

商標キーワード戦略マニュアル

-

■ はじめに

■ 著作権について

本冊子と表記は、著作権法で保護されている著作物です。

本冊子の著作権は、発行者である 草薙悠 に属します。

本冊子の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

■ 使用許諾契約書

本契約は、本冊子を入手した個人・法人(以下、甲と称す)と発行者(以下、乙と称す)との間で合意した契約です。本冊子を甲が受け取り開封することにより、甲は この契約に同意したことになります。

第 1 条 本契約の目的：乙が著作権を有する本冊子に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用 する権利を承諾するものです。

第 2 条 禁止事項：本冊子に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本冊子から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディア による配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを 第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本冊子に含まれる情報を使用できるものとします。

第 3 条 損害賠償：甲が本契約の第 2 条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

第 4 条 契約の解除：甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第 5 条 責任の範囲：本冊子の情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても一切の責任を負いません。

目次

■ 当マニュアルに関して.....	5
■ 商標キーワードとは.....	6
商標のメリットとデメリット.....	9
■ 大切なことは事前のリサーチ.....	10
商品名で検索する人は購入意欲が高い.....	13
■ 案件の選び方.....	16
ASP 一覧.....	16
登録必須の ASP.....	16
登録しておいて損はない ASP.....	17
ライバルが弱い、いないところを攻めるべき.....	19
新着案件を狙っていく.....	20
■ 商品選定とキーワード選定.....	24
ただ闇雲に新商品ならなんでもいい訳ではない.....	25
知名度を調べよう.....	26
知名度を調べる 3 つの理由.....	28
① 確実に購入してもらえる.....	28
② 報酬の予測ができる.....	29
③ 短期間での案件終了が予防できる.....	34
ライバル記事のチェック方法、見るべきポイント.....	40
① アフィリエイトサイトの有無.....	41
① しょぼい構成の商標系サイトを狙い撃つ.....	42
② ライバルの文字数を超える.....	44
■ サイト構成.....	45
一般的なサイトアフィリエイト系商標キーワード戦略.....	45
ドメインやサーバーに関して.....	45
サイト構成.....	47

■ 記事作成	49
トップページ（キラーページ）	49
商標での個別記事 5 つ（同カテゴリー）	50
悩み系での個別記事 5 つ（同カテゴリー）	51
記事構成	52
もう今は通用しない古い考え方の代表例	52
記事タイトルに使ったキーワードの答えを冒頭で伝える	54
見出しの決め方	55
商標キーワード戦略での記事構成には型がある	57
「冒頭の書き出し」や「終わり」になどは不要	58
■ より早く結果を出すための被リンク戦略	59
各種用語解説	59
リンクとは	59
被リンクとは	61
サテライトブログ（サテライトサイト）とは	62
被リンクにはどんな効果があるのか？	63
サテライトブログは育てるもの	65
「始めから評価を受けている」サテライトブログを使うこと	66
①中古ドメインを活用する	67
②無料ブログからの被リンクも活用する	70
③アドセンスブログからの被リンク	71
定期的なテコ入れで収益拡大化する	75
■ 外注化戦略	76
作業工程	77
外注化資料に関して	78
最低レベルの見本記事	78
■ 終わりに	79

■ 当マニュアルに関して

アフィリエイトと一口に言っても
様々なやり方やジャンルがあります。

ブログやサイトを使ったアフィリエイト、
メールを使ったアフィリエイト、
SNS を使ったアフィリエイト、等々・・・

当マニュアルではアドセンスブログ運営者の為に、
ASP の商品を紹介する物販アフィリエイトの中の一つの戦略、
『**商標キーワード戦略**』を解説します。

■ 商標キーワードとは

「商標」とは「商品名」の事です。

例えば「プロアクティブプラス」という商品の場合、

プロアクティブ+のおトクなセットはこちら！

3ステップセット

基本の3ステップセット！

定期おトク便初回特別価格
4,980円 送料無料

詳しくはこちら ▶

Copyright © The Proactiv Company KK. All rights reserved.

「プロアクティブプラス」という商品名が商標となります。

そして商標キーワードとは、
その商品名自体をキーワードとして使うということです。

なぜ商品名をそのままキーワードとして使うのか？ですが、
商品名で検索をする人はもうすでにその商品の存在を
知っている人。

存在を知った上で、
「欲しいけど…でも〇〇が不安だな。大丈夫かな。」
と、**欲しいけれども不安であと一步踏み出せない、
という状態**で検索します。

ここでその「〇〇」という**不安に対して**
**丁寧に答えてあげられることさえ出来れば悩みは解決するので、
購入してもらいやすくなる、**という事になります。

そしてここで重要になってくるのが
2語目、3語目の複合キーワードです。

先ほどの「プロアクティブプラス」という商品だと、
その効果だったり、価格だったりが気になる人が多いので、
「プロアクティブプラス 効果」「プロアクティブプラス 最安値」
などの複合キーワードになります。

「プロアクティブプラス 効果」

という複合キーワードで検索する人に対しては、

プロアクティブプラスの実際の効果について、

記事で丁寧にまとめてあげて、

その悩みや疑問を解決できるようにする。

検索する人は元々プロアクティブプラスという商品が欲しい、

少なくとも気になっているから検索するわけです。

でも

「本当に効果があるのか？効果がない人はどんな人なのか？」

といった事について気になっているからあと一歩が踏み出せない。

だからこそネット検索しているわけですから、

その悩みに対して答えを伝えて解決すれば、

自然と購入してもらえますよね。

これが「商品名自体をキーワードとして使う」という戦略の中で、

何よりも重要な部分です。

商標のメリットとデメリット

商標キーワード戦略とは、
商品名をキーワードに使うってブログやサイトを運営したり、
記事を書いて投稿していく戦略のこと。

サイトアフィリエイト系では一般的には「量産系」と呼ばれていたり、
「ペラ記事の量産」「ペラサイトの量産」
などとして知られています。

商標キーワード戦略ではだいたいどんな商品でも、
複合の 2 語目のパターンは決まっています。

そしてもともと購入意欲が高い人に向けての記事、
しかもパターン化されているので、
記事の書き方も決まってきます。

非常に初心者向けの戦略だという事です。

とは言っても
商品名をメインキーワードにする商標キーワードには、
デメリットもあります。

それはライバルの参入です。

商標キーワードを使って稼ぐ戦略は
アフィリエイト初心者向けの戦略ですから、
どうしても多くの方が参入してきます。

そのため

- ① 自分が選んだ商品に他の人が参入してくる前に先に記事を作ってブログに
投稿するか、
- ② もしくはライバルよりも良い記事、強いブログを構築するか、

このどちらかの戦略を取らなければいけません。

当マニュアルでは他の人が参入してくる前に攻めていく、
「**新商品を狙って攻める**」という戦略を解説していきます。

■ 大切なことは事前のリサーチ

ASP には様々な企業の様々な商品が登録されています。

その中にはバンバンテレビ CM をしているような
有名な企業、有名な商品もありますが、
一般的には知名度が低い企業、商品もあります。

とは言っても有名な商品ばかりが売れて、
知名度が低い商品は全く売れない、などという事はありません。

有名な商品でも売れやすい商品もあれば、
売れにくい商品もあります。

知らない商品の方が売れやすいということも多々あります。

また商品が売れやすかったとしても、
強いライバルがいる、ライバルがたくさんいる場合には、
参入しても成果に結びつける事は難しいでしょう。

ではどのようにすれば良いのか？ですが、
当マニュアルでは**需要があって売れやすい商品**を選びます。

そしてさらに**ライバルがいない、
もしくは勝てるライバルのところ**を狙います。

とは言っても 100%、絶対に上位表示させられるのか？
と言うとそういうわけではありません。

ただ単純に新商品を狙うだけの何も考えられていない手法や
ライバルチェックをしない手法と比べると、
圧倒的に上位表示の確率は上がり、結果にも繋がります。
また ASP の商品の中には
「売れない、売れにくい商品」も少なからずあります。

