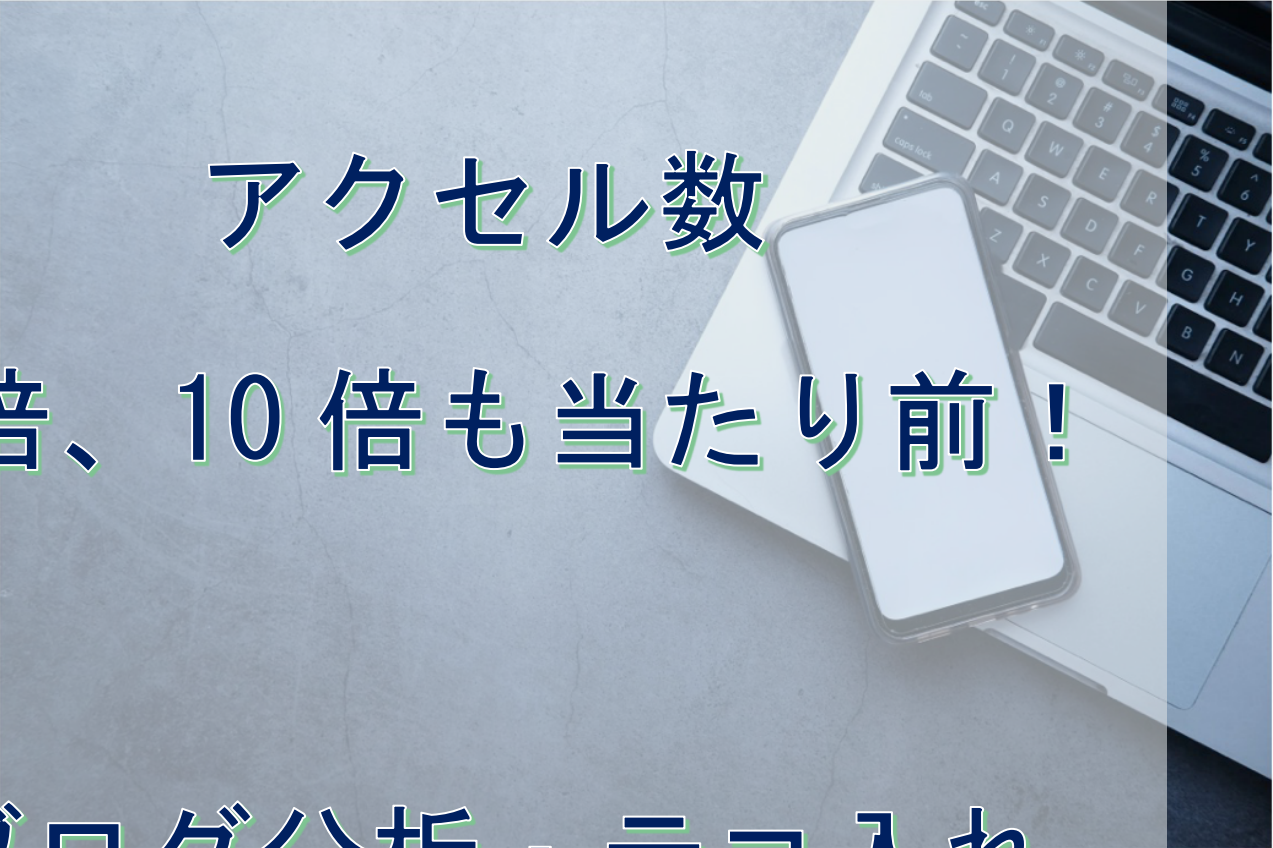




アクセス数
5 倍、10 倍も当たり前！

ブログ分析・テコ入れ
マニュアル

はじめに

このマニュアルは著作権法で保護されていますので以下の条件を遵守してください。
このマニュアルに含まれる全ての内容に関する著作権はマニュアル作成者に属します。

著作権法上で認められた場合を除き、著作権者の許可なくこのマニュアルの全部又は一部を複製、加工、転載、転売、その他の二次利用行為を行うことを禁じます。

これに違反する行為を行った場合には関係法令に基づき、民事、刑事を問わず法的責任を負い、損害賠償請求など法的手段による解決を行うことがあります。

このマニュアルに書かれた内容は正確性、安全性、有用性等について、一切の保証を与えるものではありません。またこのレポートに含まれる情報及び内容の利用によって、直接・間接的に生じた損害についてマニュアル作成者は一切の責任を負わないものとします。

このマニュアル開封時点から以上に同意したものとみなし、ご自身の責任のもと活用下さい。



目次

はじめに	2
このマニュアルについて	4
サーチコンソールだけでも十分	5
サーチコンソールで分析、テコ入れする方法	6
サーチコンソールで必要なところ	6
分析方法	15
テコ入れ方法	30
① タイトルを変える	30
② 記事内容を追加する	31
③ 関連記事を増やす	36
最終チェック	42



