

コンバージョン率を8倍にする たった3つのSEOテクニック

●● 2015年6月23日



株式会社ディーボ

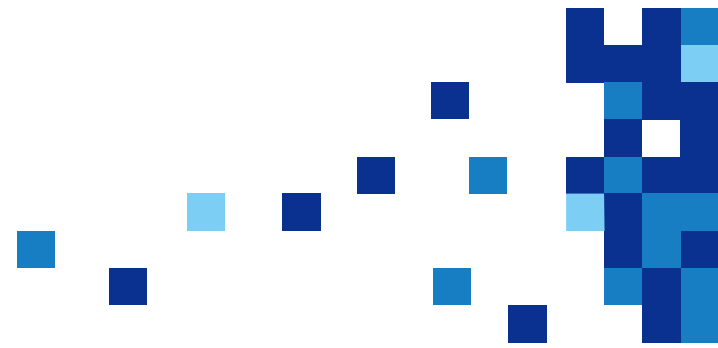
札幌市北区北7条西4-17-1 竹山ホワイティビル

URL: <http://devo.jp/>

E-mail: support@devo.jp

本レポートの一部、または全ての複製や配布、Web上での公開を禁止します。

目次



1. バナーのクリック数を増やす
2. ランディングページの最適化
3. フォームの最適化
- まとめ



1. バナーのクリック数を増やす

バナー広告は、わざわざ広告のバナーをクリックしてくれる人なので
検索トラフィックでサイトを訪れる人たちより購買意欲が高いと思われます。

このバナーのクリック数を増やすことが重要です。

バナーのクリック数を増やす要素は以下2つです。

- ①文言
- ②デザイン

①文言

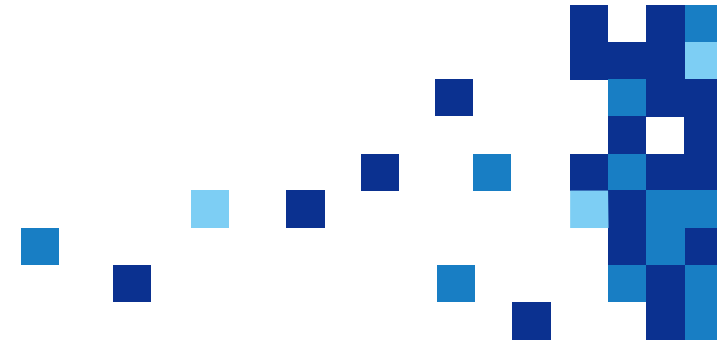
⇒広告を設置したサイトの訪問者がどんな属性か把握し、属性に合わせた文言にする

たとえば、SEO対策のブログでSEOのテクニックの解説をしているページの場合、

格安SEO対策 10000円～ **×ターゲットに合っていない**

SEO対策で順位が上がる方法教えます。無料の競合調査申込はこちら **○ターゲットに合ってる**

1. バナーのクリック数を増やす 続き



SEOブログでテクニックを解説しているブログは、
ロングテールからの集客が主な場合が多く、その場合は、
自分でSEO対策をしている人が集まっています。

その場合、有料SEOサービスを宣伝するより、無料の競合調査サービスを押し出すことにより、クリック数が多くなります。

逆にSEO見積もり比較サイトなど、SEO会社を探しているユーザーが来るサイトでは、有料サービスを効果的に宣伝したほうがクリック数が多くなります。

バナーを出すサイトの訪問ユーザーに合わせた文言でABテストし、クリックされる文言を採用し続けることが重要です。



1. バナーのクリック数を増やす 続き

②デザイン

⇒広告を設置するサイトのデザインに合わせる ※イメージバナーの場合

サイトデザインに合わせることで、そのサイトのコンテンツと認識され信頼度が高まることで、クリックが増えると思われる。

※リピーターが多いサイトは、複数バナーでローテーションすると効果的です。

参考 : SEOラボ : <http://seolaboratory.jp/>

最初は、バナーを目立たせることでクリック数が増えると思い、掲載サイトのイメージとは違う色や素材を使ってバナーを作成していましたが、クリックされませんでした。

そこで逆に掲載サイトのテイストにあわせることで、広告とわかりずらくすることで、サイトを訪れたユーザーがバナーをクリックしてくれるようになったという事例です。

The screenshot shows the homepage of 'SEOラボ' (SEO Laboratory). The main content area features a blog post titled '【SEO対策 その後】SEO対策で集めたトラフィックをコンバージョンさせる3つの方法' (After SEO Strategy: 3 ways to convert traffic collected by SEO strategy). The post has a date of 2014/12/17 and shows engagement metrics (likes, shares, etc.). Below the post, there are social media sharing buttons for Facebook, Twitter, and Pocket. A sidebar on the right contains a '新着無料SEOレポート' (New Free SEO Report) section with several links. At the bottom right, there is a red-bordered box containing an advertisement for 'スマホの順位がわかる!' (Know your smartphone ranking!) with a link to 'shisyamo.jp'.