売れない理由は販売ページの構成やデザイン、
訴求方法、知名度、ネーミングなど様々あります。

このような**商品側に問題がある場合**には、
私たちアフィリエイトがどれだけ上手に紹介しても、
絶対に売れる事はありません。

当マニュアルでお伝えするように
「**需要がある商品を選ぶ**」という事は、
企業が力を入れている商品という事でもあります。

企業が力を入れているという事は、
販売ページの文面やデザイン、構成にも
一定以上の力は入れていると判断ができます。

広告やCMなどで知名度が上がれば
もし販売ページが少しぐらいしょぼくても売れます。

そのため**需要がある商品**を選べば、
販売ページにさえ飛んでもらうことが出来れば、
結果が出やすいという事です。

もちろん自分の目で見て、
見極めが出来るようになるのが一番ではありますが、
ただこれは**経験が重要**ですので始めからは出来ません。

そのため当マニュアルでは
「**誰でも一定の成果が出せる方法**」として、
需要がある商品を選ぶという事をお伝えしています。

商品名で検索する人は購入意欲が高い

商標キーワード戦略は
商品名をキーワードにを使ってアクセスを集めるという、
非常に初心者向けの戦略です。

なぜ初心者向けなのか？は冒頭でもお話ししましたが
商品名で検索する人はどのような人なのか？
をもう一度しっかりと考え、頭に入れておきましょう。

商品名で検索する人は、
もう既にその商品のことを知っている人ですよ。

その商品を知っていて、
商品を購入しようと思って公式サイトを検索している人が、
商品名だけの単一キーワードで検索するわけです。

では単一キーワードではなく、
「商品名 + ○○」のような2語キーワードで検索する人とは、
どんな人でしょうか。

例えば「商品名 + 効果」という

複合キーワードで検索をする方の場合だと、

その商品の効果が気になっていたり、少し不安を持っている、
という事が分かりますよね。

「商品名 + 口コミ」だと、

実際に購入して使っている人の感想や意見が知りたい、

そして参考にして自分が買うかどうかを判断したい、

という事になります。

その商品が欲しくて気になっているけれども、

ちょっと疑問や不安があってあと一歩踏み出せない。

このような人が商標キーワードで検索をします。

この「**あと一歩**」を押し**あげる**こと。

疑問や不安を解消してあげる事ができれば、

その検索をした人は購入に踏み出す事ができるわけですが、

そこで記事内の適切な位置に商品への誘導として、

アフィリエイトリンクを置いておけばどうでしょう。

自然とそのアフィリエイトリンクから購入してもらえますよね。

商標キーワードを使った戦略は難しい事を考えず、
「そのキーワードで検索してきた人の不安を取り除く、
あと一歩、背中を押してあげる」
というだけ。

だから初心者向けの戦略だという事です。

■ 案件の選び方

ではここからは、
案件の選び方や考え方を解説していきます。

ASP 一覧

まずは事前準備として、
主要 ASP への登録を行っておきましょう。

登録必須の ASP

● A8.net

<https://www.a8.net/>

● アフィ B

<https://www.afi-b.com/>

● JAnet

<https://j-a-net.jp/>

● アフィリエイトフレンズ

<https://affiliate-friends.co.jp/>

●バリューコマース

<https://www.valuecommerce.ne.jp/>

●もしもアフィリエイト

<https://af.moshimo.com/>

登録しておいて損はない ASP

●xmax

<https://www.xmax.jp/>

●mobee

<https://aspm.jp/>

●LinkA

<https://link-a.net/>

●アクセストレード

<https://www.accesstrade.ne.jp/>

●immobile アフィリエイト

<https://affiliate.i-mobile.co.jp/>

●楽天アフィリエイト

<https://affiliate.rakuten.co.jp/>

●アマゾンアソシエイト

<https://affiliate.amazon.co.jp/>

●インフォトップ

<https://www.infotop.jp/>

●インフォカート

<https://www.infocart.jp/>

ASP は他にも色々ありますが、
ここでご紹介している ASP に登録しておけば
案件に困ることは無いでしょう。

一部の ASP ではブログ審査が必要な場合がありますが、
まともな手法で運営しているブログであれば、
審査に落ちることはまず無いのでご安心ください。

ライバルが弱い、いないところを攻めるべき

あらゆるブログ運営で共通して大切な事として、ライバルチェックがあります。

これは商標キーワード戦略でも非常に重要となってきます。

特に商標キーワード戦略は初心者向けの戦略ですので、参入者が非常に多い。

またこの実践だけでも月数十万円～百万円、人によっては数百万円を稼いでいますので、ベテランまで実践している手法。

ですから**しっかりとライバルチェックは事前にしっかりと行う**必要があります。

どのようなブログでも同じことですが、ライバルが弱い、もしくはライバルがいない所を攻めなければ、いつまで経っても1円すら稼げません。

新着案件を狙っていく

案件の選び方からですが、

各 ASP の新着案件から選ぶ事を基本として下さい。

なぜ新着から選ぶのか？ですが、

新着ではない案件はもう既に他のアフィリエイトが
参入している可能性が高いためです。

特に売れやすい案件、稼げる案件に関しては、

スキルもあり、資金力もあるアフィリエイトが参入しますので、
新規参入者であるあなたが結果を出す事は非常に難しいでしょう。

新着案件は各 ASP ですぐに調べられます。

例えば A8.net の場合にはログイン後「プログラム検索」の中で、



「新着」を選び、



新しく表示されたページを下にスクロールすれば、



新しく追加された案件の順番に表示されます。

表示件数 20件 ▾ 並び順 新着順(同日はプログラムID順) ▾

ページ内の一括申込のチェックを する はずす ? プログラム情報の見方

No	詳細	関連情報	提携状態	一括申込み																		
1	<table border="1"> <tr> <td>広告主</td> <td>株式会社 E C ホールディングス</td> </tr> <tr> <td>プログラム名</td> <td>Check! 10秒で毛先までちゅるん！ヘッドスパもできる"温感"生トリートメント【Tricore】(20-0415)(s00000006021021)</td> </tr> <tr> <td>対応デバイス</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> PC <input checked="" type="checkbox"/> スマートフォン</td> </tr> <tr> <td>成果報酬</td> <td>初回購入1900円 (2本セット・単品) 初回購入2800円 (4本セット)</td> </tr> <tr> <td>キャンペーン中</td> <td>1600円→1900円 (2本セット・単品) 2500円→2800円 (4本セット) 2020/04/15~2020/06/14</td> </tr> <tr> <td>Wチャンス</td> <td>●記事作成ボーナス</td> </tr> <tr> <td>提携審査</td> <td>審査あり 再訪問期間 90日 成果確定目安 約30日</td> </tr> <tr> <td>キーワード</td> <td>ヘアケア 頭皮ケア トリートメント ヘアオイル ダメージヘア</td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">審査あり</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">本人 OK</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">ポイント NG</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">商品 リンク</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">リスティング 一部OK</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">スマートフォン最適化サイト対応</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">ITP 対応 7days</div> </div> </td> </tr> </table>	広告主	株式会社 E C ホールディングス	プログラム名	Check! 10秒で毛先までちゅるん！ヘッドスパもできる"温感"生トリートメント【Tricore】(20-0415)(s00000006021021)	対応デバイス	<input checked="" type="checkbox"/> PC <input checked="" type="checkbox"/> スマートフォン	成果報酬	初回購入1900円 (2本セット・単品) 初回購入2800円 (4本セット)	キャンペーン中	1600円→1900円 (2本セット・単品) 2500円→2800円 (4本セット) 2020/04/15~2020/06/14	Wチャンス	●記事作成ボーナス	提携審査	審査あり 再訪問期間 90日 成果確定目安 約30日	キーワード	ヘアケア 頭皮ケア トリートメント ヘアオイル ダメージヘア	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">審査あり</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">本人 OK</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">ポイント NG</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">商品 リンク</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">リスティング 一部OK</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">スマートフォン最適化サイト対応</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">ITP 対応 7days</div> </div>		<p>▶ 詳細を見る</p> <p>▶ 広告主サイト</p> <p>▶ 広告サンプル</p>	未提携	<input type="checkbox"/>
広告主	株式会社 E C ホールディングス																					
プログラム名	Check! 10秒で毛先までちゅるん！ヘッドスパもできる"温感"生トリートメント【Tricore】(20-0415)(s00000006021021)																					
対応デバイス	<input checked="" type="checkbox"/> PC <input checked="" type="checkbox"/> スマートフォン																					
成果報酬	初回購入1900円 (2本セット・単品) 初回購入2800円 (4本セット)																					
キャンペーン中	1600円→1900円 (2本セット・単品) 2500円→2800円 (4本セット) 2020/04/15~2020/06/14																					
Wチャンス	●記事作成ボーナス																					
提携審査	審査あり 再訪問期間 90日 成果確定目安 約30日																					
キーワード	ヘアケア 頭皮ケア トリートメント ヘアオイル ダメージヘア																					
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">審査あり</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">本人 OK</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">ポイント NG</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">商品 リンク</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">リスティング 一部OK</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">スマートフォン最適化サイト対応</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">ITP 対応 7days</div> </div>																						
	<table border="1"> <tr> <td>広告主</td> <td>日本ファイナンシャルアカデミー株式会社</td> </tr> <tr> <td>プログラム名</td> <td>【無料】月5万円で資産1億円を作る「ゴイチ」セミナー(20-0501)(s00000007099019)</td> </tr> <tr> <td>対応デバイス</td> <td><input type="checkbox"/> PC <input checked="" type="checkbox"/> スマートフォン</td> </tr> </table>	広告主	日本ファイナンシャルアカデミー株式会社	プログラム名	【無料】月5万円で資産1億円を作る「ゴイチ」セミナー(20-0501)(s00000007099019)	対応デバイス	<input type="checkbox"/> PC <input checked="" type="checkbox"/> スマートフォン	<p>▶ 詳細を見る</p> <p>▶ 広告主サイト</p>	未提携													
広告主	日本ファイナンシャルアカデミー株式会社																					
プログラム名	【無料】月5万円で資産1億円を作る「ゴイチ」セミナー(20-0501)(s00000007099019)																					
対応デバイス	<input type="checkbox"/> PC <input checked="" type="checkbox"/> スマートフォン																					

メールでも 3~4 日に 1 通ほどのペースで送られてきます。

From	Subject	Date
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1868☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/05/01]	5月2日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1867☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/04/28]	4月28日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1866☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/04/24]	4月25日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1865☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/04/21]	4月21日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1864☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/04/17]	4月18日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1863☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/04/14]	4月14日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1862☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/04/10]	4月11日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1861☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/04/07]	4月7日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1860☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/04/03]	4月4日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1859☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/03/31]	3月31日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1858☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/03/27]	3月28日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1857☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/03/24]	3月24日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1856☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/03/20]	3月21日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1855☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/03/17]	3月17日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1854☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/03/13]	3月14日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1853☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/03/10]	3月10日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1852☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/03/06]	3月7日
as-support	[A8 News] プログラム最新情報! Vol.1851☆多 - A8プログラム最新情報! [2020/03/03]	3月3日