このマニュアルについて

みんなが苦手。でも何よりも大切なことの一つに
「ブログの分析、テコ入れ」があります。

分析と言われると生理的に避けてしまったり、
気持ちが落ち込んでしまう人もいるぐらい、
みんなこの作業が大嫌い。

でもほんっとーに大切です。

なぜみんなテコ入れが苦手なのか？

理由としては「難しすぎる解説」か、
もしくは逆に「抽象的でよく分からない」という事が
原因としてあると思います。

このマニュアルでは
「具体的」「しかもシンプルで簡単」な分析と
テコ入れ方法をお伝えします。



サーチコンソールだけでも十分

徹底的な分析、テコ入れをしようと思ったら、
アナリティクスとサーチコンソールのすべての機能を知り、
駆使しなければいけません。

でもアドセンスブログの場合は
ぶっちゃけサーチコンソールだけで十分です。

サーチコンソールでは「ブログの評価チェック」ができます。

投稿した記事のキーワードがいま何位なのか？
狙っていないけどアクセスが来ているキーワードは何があるのか？
などなど。

キーワードの順位が分かるだけでも、
シンプルに何をすればいいのか？が分かります。

ただこれらのデータは一定以上の運営期間、
記事数が必要になってきます。

というのも早すぎるとまだブログの評価が定まっていなくて
キーワードの順位変動が大きすぎるため。



記事数に関してもある程度の数があった方が
ブログの評価が安定してくるので、
そのブログの本当の価値が分かりやすくなります。

理想は 100 記事。
最低でも 50 記事は投稿してから分析、
そしてテコ入れするようにしてください。

サーチコンソールで分析、テコ入れする方法

サーチコンソールで必要なところ

まずはあなたのブログに訪問する為に、
実際に検索されたキーワードのチェック方法です。

まずはサーチコンソールにログインをして下さい。

→ <https://search.google.com/search-console/about?hl=ja>



トップ画面が出て来たら

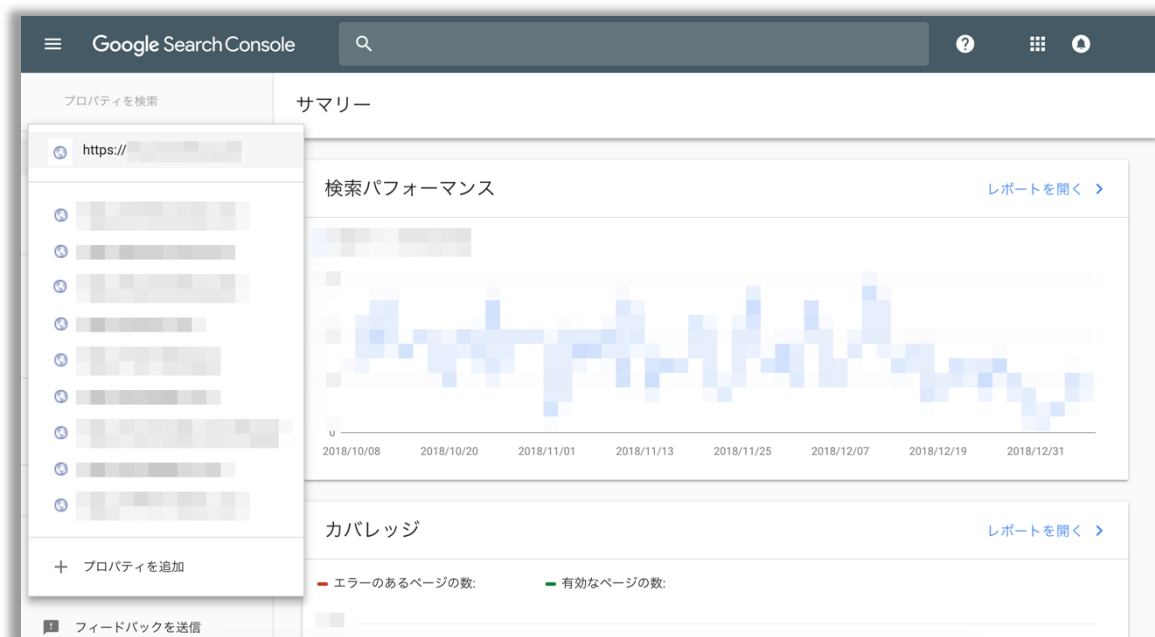
「今すぐ開始」をクリックしてログインしましょう。



トップ画面左上にある URL をクリックして下さい。



