いでしょう

発展的に学ぶために		
今日の学び・気づき	行動アイデア	毎日取り組むこと

11 ©tootee Lab