実際に1通見てみるといくつ新着案件があるのか書かれています。



商標キーワード戦略ではこれらの新着案件の中から選ぶ、
という事を頭に入れておいてください。

■ 商品選定とキーワード選定

では「多くの人が今興味を持っている事を狙う」は、
この商標キーワードではどのようにすれば良いのか？ですが、
それは今から順を追って解説していきます。

ただ闇雲に新商品ならなんでもいい訳ではない

まず最低限の案件の選び方として、
「新着から選ぶ」という事をお話ししました。

ただ新着案件だったら何でも良いかというと、
そういうわけではありません。

はじめにお話ししたように、
ASP の案件では売れる案件、売れない案件があります。

例えば毎日のように
何十人、何百人もの人たちが検索するような商品と、
検索する人が一ヶ月に一人いるかどうか？という商品。

どちらの方が売れやすいのか？は一目瞭然ですよね。

極端な事例に感じるかもしれませんが、
実際に ASP の新着案件ではこのような案件が混在していますので、
選ぶ案件の厳選は非常に重要になってきます。

そして案件選びはキーワード選定と直結しています。

知名度を調べよう

ではどのように選べば良いのか？ですが、
Google キーワードプランナーなどのツールを使います。

例えば Google キーワードプランナーだと、
調べたい商品名や複合キーワードを入力すれば、
過去にどれぐらいの検索需要があったのか？
が数字で表示されます。

無料で使用した場合だと指定した期間での月平均が表示され、



広告を出稿すれば月ごとで具体的な数字が表示させられます。



知名度を調べる 3 つの理由

商品の知名度を調べる理由は 3 つあります。

① 確実に購入してもらえる

ツールで具体的にどれだけの人が検索しているのか？
を数字として明確にする。

このようにする事で、
知名度が全くなくて誰も検索をしない商品避ける、
ということが出来ます。

そしてある程度の検索数があるという事は、
その商品に興味を持っている人がある程度はいる、
という事。

その興味を持っている方々が、

- ① どのような事を知りたいのか？
- ② どのような疑問を持っているのか？
- ③ なぜ購入まで踏み出せないのか？

などの原因に対して答えを提示すれば、
自然と購入してもらおう事ができるという事になります。

② 報酬の予測ができる

ある程度の人に興味を持っているとは言っても、
10人が興味を持つてる商品、1万人が興味を持つてる商品では、
稼げる金額に大きな差が出てきます。

また稼げる金額次第では、
ライバルの強さも強烈に変わってきます。

狙うべきなのは「少なすぎず多すぎず」の良いバランス。

当マニュアルでの基準は、

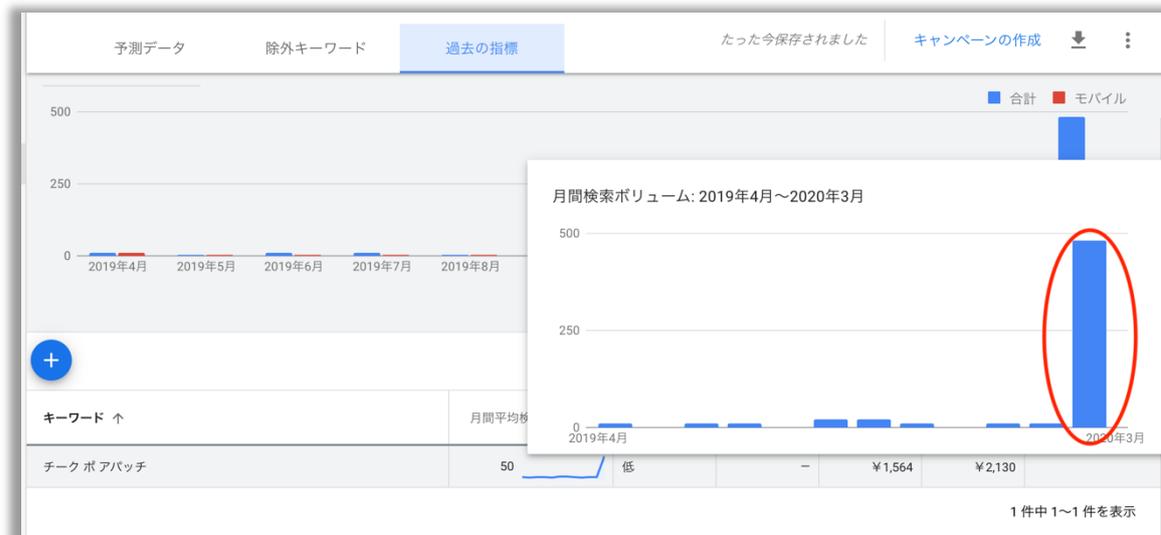
「単一の商標キーワードで月間検索ボリュームが 500 前後」の商品
を狙っていきます。

なぜ 500 前後なのか？ですが、

例えばこちらの新規案件の商品で調べてみると、

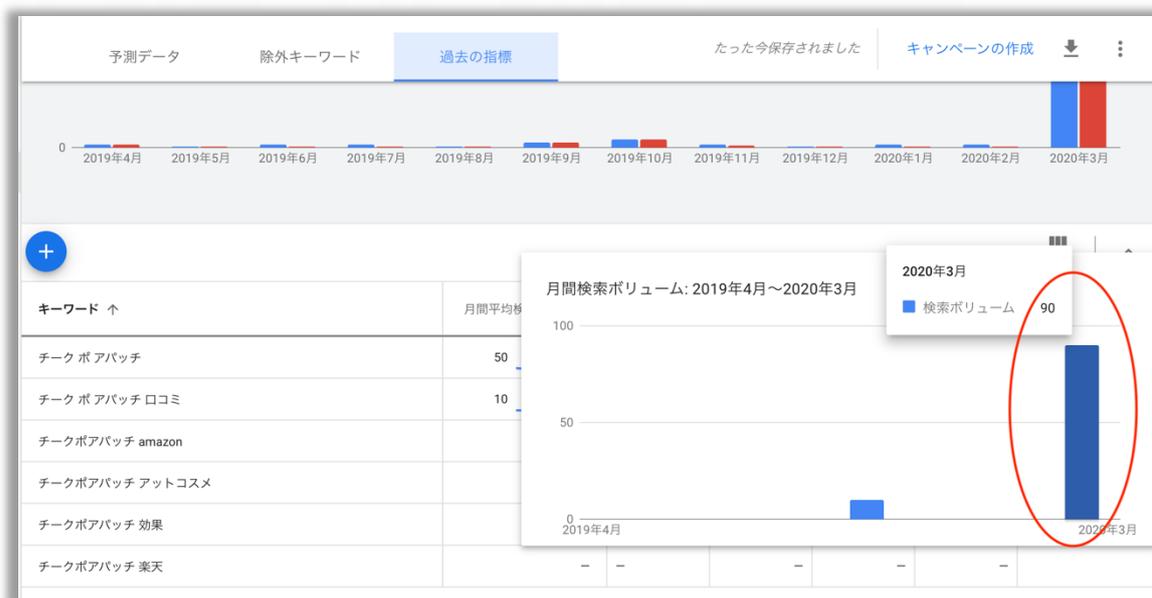
66	広告主	株式会社北の達人コーポレーション			▶ 詳細を見る ▶ 広告主サイト ▶ 広告サンプル	未提携		
	プログラム名	頬の毛穴専用マイクロニードル『チークポアパッチ』(20-0415)(s00000000204044)						
	対応デバイス	PC スマートフォン						
	成果報酬	初回購入4422円						
	提携審査	審査あり	再訪問期間	90日			成果確定目安	約30日
	キーワード	毛穴 毛穴密集地帯 刺す化粧品 チークポアゾーン スキンケア						
広告主	株式会社あしたるんるんラボ				未提携			

単一キーワードで 500 近くありました。



2語の複合キーワードだとだいたい 50~90 ほどになります。

このキーワードの検索ボリュームは90ありました。



検索結果で 1 位まで上げる事が出来た場合には、
1 位の平均クリック率データだと 22.44%ですので、

2019 年 4 月 検索順位別クリック率データ

検索順位	クリック率(PC)	(スマホ)
1位	31.19%	22.44%
2位	15.91%	14.06%
3位	10.07%	9.27%
4位	6.32%	6.09%
5位	4.28%	4.17%
6位	3.03%	2.87%
7位	2.19%	2.08%
8位	1.71%	1.67%
9位	1.38%	1.31%
10位	1.12%	1.01%