ブロー一覧の中から目的のブログ URL を選択して下さい。



グラフが表示されたら「レポートを開く」をクリックします。



グラフ上部にある「日付：過去 3 か月間」をクリックします。



小さなウィンドウが出て来ますので、
その中から必要な期間を選びましょう。
基本は「過去 28 日間」でかまいません。

期間

フィルタ

比較

☐ 過去 7 日間

☒ 過去 28 日間

☒ 過去 3 か月間

☐ 過去 6 か月間

☐ 過去 12 か月間

☐ 過去 16 か月間

☐ カスタム

開始日

2018-10-21

終了日

2019-01-20

キャンセル

適用



「適用」をクリックします。

期間

フィルタ

比較

☐

過去 7 日間

☒

過去 28 日間

☐

過去 3 か月間

☐

過去 6 か月間

☐

過去 12 か月間

☐

過去 16 か月間

☐

カスタム

開始日

2018-10-21

終了日

2019-01-20

キャンセル

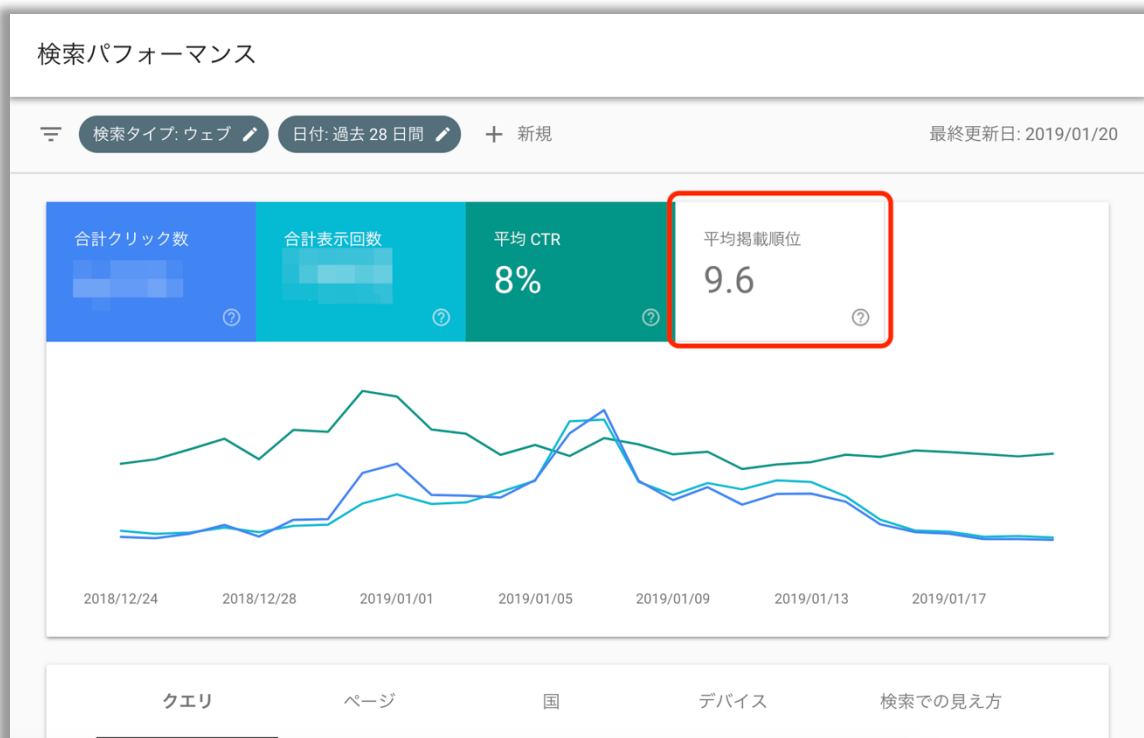
適用



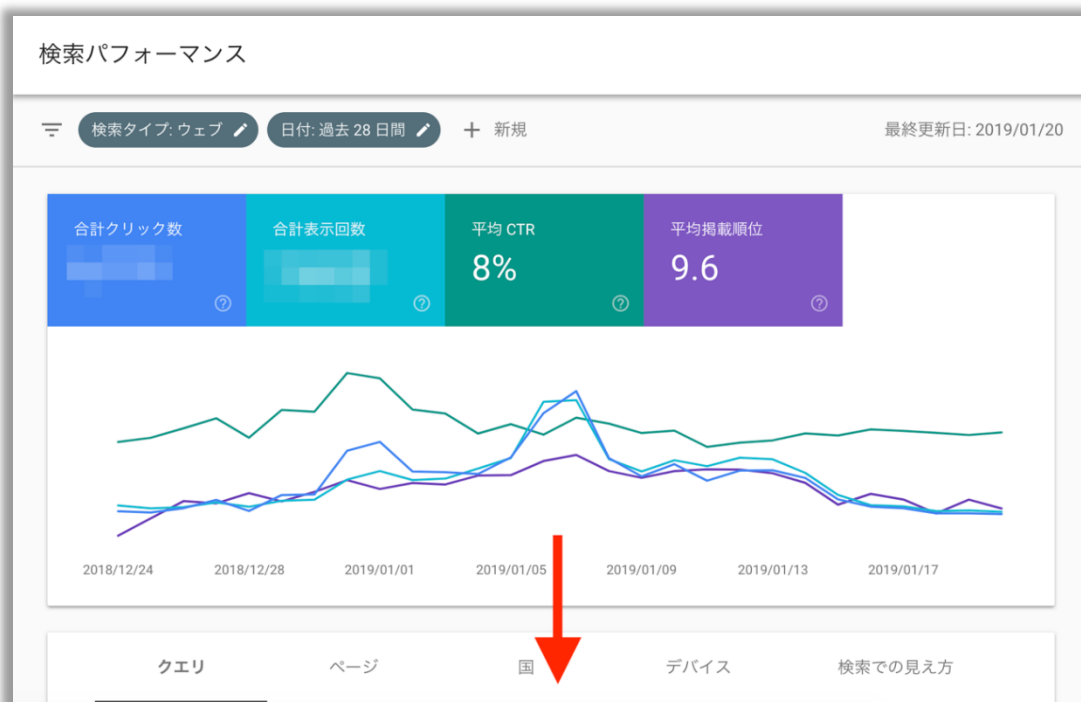
グラフのデータが変更されたら「平均 CTR」をクリックします。



「平均掲載順位」 もクリックします。



それぞれに色が表示されたら下にスクロールすると、



実際に検索された生のキーワードが表示され、
その横にデータが出てきます。「ページ」をクリックしましょう。

検索パフォーマンス

検索タイプ: ウェブ

日付: 過去 28 日間

+ 新規

最終更新日: 2019/01/20

クエリ	ページ	国	デバイス	検索での見え方
検索キーワード	↓ クリック数	表示回数	CTR	掲載順位
	160	1,892	8.5%	4
	121	1,280	9.5%	3.5
	120	258	46.5%	2
	96	436	22%	3.9
	81	175	46.3%	2
	80	363	22%	2.3



記事ごとのデータが表示されます。

検索パフォーマンス					
検索タイプ: ウェブ		日付: 過去 28 日間	+ 新規		最終更新日: 2019/01/20
クエリ	ページ	国	デバイス	検索での見え方	