2. ランディングページの最適化

ランディングページは、**バナーの文言と合わせることが重要**です。

これは、バナーをクリックする人は、何らかの期待を持って、クリックします。
この期待にこたえるコンテンツをランディングページに用意することが重要です。

さらにランディングページを作るときは、**ストーリーになっていなければコンバージョンしません**。

バナーの文言が「SEO対策で順位が上がる方法教えます。無料の競合調査申込はこちら」の場合、

ストーリーとしては、

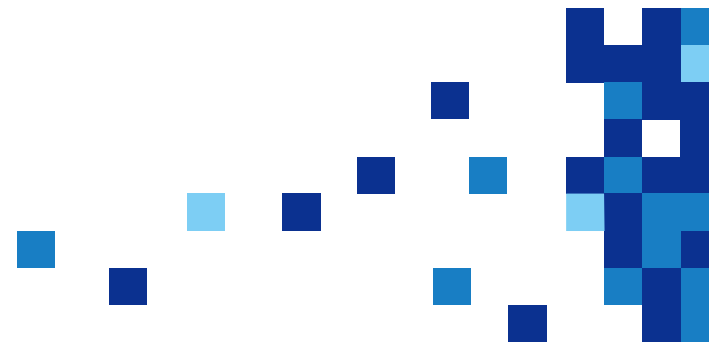
「SEO対策で順位が上がる方法教えます」→「順位が上がる方法を記述」→「それでも上がらない場合」→
「その場合は、競合調査が必要」→「競合調査申し込みフォーム」

最初に**ランディングページのタイトルにバナーの文言を入れることが重要**です。

ページタイトルとして「SEO対策で順位が上がる方法教えます」と記述します。

その後、順位を挙がる方法を記述します。**この部分が ユーザーの期待にこたえる部分**です。

2. ランディングページの最適化 続き



これで終わっては、競合調査の無料申し込みは獲得できません。
よって、上記の上がる方法を実施しても、ダメなケースを記述します。
それは、競合に負けている場合というケースです。

では、競合に負けているケースでは、どのようにすれば順位が上がるかを示します。
それは、競合を調査して、それに勝つ対策をすることです、

最後に無料の競合調査のフォームを入れて完成です、

コンテンツやストーリーがしっかりしてもコンバージョンに至らない場合があります。
そのときは、コンテンツの順番入れ替えや追加、フォームまわり見直してみるといいと思います。

以下、上記で紹介した内容を含むランディングページです。 ご参考ください。

参考：順位を上げる方法教えます http://seoconsul.jp/campaign/140414_b.html



3. フォームの最適化

コンバージョン率を高める方法の一つにフォームの最適化があります。

※Google Research Blog参考

▼フォームの最適化4つのポイント

- ① 入力条件を事前に指示する
- ② エラーメッセージをフィールドの横に配置する
- ③ 必須の項目と任意の項目を区別しやすくする
- ④ 項目をフィールドの上に配置する

これら4つのポイントは、「入力フォーム最適化 (EFO)」 で大切な要素です。

これらの要素をおさえれば、さらにコンバージョン率が高まると考えられます。

ユーザーが入力しやすいようなフォームかどうか、今一度フォームを見直すとよさそうです。

まとめ

今回紹介した、

項目1（バナーのクリック数を増やす）・項目2（ランディングページの最適化）を中心に
弊社では、コンバージョン率を高めることができました。

ある媒体では、以下のようにコンバージョン率を改善できました。

コンバージョン率：約0.3% ⇒ **約2.5%**

コンバージョン率が **約8倍** になりました。

一度、最適化ができれば、それを応用して、他のところも最適化できます。

先ほども紹介してますが、

SEOラボブログ（<http://seolaboratory.jp/>）に設置してるバナーと飛び先のランディングページも今回の方法を使っ
てます。

コンバージョン獲得を目指してる方の参考になれば幸いです。

株式会社ディーボについて

株式会社ディーボは、SEO業界初の検索アルゴリズム分析ツール「ALGO BUSTER」の開発をはじめ、被リンクチェックツール「hanasakigani.jp」や、立ち上げた3ヶ月で1万ページビュー達成のSEO実験ブログ「seolaboratory.jp」等、数々のSEOサービスを開発・リリースしてます。他にも紹介しきれない様々な無料SEOツール・SEOサービス等ございます。



株式会社ディーボ コーポレートサイト
「devo.jp」



被リンクチェックツール
「hanasakigani.jp」



SEO実験ブログサイト SEOラボ
「seolaboratory.jp」



Google順位変動幅確認ツール
「namaz.jp」



無料SEO診断ツール
「itomakihitode.jp」



Googleペナルティ解除支援ツール
「akakurage.jp」

ディーボは、一緒に順位をUPを目指します！
一緒に検索上位表示を目指して
SEO対策を進めましょう！

あなたのサイトの順位は大丈夫ですか？

順位・内部・リンクを調べ

必要な対策をご案内します（無料）