$$90 \times 22.44\% = 20PV$$

その記事のアクセス数は 20PV になる計算となります。

商標キーワード戦略の場合、

販売ページに飛んでからの成約率はだいたい 20%前後ですので、

$$20PV \times 20\% = 4 \text{ 件}$$

計算上は 4 件成約する事になります。

この案件の報酬が 4,422 円ですので、

$$4 \text{ 件} \times 4,422 \text{ 円} = 17,688 \text{ 円}$$

狙っているメインキーワードの成果だけでも
月 17,688 円の報酬になる、という事になります。

そしてこれはあくまでもメインキーワードだけの結果。

見出しに使っているサブキーワードや、
それ以外の記事やキーワードでもアクセスが集まりますので、
少なくともこの 2~4 倍は狙うことができます。

「単一の商標キーワードで月間検索ボリュームが 500 前後」
の案件であれば**少なくとも数万円稼げるサイトを
作り上げることができる、**という事です。

③ 短期間での案件終了が予防できる

そもそも新着案件、新商品なのに、
どうして既に検索需要があるのか？

その理由は

「アフィリエイト案件としては新着でも、
販売自体はもう既にされている商品もある」
ということ。

企業からしたらアフィリエイト経由で売れるよりも、
直接販売をした方が利益は大きくなります。

そのため先に自社で保有しているメールマガジンや
ダイレクトメール、LINE でのセールス、
自社サイトで大々的に取り上げてのセールスなどを行います。

そうやって手が届く人たちに対してある程度売り切った後に、
自社では手が届かない層に向けてアフィリエイトの力を
借りるわけです。

だから一定の人には既に知られている商品なので、
ASP に新着として掲載された時点ではもう既に検索需要がある、
ということになります。

そしてさらに言うと、

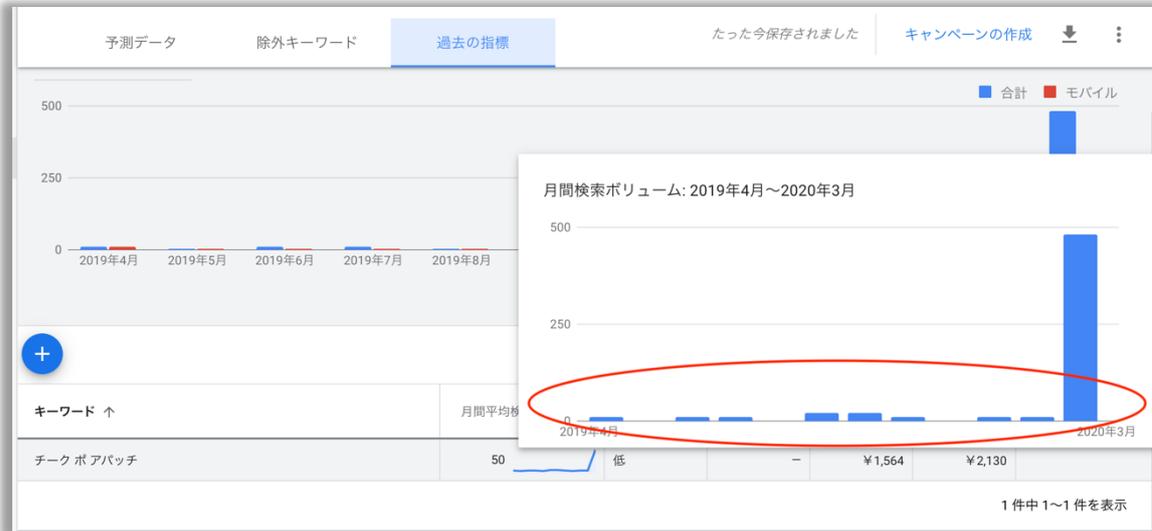
「自社で手が届く人たちに先にセールスをする」という事は、
企業側としても自信を持っている商品ということ。

自信を持っているからこそ自社で先に収益を確保して、
 さらにその先に繋げるためにアフィリエイトの力を
 借りるわけです。

実際に先ほど例に挙げたこちらの商品は

66	広告主	株式会社北の達人コーポレーション			▶ 詳細を見る ▶ 広告主サイト ▶ 広告サンプル	未提携			
	プログラム名	頬の毛穴専用マイクロニードル『チークポアパッチ』(20-0415)(s00000000204044)							
	対応デバイス	<input type="checkbox"/> PC <input checked="" type="checkbox"/> スマートフォン							
	成果報酬	初回購入4422円							
	提携審査	審査あり	再訪問期間	90日				成果確定目安	約30日
	キーワード	毛穴 毛穴密集地帯 刺す化粧品 チークポアゾーン スキンケア							
		審査あり	本人 NG	ポイント NG				リステイ 一部OK	スマートフォン最適化 サイト対応
広告主	株式会社あしたるんるんラボ				未提携				

A8 では新着案件でしたがキーワードプランナーを見る限りでは、少なくとも一年以上前から販売されている事が分かります。



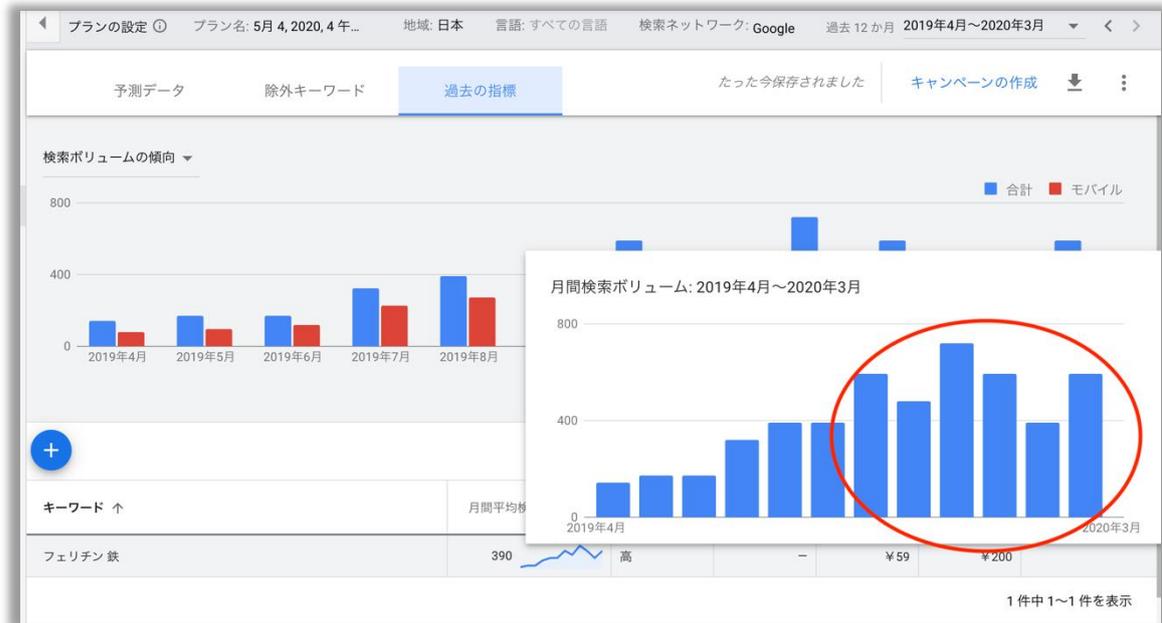
A8 では4月から新商品として出していますが、

送信トレイ	件名	日付
受信トレイ	【A8 News】プログラム最新情報！ Vol.1864☆多・ニードル『チークポアパッチ』 [広告主名] 株式会社北の達人コー...	4月18日
受信トレイ	【新商品のご案内】 頬の毛穴専用マイクロニードル『チークポアパッチ』登場！ 株式会社北の達人コーポレーショ...	4月16日
受信トレイ	坪井太史様[afb]NEWS/vol.3223 本日の新着とおすすめ - ニードル『チークポアパッチ』	4月7日
受信トレイ	【新商品のご案内】 頬の毛穴専用マイクロニードル『チークポアパッチ』登場！ - ◆チークポアパッチからの告知...	4月7日

その前月から急激に検索ボリュームが増えているという事は、
様々な媒体にて広告を出して知名度UPを図っている事が
明確に分かります。

ちなみに今回例に挙げた商品のように、
急激に検索ボリュームが増えている案件だけではなく、
継続して検索ボリュームがある商品は積極的に狙いましょう。

こちらの案件のように何ヶ月もずっと継続して、
安定した検索ボリュームがある商品であれば、



以前から企業も力を入れ続けているわけですので、
より確実性、安定性は増します。

ASP 案件でよくあるパターンが、
ある日いきなり紹介している案件が終了してしまう、
という問題です。

終了してしまうという事は、
もうその商品に見切りをつけてしまうというパターン。

もう一つは世間への知名度が高くなったため、
もうアフィリエイトの力を借りなくても売れるというパターン。

この2つのパターンがあります。

新着案件では

「世間への知名度が高くなったためアフィリエイトを締め出す」
という事はほぼ起こりません。

ですが

「もうその商品に見切りをつけてしまう」
という事は頻繁に起こります。

自社でセールスをせずに

はじめからアフィリエイトの手を借りる商品というものは、
企業からしたら「運良く売れば儲けもの」ぐらいの
感覚でしかなく、リサーチ的な意図があります。

アフィリエイトがある程度ネットで紹介し、
知名度が上がったら売れ始める。

そして利益が出だしたら CM などの宣伝広告費を使って
大きくする。

このような戦略の商品なわけですが、
でもほとんどの商品はそこまでいかず、
アフィリエイト案件自体が早々に打ち切られてしまいます。

検索ボリュームがどれぐらいあるのかを調べるという事は、
企業がどこまで力を入れているのか？
という事を読み取ることができるという事です。

※アフィリエイトの締め出しは防げない

「案件終了をしてアフィリエイトを締め出す」
という事は防ぐことは出来ません。

以前私が某有名 EMS 機器の商標キーワードで
サイトを作っていた時のことですが、
何ヶ月もの時間、かなりのお金や労力をかけて
上位表示を目指していました。

そしてようやく公式よりも上、1 位まで上り詰めた瞬間、
全 ASP でその商品、その会社のアフィリエイト案件が
終了となりました。

ASP からこのメールが来た時は、居酒屋で叫んでしまいました。

以上のように知名度や検索需要を調べる、
ということは非常に重要です。

これをしなければ稼げる金額は
せいぜい1万円、大きくても2~3万円が天井に
なってしまうでしょう。

しかもいつまで経っても新規案件を追いかけ続け、
ただひたすら新しい案件のサイトを作るだけになってしまいます。

ライバル記事のチェック方法、見るべきポイント

案件が決まっても、
ライバルが強ければ上位表示させる事はできません。

ですのでライバルチェックはしっかりと行いましょう。

方法は様々ありますが、
最低限チェックすべき事は3つです。

① アフィリエイトサイトの有無

ライバルチェックをしている時に見かけるサイトは、この6つに分類されます。

- ① アマゾン、楽天などの通販サイト
- ② 大手などの公式サイト
- ③ 大手が運営しているキュレーションサイト
- ① 物販系のアフィリエイトサイト
- ② Yahoo!知恵袋、教えてgooなどのQ&A サイト
- ③ アドセンスなどの個人が運営しているブログ