		↓ クリック数	表示回数	CTR	掲載順位
https://	4809.html	2,148	29,941	7.2%	6.2
https://	2127.html	580	2,033	28.5%	4.7
https://	705.html	509	2,679	19%	8.1
https://	2328.html	375	3,846	9.8%	6.7
https://	1670.html	312	2,334	13.4%	8.1
https://	237.html	144	1,671	8.6%	7.8

これで準備は完了です。

分析方法

次はこのデータをどのように活用すれば良いのか？
という事を解説していきます。

アクセスを増やす為には、
まだアクセスが増えそうな記事を修正していく
というやり方が効率的です。



簡単に言うと、

- ・ 1～2 ページ目に来ていて、表示回数が多いがクリック数が少ない記事
- ・ 掲載順位は低いが表示回数が多い記事（クリック数が多くても少なくても。）

という状態の記事を手直ししていきます。

「掲載順位が高くても、表示回数が少ない記事」

「掲載順位が高くても表示回数が多くて、しかもクリック率も高い記事」

この2つはこれ以上アクセスが増えることは無いですから、今は無視をした方がいいでしょう。



先ほどの「ページ」をクリックした状態で、
ページ毎の順位や表示回数などがチェックできます。

そのまま下にスクロールしましょう。

検索パフォーマンス

検索タイプ: ウェブ

日付: 過去 28 日間

+ 新規

最終更新日: 2019/01/20

クエリ	ページ	国	デバイス	検索での見え方	
ページ		↓ クリック数	表示回数	CTR	掲載順位
https://	4809.html	2,148	29,941	7.2%	6.2
https://	2127.html	580	2,033	28.5%	4.7
https://	705.html	509	2,679	19%	8.1
https://	2328.html	375	3,846	9.8%	6.7
https://	1670.html	312	2,334	13.4%	8.1
https://	237.html	144	1,671	8.6%	7.8



「1 ページあたりの行数」の横にある「10」をクリックすると、

検索パフォーマンス

検索タイプ: ウェブ

日付: 過去 28 日間

+ 新規

最終更新日: 2019/01/20

https://[redacted]705.html	509	2,679	19%	8.1
https://[redacted]2328.html	375	3,846	9.8%	6.7
https://[redacted]1670.html	312	2,334	13.4%	8.1
https://[redacted]237.html	144	1,671	8.6%	7.8
https://[redacted]2765.html	139	881	15.8%	4.7
https://[redacted]3561.html	117	1,642	7.1%	8.9
https://[redacted]587.html	116	2,524	4.6%	8
https://[redacted]1807.html	113	1,314	8.6%	8.9

1 ページあたりの行数: 10

1~10/307

<

>



プルダウンが出て来ます。

検索パフォーマンス

検索タイプ: ウェブ

日付: 過去 28 日間

+ 新規

最終更新日: 2019/01/20

https://[redacted]705.html	509	2,679	19%	8.1
https://[redacted]2328.html	375	3,846	9.8%	6.7
https://[redacted]1670.html	312	2,334	13.4%	8.1
https://[redacted]237.html	144	1,671	8.6%	7.8
https://[redacted]2765.html	139	881	15.8%	4.7
https://[redacted]3561.html	117	1,642	7.1%	8.9
https://[redacted]587.html	116	25	4.6%	8
https://[redacted]1807.html	113	15	8.6%	8.9

1 ページあたりの行数

10
25
50
100
250
500

1~10/307



「500」を選びましょう。

検索パフォーマンス

検索タイプ: ウェブ

日付: 過去 28 日間

+ 新規

最終更新日: 2019/01/20

https://705.html	509	2,679	19%	8.1
https://2328.html	375	3,846	9.8%	6.7
https://1670.html	312	2,334	13.4%	8.1
https://237.html	144	1,671	8.6%	7.8
https://2765.html	139	881	15.8%	4.7
https://3561.html	117	1,642	7.1%	8.9
https://587.html	116	2,510	4.6%	8
https://1807.html	113	1,325	8.6%	8.9

1 ページあたりの行数

10

25

50

100

250

500

1 ~ 10 / 307

<

>



では「表示回数」をクリックしてください。

検索パフォーマンス				
検索タイプ: ウェブ 日付: 過去 28 日間 + 新規 最終更新日: 2019/01/20				
ページ	↓ クリック数	表示回数	CTR	掲載順位
https://1809.html	2,148	29,941	7.2%	6.2
https://2127.html	580	2,033	28.5%	4.7
https://705.html	509	2,679	19%	8.1
https://2328.html	375	3,846	9.8%	6.7
https://1670.html	312	2,334	13.4%	8.1
https://237.html	144	1,671	8.6%	7.8
https://2765.html	139	881	15.8%	4.7
https://3561.html	117	1,642	7.1%	8.9



すると表示回数が多い順番にページが並び替えられます。

検索パフォーマンス

検索タイプ: ウェブ

日付: 過去 28 日間

+ 新規

最終更新日: 2019/01/20

ページ	クリック数	↓ 表示回数	CTR	掲載順位
https://1809.html	2,148	29,941	7.2%	6.2
https://2328.html	375	3,846	9.8%	6.7
https://705.html	509	2,679	19%	8.1
https://587.html	116	2,524	4.6%	8
https://1670.html	312	2,334	13.4%	8.1
https://2127.html	580	2,033	28.5%	4.7
https://3827.html	37	1,756	2.1%	16.8
https://237.html	144	1,671	8.6%	7.8

ここで先ほどお話しした、

「表示回数が多くて CTR（クリック率）が低い記事」
を探してみてください。



こちらのデータでしたらこの赤部分ですね。

検索パフォーマンス				
検索タイプ: ウェブ 日付: 過去 28 日間 + 新規			最終更新日: 2019/01/20	
ページ	クリック数	↓ 表示回数	CTR	掲載順位
https://...4809.html	2,148	29,941	7.2%	6.2
https://...2328.html	375	3,846	9.8%	6.7
https://...705.html	509	2,679	19%	8.1
https://...587.html	116	2,524	4.6%	8
https://...1670.html	312	2,334	13.4%	8.1
https://...2127.html	580	2,033	28.5%	4.7
https://...3827.html	37	1,756	2.1%	16.8
https://...237.html	144	1,671	8.6%	7.8
https://...3561.html	117	1,642	7.1%	8.9