※ニュース系サイトやクックパッドなどは
キュレーションの一種と分類します。

この中で狙うべきは④、⑤、⑥です。

とは言っても

- ⑤Yahoo!知恵袋、教えてgooなどのQ&A サイト
 - ④ アドセンスなどの個人が運営しているブログ
- は商標で攻める場合にはほぼ出てきません。

もし出てきたらほぼ確実に勝てるので、
すぐにそのキーワードは採用しましょう。

主に出てくるサイトは

「**同じ商品を紹介しているアフィリエイトサイト**」

ですのでこちらを見つけましょう。

① **しょぼい構成の商標系サイトを狙い撃つ**

アフィリエイトサイトが見つかったら、

その**ライバルサイトの構成をチェック**しましょう。

新商品でサイト作成をする人は、

- 1.既に大きく稼げている量産系の有力アフィリエイト
 - 2.まだ全然稼げていない初心者アフィリエイト
- に二分化されます。

ただどちらの場合も、

ぶっちゃけショボいサイトばかりです。

有力アフィリエイトは凄まじいサイトを作りそう、

と思うかもしれませんが、実は意外とそんな事はありません。

というのも稼ぐアフィリエイトは誰もが、

「**伸びそうなサイトだけを強化する**」からです。

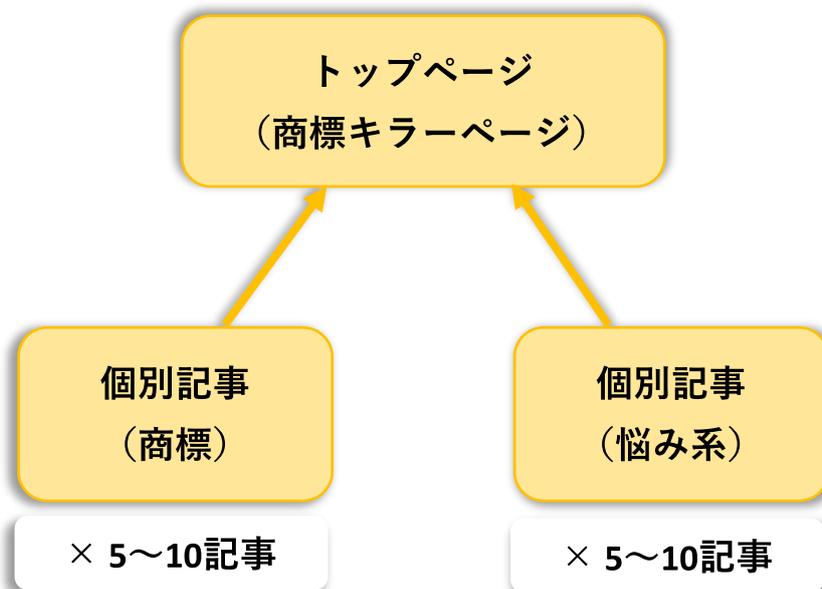
そのため**新規案件で作り始めたばかりであれば、**

まだまだ種蒔き段階にすぎません。

有カアフィリエイターが作るサイトの構成の多くは、
このようになってます。

- トップページにキラーページ
- 個別記事を 10～20 記事

図にするとこんな感じですね。



まだこのレベルのサイト構成であれば十分勝てるので、
狙っていきましょう。

初心者アフィリエイターは
たった 1 ページのキラーページだけという場合も多いので、
こちらは余裕で勝てます。

※中古ドメインを使っているサイトについて

商標系サイトでは、

- ・ その商品に関連する言葉、文字列
- ・ その商品が解決する悩みに関連する言葉、文字列

このどちらかでドメインを取得する場合があります。

もしこのどちらにも該当しない言葉や文字列の場合、中古ドメインを使用している可能性が高いです。

その場合には勝てないと判断をし、避けた方がいいでしょう。

② ライバルの文字数を超える

狙うべきライバルサイトが見つかったら、次はその**ライバルの文字数をチェック**してください。

仮にライバル記事が1万文字、5万文字、10万文字など、膨大な文字数になっている場合には、非常に強いライバル記事であると判断ができます。

その場合にはサクッと諦めてしまいましょう。

仮に戦いを挑んだとしても、勝つ事はなかなか難しいです。

3千文字、5千文字ぐらいの文字数であれば、勝つ事は難しくありません。

ただそれでも最低限、

ライバル記事よりも文字数で上回るようにしましょう。

■ サイト構成

では案件が決まったら、

次はサイト構成に入っていきます。

一般的なサイトアフィリエイト系商標キーワード戦略

ドメインやサーバーに関して

サイトアフィリエイトで商標キーワード戦略を実践する場合には、基本的には「1 商品 1 ドメイン 1 サイト」で作成していきます。

開設するものは [→シリウス](#) などのサイト作成ツールで HTML サイトを開設してもかまいませんし、ワードプレスなどブログでもかまいません。

ただまだ収益がほとんど出ていない方であれば、ドメイン代だけでも負担は大きいでしょう。

もし 1 商品ドメインの費用が苦しいのであれば、無料ブログを使ってもかまいません。

またワードプレスでも、
無料のレンタルサーバーや無料ドメインを使う、
という方法もあります。

→ <https://mirin3.com/3170/>

Google 社のスパム対策のチームリーダーで、
SEO の対策に関わっているマットカツツ氏がワードプレスに関して、
以下のように述べています。

WordPress is a great choice
WordPress automatically solves a ton of SEO issues.
WordPress takes care of 80-90% of
(the mechanics of)
Search Engine Optimization (SEO)

(和訳)

ワードプレスを選ぶことは非常に良い選択です。
なぜならワードプレスは SEO に関する多くの問題を自動的に解決し、
SEO (サーチエンジン最適化) の 80%~90% に対応するように作られて
いるからです。

「WordCamp San Francisco 2009」での講演スライドより引用

作成した全てのワードプレスが伸びるわけではありませんが、
伸びたブログをさらに構築していくためには、
はじめからワードプレスで運営するのは非常に効率的だという事です。

とは言ってもやはりはじめは無料ブログの方が早くアクセスは集まります。

3ヶ月ほどアクセスがなくてもモチベーションが続くのか？
出来るだけ早く制約が欲しいか？
で決めるようにしましょう。

サイト構成

サイトアフィリエイトでのサイト構成は、
「商標キーワード戦略=ペラサイト（1ページだけのサイト）」
というイメージをしている方は非常に多いです。

ですがそれは遥か昔の情報であり、
たった1ページのペラサイトで稼げるような事はまずありません。
稼げたとしても数千円、1~2万円が限界でしょう。

よっぽどセンスがある人、運が良い人でも、
10万円行くか行かないか、というぐらいの金額にすぎません。

今は Google ですら、
「ペラサイトには目を光らせる」
と公式に言っているわけです。

ペラサイトだけで稼ごうと思ったら、
実践し続ける限りずっと Google と戦い続ける、
という覚悟が必要なわけです。

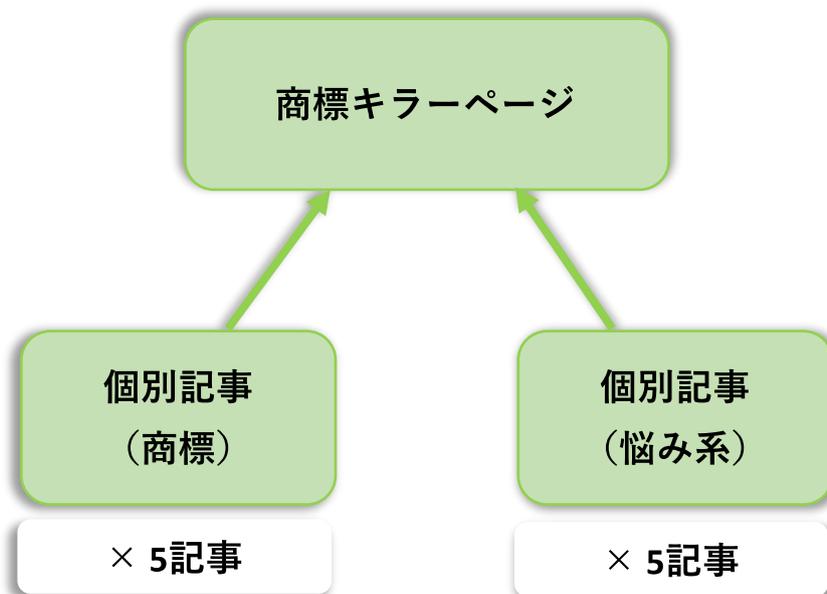
価値のないペラサイトの量産に未来がないことは間違いありません。

では Google の方針に沿った、
本来の正しい商標キーワード戦略はどのようなものか？

ある程度の文字数の記事、最低限の記事数を投稿し、
階層を構築することが今後さらに重要になってきます。

このマニュアルでは最低限として、
以下のサイト構成を推奨します。

- トップページ（キラーページ）
- 商標での個別記事 5 つ（同カテゴリー）
- 悩み系での個別記事 5 つ（同カテゴリー）



「1 商品 1 ドメイン 1 サイト」ですので、
1 つの商品に対してこのサイト構成を 1 セットとします。

そして商品の数だけ同じ構成のサイトを量産していきます。

■ 記事作成

次は記事の作成に入っていきます。

トップページ（キラーページ）

キラーページとは「**成約させるためのページ**」のこと。

他の記事からこのキラーページに誘導し、
しっかりと成約するためのページです。

もちろん商標キーワードを使いますので、
最終的には**この記事単体でも検索上位をして成約させる**ことを
目指していきます。

このマニュアルでは
キラーページは最低文字数は 8000 文字を基準としますが、
ライバル次第では 1 万文字以上になることもあります。

8000 文字は多いと感じるかもしれません。

ですが ASP の商品を紹介し、
しっかりと成果を出し続けているアフィリエイトであれば、
誰もが当たり前のように書いている文字数です。

結果を出したい、稼ぎたいのであれば、
この文字数は最低限必要だということです。

とは言っても正しい記事の書き方、自然な流れでの記事であれば、
実はそんなに難しいものではありませんのでご安心ください。

商標での個別記事 5 つ (同カテゴリー)