8 位ということは 1 ページ目です。

2,524 回の表示で 116 回クリックされています。

一つ上の記事は 8.1 位、

2679 回の表示で 509 回クリックされています。

一つ下の記事も 8.1 位、

2334 回の表示で 312 回クリックされています。



他の同じぐらいの順位、表示回数の記事と比べると、
圧倒的にクリック率が低い事が分かります。

そのため**テコ入れ**をしたらもっと**クリック回数が増え**、
アクセスは増える事は確実です。

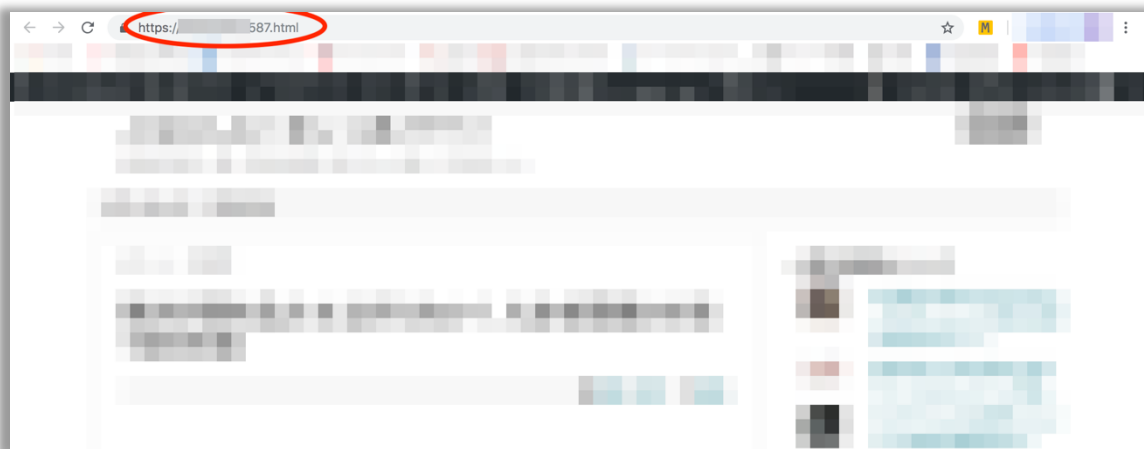
ではどの記事なのか？をチェックしましょう。

この URL の近くにカーソルを移動させると
「□」と虫眼鏡が表示されますがこちらをクリックして下さい。

検索パフォーマンス					
検索タイプ: ウェブ		日付: 過去 28 日間	+ 新規		最終更新日: 2019/01/20
ページ	クリック数	↓ 表示回数	CTR	掲載順位	
https://[redacted]4809.html	2,148	29,941	7.2%	6.2	
https://[redacted]2328.html	375	3,846	9.8%	6.7	
https://[redacted]705.html	509	2,679	19%	8.1	
https://[redacted]587.html	116	2,524	4.6%	8	□ 🔍
https://[redacted]1670.html	312	2,334	13.4%	8.1	
https://[redacted]2127.html	580	2,033	28.5%	4.7	
https://[redacted]3827.html	37	1,756	2.1%	16.8	
https://[redacted]237.html	144	1,671	8.6%	7.8	
https://[redacted]3561.html	117	1,642	7.1%	8.9	



するとページが開きますので、その URL をコピーしてください。



またサーチコンソールの画面に戻って上の方にスクロールし、「新規」をクリックして「ページ」をクリックしましょう。

検索パフォーマンス

三

検索タイプ: ウェブ

日付: 過去 28 日間

+ 新規

最終更新日: 2019/01/20

ページ	検索キーワード ...	回数	CTR	掲載順位	
https://[redacted]809.html	ページ...	941	7.2%	6.2	
https://[redacted]2328.html	国...	846	9.8%	6.7	
https://[redacted]705.html	端末...	509	2,679	19%	8.1
https://[redacted]587.html		116	2,524	4.6%	8
https://[redacted]670.html		312	2,334	13.4%	8.1
https://[redacted]2127.html		580	2,033	28.5%	4.7
https://[redacted]827.html		37	1,756	2.1%	16.8
https://[redacted]237.html		144	1,671	8.6%	7.8
https://[redacted]3561.html		117	1,642	7.1%	8.9