キラーページで商標キーワードでの上位表示を狙うだけでなく、
個別記事でも商標キーワードを使って記事を書き、上位表示を狙います。

この個別記事では文字数はキラーページとは違い、
3000 文字以上でかまいません。

というのも**個別記事は**
あくまでもキラーページを上位表示させるための
踏み台にする為の記事だからです。

キラーページでは使っていない商標キーワードで記事を書き、
上位表示を狙っていく。

そしてその個別記事からキラーページにリンクを貼ることで、キラーページにアクセスをどんどん流していき、さらにはキラーページの評価も上げる。

個別記事の役割はあくまでも

「キラーページの評価を上げるための踏み台」

と認識しておいて下さい。

悩み系での個別記事 5 つ（同カテゴリー）

ここで言う悩み系とは、

その商品で解決ができる悩みの事を指します。

悩み系キーワードでの個別記事も同様に、

「キラーページの評価を上げるための踏み台」として活用します。

そのため文字数は 3000 文字以上でかまいません。

商標キーワードだけだとどうしても偏ったアクセスになりますし、あまり数が見込めません。

そこで商品名とは全く関係がないキーワードでアクセスを集め、キラーページに誘導する事で、さらに評価が上がりやすくなる、という戦略を使っていきます。

ただ悩み系からのアクセスは商標キーワードでのアクセスとは違い、成約率は大きく下がります。

一般的には 10%もあれば高い方だと言われますので、こちらからのアクセスでの成約はあまり期待しないようにしましょう。

記事構成

キラーページと個別記事、
基本的にはどちらも同じ考え方で構築していきます。

もう今は通用しない古い考え方の代表例

サイトに訪問する人は基本的には検索エンジンから訪れます。

では検索エンジンから訪問する人たちは
なんのために検索をしているのか？ですが、
「自分が知りたいことの答えを求めている」わけですね。

特に商標キーワードに関しては、
もう既にその商品の存在を知っている、気になっている。

その商品を購入したいが
何かの理由であと一歩が踏み出せない方です。

よく見かける記事構成では冒頭で、
このような書き出しがあります。

「あなたはこんな悩みを抱えていませんか？」

「私も同じような悩みを抱えていたので分かります。」

「この記事ではそんな私が悩みを解決した方法をお伝えしていきますね！」

正直こんな書き出しは、
読む人にとっては邪魔でしかありません。

一昔前まではこのような記事構成が流行っていました。

1. 冒頭の書き出し
2. 商品の概要や特徴
3. 悪い点についての口コミ
4. 良い点についての口コミ
5. 商品の使い方
6. 商品が購入できる販売店
7. 最後に

どのような商品、キーワードでも
この記事構成が使われていたわけですが、
今では全く通用しません。

例えば口コミが知りたい人は、

「〇〇 口コミ」で検索するわけですね。

で、上位表示された記事の冒頭には、

「～じゃないですか？」

「この記事では～についてお話ししますね！」

など、ダラダラと書かれている。

そして読み進めてもすぐに口コミは出てこずに、

次は商品の概要や特徴が書かれている。

知りたいことがいつまで経っても出てこない記事は、

検索者にとってはめんどくさいだけですから、

当然のように他のサイトを探しに行くわけです。

このような記事構成の考え方はもう今は通用しない古い考え方
だという事です。

記事タイトルに使ったキーワードの答えを冒頭で伝える

記事の冒頭では「まずは答えを書く」という事が何よりも重要です。

現代人はせっかちなので、

今すぐにでも答えが知りたくてネット検索をするわけです。

ですからその気持ちに応えるためにも、

まずは冒頭で答えを伝えるという事が何よりも重要です。

見出しの決め方

次に見出しの決め方、その考え方ですが、

「冒頭で答えを提示したその次に

どんなことに疑問を持ったり知りたいと感じるか？」

で決めていきます。

例えば「〇〇 効果」で検索した人に対しては、

冒頭で商品の効果に関する事を伝えます。

では効果について理解した人は、

次にどんな疑問を持つと思いますか？

「本当に効果ってあるのかな？」

「危険やデメリットってないのかな？」

「危険な成分とかないのかな？」

このような事ですよ。

であれば次の見出しに使うキーワードは

「〇〇 デメリット」「〇〇 成分」となります。

ではデメリットや成分を知ったその後はどうでしょうか。

「私にも効果はあるのかな？」

「他の人の口コミや体験が知りたいな」

などになりますよね。

すると同じように次の見出しに使うキーワードは

「〇〇 評判」「〇〇 口コミ」になります。

このように、

「答えを伝える」

「そこでさらに疑問に感じた事を次の見出しにする」

というように記事の構成を組み立てていきましょう。

すると訪問してくれた人がすぐに離脱しないだけでなく、

自然と記事を読み進めてくれるようになりますので、

検索エンジンからの評価も上がります。

この記事構成を実践した方の事例だと、

記事の平均滞在時間が5分前後、

長い人になると7分、10分という結果も出ました。

また成約率に関しても大きく伸びます。

従来 of 商標キーワードでは平均20%ほどですが、

この考え方で記事を作成した場合は30%まで引き上がります。

中には40%という結果を出している人もいます。

「記事を読んでいる人が感じる疑問を答えてあげる」
これが何よりも大切だということです。

商標キーワード戦略での記事構成には型がある

記事構成の考え方をお伝えしましたが、
一見すると難しそうに感じたかもしれません。

ですが実は商標キーワード戦略であれば、
記事構成の型は決まっています。

例えば先ほどお伝えした「効果」の次は、
ほとんどの場合で「デメリット」「成分」などとなります。
そして次は「評判」「口コミ」となります。

もし冒頭に「口コミ」「レビュー」などが来たとしたら、
次は「モニターサンプルなどはあるのか？」などとなるので、
「定期購入」「お試し」「モニター」「解約方法」
などとなります。

そしてここでまだ購入に踏み出せない人は
まだ本当に効果があるのか？などの不安があるわけですので、
「効果」「デメリット」などを伝えればごくごく自然な流れとなります。

このようにある程度の型が決まっているわけです。

花火大会などのイベント系記事でも型がありますが、
商標キーワードでも全く同じことが言える、という事です。

考え方としてはこちらの動画と全く同じです。

▶ <https://youtu.be/bZN-bSf3IVk>

外注化をしたとしても、
一定以上のクオリティの記事ばかりを量産することも可能

「冒頭の書き出し」や「終わり」になどは不要

商品名で検索する人は、
自分が知りたいことに対しての答えだけを求めていますので、
共感などは特に必要ありません。

よっぽど素晴らしい意見や感想があるなら効果的ですが、
そうでない場合はむしろデメリットにしかありません。

また冒頭の無駄な書き出しだけでなく、
「いかがでしたか？」といったようなまとめも全く必要ありません。

商標キーワード戦略の唯一にして最大の目的は、
「疑問を持って検索した人へ答えを伝え、販売ページに飛んでもらう」
ということだけ。

共感を得てサイトのファンになってもらったり、
サイト運営者のファンになってもらう事が目的ではありませんので、
シンプルに答えだけを伝えるという事を意識しましょう。