小さなウインドウが出て来ますので URL 入力部分に、



ページ

フィルタ 比較

次を含む URL ▼

http://www.example.com/

キャンセル 適用

先ほどコピーした URL を貼り付けて「適用」をクリックします。



ページ

フィルタ 比較

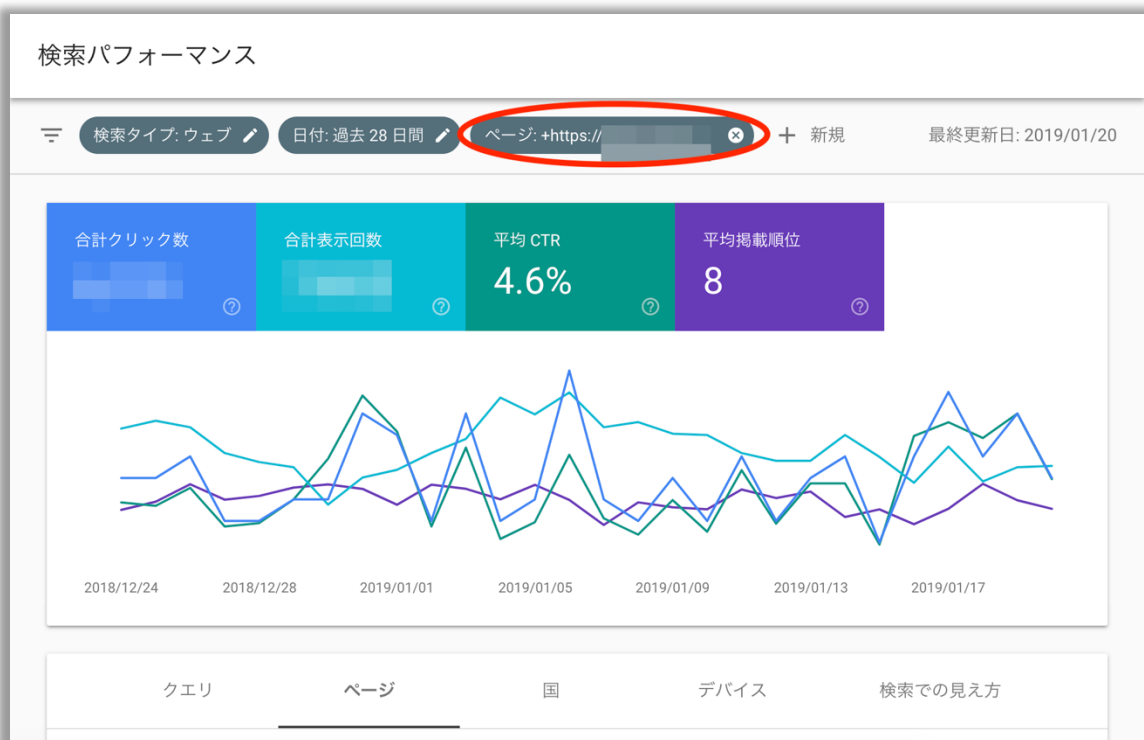
次を含む URL ▼

https://[redacted]587.html

キャンセル 適用



「ページ：+URL」と表示が出現します。



先ほど選んだページのデータだけが出て来ますので、
「クエリ」をクリックします。



するとどのようなキーワードで
このページにアクセスしているのか？のデータが表示されます。

検索パフォーマンス					
検索タイプ: ウェブ 日付: 過去 28 日間 ページ: +https:// 新規 最終更新日: 2019/01/20					
クエリ	ページ	国	デバイス	検索での見え方	
検索キーワード		↓ クリック数	表示回数	CTR	掲載順位
		50	1,351	3.7%	7.8
		15	312	4.8%	6.2
		6	79	7.6%	8.1
		5	77	6.5%	10.9
		5	50	10%	8.1
		4	31	12.9%	6.1



テコ入れ方法

では次はテコ入れの具体的な方法です。

① タイトルを変える

この中で表示回数が多い生キーワードをチェックして、
しっかりと記事タイトルに入っている事を確認してください。

検索パフォーマンス				
検索タイプ: ウェブ 日付: 過去 28 日間 ページ: +https://新規 最終更新日: 2019/01/20				
検索キーワード	クリック数	↓ 表示回数	CTR	掲載順位
	50	1,351	3.7%	7.8
	15	312	4.8%	6.2
	6	79	7.6%	8.1
	5	77	6.5%	10.9
	2	64	3.1%	8.2
	5	50	10%	8.1
	2	43	4.7%	6.9
	2	41	4.9%	6.5
	2	34	5.9%	5.4