■ より早く結果を出すための被リンク戦略

ではここからはより早く結果を出すための戦略として、
被リンク戦略をご紹介します。

各種用語解説

まずは用語の解説からしていきます。

知っていると思っけていても、
実は間違った認識をしていることもありますので、
必ず目を通してください。

リンクとは

インターネット上で言うリンクとは、
自分が運営しているブログの記事内で他の記事を紹介すること。

例えばこちらのページの場合だと、
この部分から他の記事を紹介しています。

アドセンス、ごちゃ混ぜブログの記事滞在時間が5分…トップブロガー以上に凄い実績ができました

📅 2019.12.26 🔄 2019.12.26 ⌚ 目安時間 9分

2
シェア

Twitterで
リンクを共有する

この記事
ブックマークする

人気ブログ
ランキング

ツイート

B! Bookmark

BLOG

昨日ご紹介した記事なんですけど…
→もう絶対に読まれない！最低最悪のブログ記事の書き方。

意外や意外。
かなり反響がありました。

感想もガンガン来ましたし。

正直「え？」って感じです。

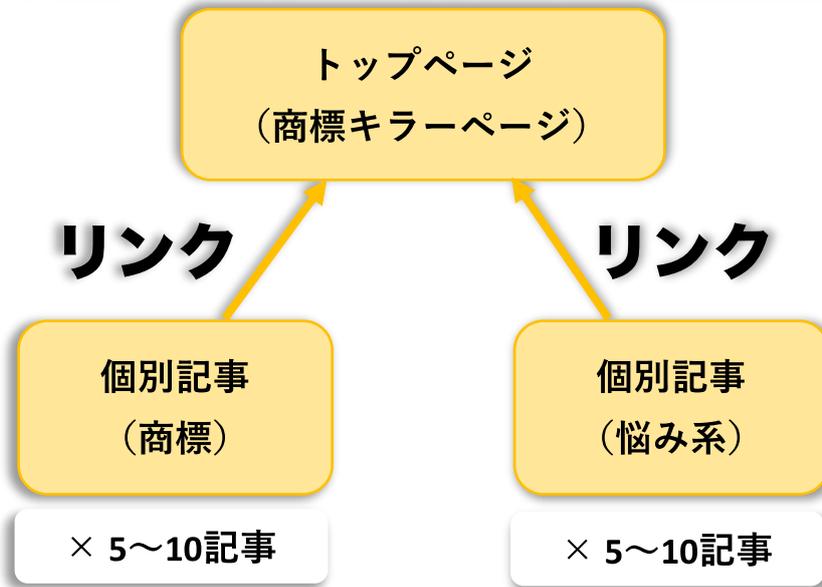


これをリンクと言います。

「リンクを貼る」「リンクを送る」という場合には、
この「他の記事にリンクする」と言う事となります。

同じブログ内で他の記事にリンクを送る場合には「内部リンク」と呼び、
他のブログにリンクを送る場合には「外部リンク」と呼びます。

先ほどご紹介したこちらの図は、



「個別記事」から「トップページ (キラーページ)」にリンクを送る、ということです。

被リンクとは

被リンクとは自分のブログの記事が、他の記事でリンクを貼ってもらう事が出来た場合のこと。

先ほどの「リンクを送る」という場合で言うと、紹介された型の記事の立場で見た時に、「リンクをもらう」「リンクを受ける」ということになります。

例えば先ほどのこちらの図の場合、

トップページは個別記事からリンクを受けているので、

「被リンクがある」「被リンクを受けている」ということになります。



サテライトブログ（サテライトサイト）とは

サテライトブログ（サテライトサイト）とは、

メインブログとはまた別のブログの事を指します。

メインのブログと同じジャンルでもターゲットや訴求方法を変える事で、メインブログでは集められない人たちからのアクセスを集める事を目的として構築するもの。

サテライトブログも上位表示させる事で、

さらにアクセスを大幅にアップさせる事が可能です。

被リンクにはどんな効果があるのか？

被リンクを受けるという事は、
他の記事から紹介されるほど価値のある記事という事。

紹介する立場で考えると、
他の記事を紹介する、リンクを送るという事は、
せっかく来ているアクセスを他の記事に逃すということでもあります。

本来であればわざわざ逃がさなくても、その記事内で内容を追加すれば、
訪問者さんの滞在時間は長くなりますし、満足度も高くなります。

リピーター化する可能性も増えますし、
何かしらの商品を紹介すれば売れる可能性もあるわけです。

にも関わらず他の記事にリンクを送るという事は、
そのリンクを送る先の記事は、
機会損失をしてでも紹介されるだけの価値があるということ。

検索エンジンから高評価を受けるキッカケになるという事です。

この検索エンジンからこう評価を受けるキッカケになる、
という事を悪用したのが数年前まで流行ってきた、
「被リンクを購入する」という行為だったり「自演リンク」という行為。

ツールで吐き出しただけのあまり意味のない記事や、全く関係がないジャンルの記事からリンクを送る、という方法です。

全く関係がないジャンルの記事やサイトを量産し、収益化しようと思っているメインサイトへ大量のリンクを送り、上位表示させて大きく稼ぐ。

アフィリエイト界隈ではこれが当たり前のように行われて来ました。

ただこの方法は検索エンジン側も徹底的に対処しており、今ではほぼ通用しなくなっています。

とは言っても被リンク自体はまだ非常に重要視されていますので、適切な自演リンクは有効な戦略です。

今は数よりも質の方が重要視されている、というだけの事。

ですので当マニュアルで推奨する被リンク戦略は、一定以上のクオリティの記事やブログからリンクを送る、という事を基本としています。

ツールから吐き出したような記事や、全く関係がないジャンルの記事から大量に被リンクを送る、というような事は絶対にやめましょう。

サテライトブログは育てるもの

従来の量産系アフィリエイトでは、
ツールで吐き出したような意味のない記事を量産していました。

そしてサテライトブログも量産し、
膨大な自演リンクでメインブログを上位に引き上げるために、
このサテライトブログからの被リンクを悪用していました。

ただ今はこの手法は全く通用しません。

本来のサテライトブログの運用方法である、
「メインブログとジャンルを合わせつつも、
ターゲットや訴求方法を変えて運営する」
という事が重要です。

そして従来のような、
たった数記事だけの使い捨てサテライトブログを
ただひたすらに量産するという方法ではなく、
定期的に記事を投稿し続けて長く運営し続けるサテライトブログ
をしっかりと構築していきましょう。

サテライトブログでも長く運営し続ける事で、
検索エンジンからの評価は上がります。

そしてこの方法でサテライトブログを構築していけば、
仮に収益化のために運営している商標系メインブログが
案件終了などの要因で使えなくなったとしても、
**サテライトブログ自体は他の収益化用の商標系メインブログの
被リンクに流用**できます。

このような運営方法のサテライトブログを複数のジャンルで展開していけば、
様々なジャンルの商標サイトで稼ぐ事ができます。

「始めから評価を受けている」サテライトブログを使うこと

被リンク用のサテライトブログを構築する場合に重要なことは、
ドメイン自体が検索エンジンからある程度の評価を受けていること、
が重要です。

始めからある程度の評価を受けているということは、
検索エンジンのクローラーが早く回ってくる、ということ。

すると被リンクを送る
収益化用の商標系ブログにもクローラーが流れますので、
早く検索エンジンにインデックスさせる事が出来ます。

始めからある程度の評価を受けているドメインですが、
ここでは3つのご紹介しておきます。

①中古ドメインを活用する

まず一つ目は中古ドメインです。

中古ドメインとはその名の通り、以前どこかの誰かが何かのブログやサイト運営で使用していた、中古の独自ドメインのこと。

過去に運営していたブログやサイトが何かしらの理由で更新されずに放置される事は多々あります。

その放置されているドメインを活用する、という事です。

一定期間使われていたドメインは
様々なところから被リンクを得ていますので、
運営開始当初からアクセスを集めることが可能です。

ドメインによってはビッグキーワードでいきなり上位表示させる、ということも出来ます。

とは言っても中古ドメインなら何でもかんでも良い、
というわけではありません。

その過去に運営されていたブログやサイトが、
「どのような被リンクを受けていたか？」
「どのように検索エンジンから評価を受けていたか？」
「怪しい運営はしていなかったか？」
をチェックする必要があります。

最も手軽な方法は中古ドメインを販売している業者から購入すること。
以下の業者がアフィリエイトには有名どころです。

- アクセス中古ドメイン

<https://communityserver.org/>

- 中古ドメイン販売屋さん

<https://www.topshelfequestrian.com/>

- ザンワーズ

https://www.thanwords.jp/service/old_domain

- ウルフドメイン

<http://wolf-domain.com/>

自分で中古ドメインを見つければ費用は安いのですが、
非常に手間も時間もかかります。

また慣れれば失敗も少なくなります、
はじめのうちはどうしても失敗はあります。

ペナルティを受けて手放されている中古ドメインも今は非常に多いので、そのような中古ドメインを取得してしまうと目も当てられません。

そこに労力や時間をかけるのであれば、中古ドメイン販売業者から購入した方が安全でしょう。

● 様々なテンプレートをランダムに使う

いざ中古ドメインを手に入れてサテライトブログを運営する場合、従来のアフィリエイトであればシリウスという、HTML サイト作成ツールを使ってきました。

ただシリウスは小規模のサイト運営には適していますが、当マニュアルでお伝えしている、本来の「更新型サテライトブログ」の運営には適していません。

そのためワードプレスで運営することをここでは推奨します。

ただ注意すべきなのは**運営する全てのワードプレスで、テンプレートを統一させないこと**です。

同じテンプレートばかりにしていると、明らかに「自演用のサテライトブログ」と検索エンジンから判断されます。たとえ真っ当な運営をしていたとしても、です。

そのようなリスクは徹底的に避けるためにも、ワードプレスのテンプレートの統一は避けましょう。

※テンプレートは「ワードプレス テンプレート 無料」などで検索し、
お好きなテンプレートを使って構いません。

②無料ブログからの被リンクも活用する

2つ目は無料ブログを使うという方法です。

無料ブログは始めから被リンクなどはありませんが、
ペナルティを受けているなどの危険性は一切ありませんし、
何よりも一切お金がかかりません。

中古ドメインのように

ビッグキーワードでの上位表示などはありませんが、
開設初日からアクセスを集めることなどは可能

そもそもサテライトブログ単体で収益化を狙うものではないので、
わざわざ中古ドメインでお金を使わずとも、
無料ブログでも十分ではあります。

●様々な無料ブログサービスを使う

中古ドメインのワードプレスと同様、
無料ブログも様々な運営会社のものを使いましょう。

活用しやすいサービスは以下となります。

- ・ はてなブログ
- ・ FC2 ブログ
- ・ Seesaa ブログ
- ・ ライブドアブログ
- ・ 忍者ブログ
- ・ goo ブログ
- ・ エキサイトブログ
- ・ ジュゲム
- ・ アメブロ（ドメインは強いが規約が厳しい）

③アドセンスブログからの被リンク

3つ目は今あなたが運営しているアドセンスブログを活用する、という方法です。

FAAP を実践しているあなたであれば、
戦略的ごちゃ混ぜブログを運営しているはずですよ。

しっかりと運営し続けているブログであれば、
検索エンジンから一定以上の評価を受けているはず。

そして戦略的ごちゃ混ぜブログは
どんなテーマの記事を投稿しても問題ないわけですから、
収益化用商標系ブログで紹介する商品に関するジャンル、
その商品が解決する悩みの記事を投稿しても良いわけです。

そのブログからリンクを送れば、
被リンク効果は非常に高くなります。

ただこの時の注意点としては、
そのジャンルの記事をたった一つだけ投稿する、
というようなことはしないこと。

必ず複数の記事を投稿するようにしましょう。

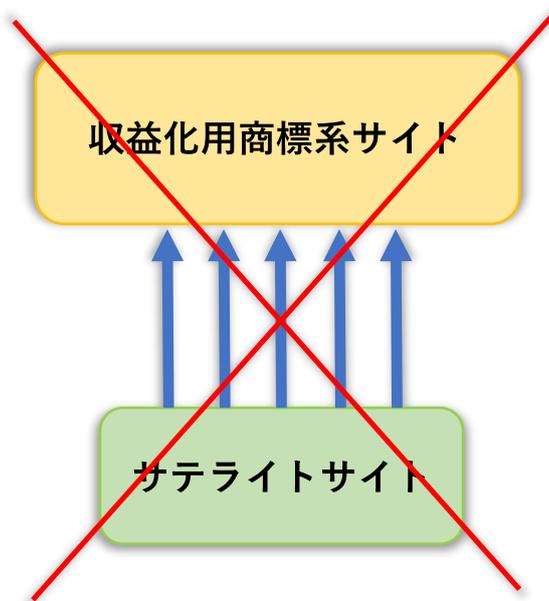
- 中古ドメインを活用する
- 無料ブログからの被リンクも活用する
- アドセンスブログからの被リンク

この3つをサテライトブログとして活用するということをお伝えしましたが、
どれか一つだけを実践しないようにした方がいいでしょう。

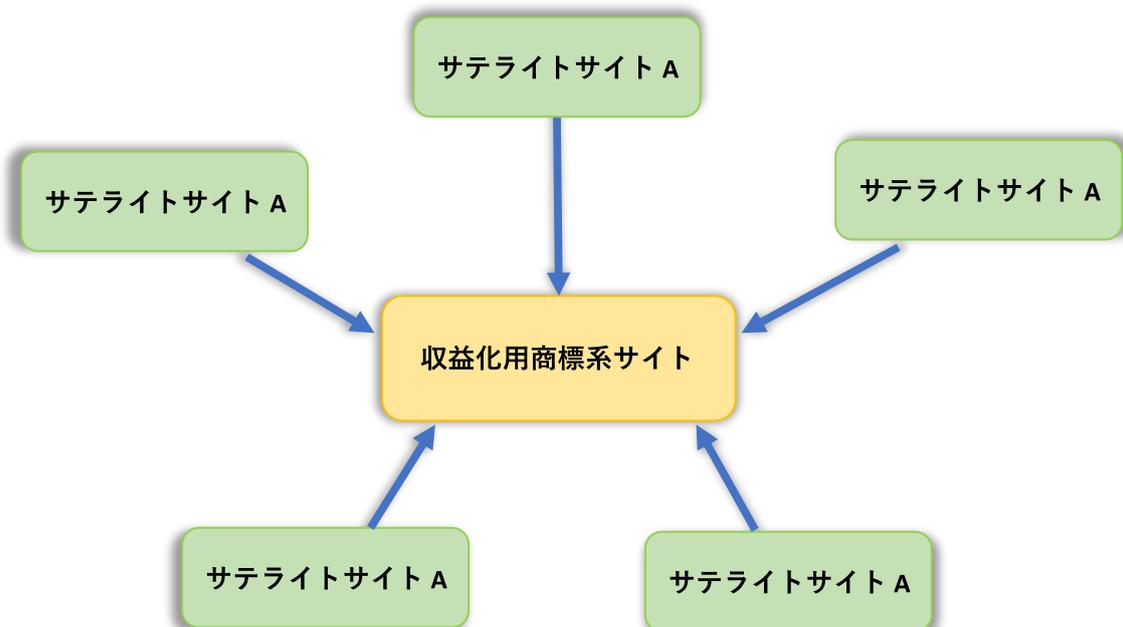
一つのやり方だけを実践していると、
検索エンジンの評価基準が変わった時に影響を受けないとも限りません。

● 1つのブログに複数の被リンクを送る際の注意点

一つの収益化用商標系ブログで複数の被リンクを受けたい場合でも、一つのサテライトブログから複数のリンクは送らないようにし、



必ず**複数のサテライトブログからリンクを送る**ようにしましょう。



運用するには一つのジャンルでも
複数のサテライトブログを運営してる方が良いでしょう。

はじめから複数のブログは難しいかもしれませんが、
少しずつでも増やしていきましょう。

また取り扱う ASP の商品のジャンルも、
決まったジャンルに絞った方が効率は良いです。

様々なジャンルの商品を取り扱った方がリスク分散になる、
という考え方も確かにあります。

ですが一つのジャンルですら結果が出せない人が、
複数のジャンルで結果は出せません。

●Google 系ツールは使わないこと

「Google キーワードプランナー」「Google アナリティクス」
はブログ運営をする上で非常に有効なツールです。

ですが自演リンクで収益化用商標系サイトの上位表示を狙う場合には、
Google 系のツールは絶対に使わないようにしましょう。

というのも Google 系のツールを使うと、
全ての情報が筒抜けになります。

そのためもし少しでも良くない自演リンクをしてしまうと、
全てのブログが圏外に吹っ飛ばされてしまう、
という可能性があります。

Google 系以外のツール、例えば GRC などの外部ツールを活用しましょう。

→ <https://seopro.jp/>

※GRC とは検索順位チェックツールです。

2004 年から配布開始されていて、
多くのアフィリエイトが使っています。

制限はありますが、無料でも利用は可能です。

使い方はこちらの記事をご参考ください。

→ <https://ferret-plus.com/8062>

定期的なテコ入れで収益拡大化する

収益化用商標系ブログは正しく作り続けていると、
1、2 ヶ月で上位表示するブログが出てきます。

そして少しずつ売れ始めます。

一つでも売れ始めた段階で、
その**ブログをしっかりと作り込み**始めましょう。

どのように作り込むかですが、
さらにその商品の解説記事を追加したり、
その商品で解決できる悩みの記事を追加する、
といった事になります。

そしていくつもの記事で上位表示させる事で、
さらに強固なブログが出来上がり、報酬もどんどん増えていきます。

また、他商品との比較記事も非常に有効です。

その場合にはそれぞれの商品のメリットだけでなく、
デメリットもしっかりと入れましょう。

素直にデメリットを入れる事で
記事内容に信頼性が生まれるので購入率が上がります。

■ 外注化戦略

商標キーワード戦略を実践する上では、
ブログ作成、記事作成のスピードは非常に重要になってきます。

使ったことがない、興味すらない商品の事を
書き続ける必要があるだけでなく、
さらにサテライトブログの記事まで作成しなければいけません。

となると多くの方は収益が発生する前に手が止まってしまうでしょう。

作業を効率化させるためには、やはり外注化は必須です。

ここでは商標キーワード戦略を外注化する方法をお伝えします。

作業工程

商標キーワード戦略での作業工程は以下となります。

- 1 ライバルチェック
- 2 記事を作成する
- 3 記事タイトル、見出し
- 4 記事を校正、装飾を入れる
- 5 記事をブログに投稿する

商標キーワード戦略では、
キーワード選定は外注化は必要ありません。

というのも商標での複合キーワードはある程度決まっていますので、探す必要は何もないからです。

そのためキーワード選定をするのではなく
「ライバルチェックのみ」をすれば大丈夫です。

FAAP 本編で外注化の方法は解説していますので、
ここでの解説は省きますね。

外注化資料に関して

私が商標キーワード戦略で使っている外注化の資料も、
フォルダごとお渡ししていますのでぜひご活用ください。

ただ完全に個人的に使っているだけですので、
一部自分だけしか分からない内容は整理、削除しています。

そのため Excel での管理表などは使いやすいように、
個々で改変してかまいません。

最低レベルの見本記事

ASP の商品を成約させるには
相応のライティングテクニックが必要です。

ただこのマニュアルでもお話ししたように、
**商標キーワードでは上位表示さえさせられれば、
成約させることは難しくありません。**

とは言ってもどの程度の記事クオリティが必要なのか？
の指標は必要でしょう。

以下の URL には、以前私が散々稼がせてもらった商品の記事を公開しておきます。

→ <http://reportyou.xyz/>

「散々稼がせてもらった」とは言っても、特に難しいことはしていませんし、正直な話、記事の質もたいした事はありません。

装飾すら全くしていませんし、ヘッダー画像もフリー素材を使っています。

「最低限がこのクオリティでも大丈夫なんだ」という指標の参考にしてもらえればと思います。

もちろん外注さんへの見本記事としてお使いになってもかまいません。

■ 終わりに

「商標キーワード戦略」は以上となります。

ASP の商品を紹介して収益をあげるには、何よりも上位表示させることが重要です。

そのためにはリサーチやライバルチェックを行うこと。

これは忘れないようにしてください。

新着案件を手当たり次第記事にして行けば、
いつかは少しぐらいであれば成果が出ますが、
稼げる金額の天井も決まってしまう。

ただ単に「有名だから」と商品を選んだり、
「新商品でライバルが少ないから」と選ぶような事はせず、
しっかりとリサーチをして選ぶようにしましょう。