そしてさらにこのキーワードを使って、
魅力的なタイトル（クリックしたくなるタイトル）を
いくつか考えてください。

良いタイトルが思いついたら、
記事のタイトルを入れ替えてみましょう。



※注意点

記事タイトルを入れ替える事で順位が上がることもありますが、下がってしまうこともあります。
必ずメモなどをして履歴を残しておきましょう。

② 記事内容を追加する

Google さんから評価を受けるためには、
やはり文字数も大切です。

とは言っても無意味に文字数を追加しても逆効果ですので、
しっかりと意味がある記事にする必要があります。

上位表示されている記事にはしっかりと意味があります。

あなたの記事にはないけれど、
でも上位記事には書かれている内容がある、
ということです。

ですのでこのテコ入れ方法を簡単に言うと、
『上位にある記事に書かれている全ての内容を網羅する。』
ということ。



とは言っても難しいことはありません。

別途動画でも解説していますので、
こちらの方法を実践してみてください。

▶ <https://youtu.be/bZN-bSf3IVk>

少し話が逸れますがオウンドメディアでは、

「自分の記事で、検索を終わらせる」

という考え方があります。

検索している人が知りたい事を自分の記事で全て書いて、
悩みを全て解決できる記事にする。という事ですね。

上記でご紹介している動画の方法を使えば、
その記事一つで検索を終わらせられる記事を
完成させることができます。

「コンテンツ重視」と言っている Google さんからも
良い評価を得ることができるので、
簡単に上位表示させられるようになります。



また上位記事を見るという方法以外に、
もう一つの方法もあります。

検索結果で出てきた記事をクリックして、



訪問した記事から、



また検索結果に戻ると、このような表示が出る事があります。



この表示は記事に足りていないであろう情報が
キーワードとして表示されています。

新たに記事に追加する事で、
さらに検索エンジンの評価を上げる事ができます。

そしてこの方法は、
他の上位記事のリサーチでも使えます。

同じように他の記事をクリックしてから戻って見ると、

約 472,000 件 (0.39 秒)

【育児のイライラ】で夫嫌いに！？昼間も余裕がない理由9つ！！ | ト...

<https://trend-town.info> > 育児の悩み > 夫・旦那 ▼

私は今、専業主婦で1歳になったばかりの娘と一日中ずっと一緒に過ごしています。自分の子供は可愛いし成長もとても嬉しい！...でもね...四六時中一緒だとしんどいんですよ。（※家計の為に仕事を探そうと試みましたが転勤族で近くに頼れる親もいない為、...

育児のストレス、の一番で結局これじゃないか？と思ったこと。 - スズ...

suminotiger.hatenadiary.jp/entry/2013/11/28/115631 ▼

2013/11/28 - そして、過去10年近い育児生活を振り返りながら、私が最も夫に対して腹が立ち、かつストレスの素になっているのは... あって、同居の親に育児をたくさん手伝ってもらって、家事も母が大半をになって、つわりでしんどいからって一日中育児も...

他の人はこちらも検索

育児中 旦那 ムカつく 育児 ストレス 男

育児 旦那 イライラ 共働き 育児には積極的なつもりだったが... 妻が家を出た理由

子育て 旦那 イライラ 離婚 子育てパパ趣味

「育児疲れは甘え！？」旦那が実際に育児疲れを検証した結果 - AMOMA

<https://www.amoma.jp/column/child/mamacare/25830.html> ▼

「1日中家にいるのになんでできていないんだ？」育児や家事の大変さを理解してもらえず、旦那さんの心ない一言に傷つくママは多いのではないのでしょうか。理解してもらいにくい育児疲れですが、なんと本当に「育児は疲れるのか」検証してみた旦那さんがいるの...

育児より仕事の方が大変？・育児疲れ、検証のルール・育児疲れを検証した結果

「育児しんどい...」と思った時に！夫への効果的なSOSサインの出し方...

<https://mamajp/2014/11/19/70746/> ▼



他の記事に足りていない情報が分かります。

このようにして、

「あなたの記事には書かれているか？」

をチェックしてみてください。

もし書いている場合にはその内容をさらに充実させるか、
もしくはh2 タグを使って新たに見出しを追加して充実させるか？
などの対応をしておきましょう。

③ 関連記事を増やす

先ほど表示させた検索されたリアルな生のキーワードを使えば、
他にもいくつかの記事を書くことが出来ますよね。

この生キーワードから新たに記事を追加していきましょう。

そして投稿ができれば、

それらの記事からいま上位表示を狙っている記事に、

リンクを送る ようにして下さい。



「上位表示させている記事からリンクを送った方が、
ブログ内を周遊してもらえから良いんじゃないの？」
と思うかもしれませんが少し考えてみてください。

このメイン記事は先ほどテコ入れ②でお話した、
「自分の記事で検索を終わらせる」記事ですよ。

**もう既に悩みが解決しているわけですから、
他のページを読んでもらえる可能性は低いわけです。**

それなら実際に検索されたキーワードから
新たに追加した記事で少しずつアクセスを集めて、
この強い記事に誘導をした方がパワーは上がります。

もちろん自然に紹介できるなら誘導しても構いませんが、
既に濃い記事が出来ているはず。

ですので難しいと思いますから、
新たに追加した記事からの誘導の方が自然にしやすいはず。



内部リンクの注意点としては、
ただプラグインで設定しただけのような方法はやめましょう。

このように「関連記事」だったり、

米びつに詰め替えるのめんどくたつ袋のまま使ってるって人はペットボトルやこういったボトル
タイプに保存すると米びつよりめんどくなくてよいですよ！

関連記事

[【対処法】ご飯お米の芯が残った！シリコンスチーマーとレンジで解決](#)

[【便利】おすすめキッチン収納アイテム8点！野菜収納・鍋ふたスタンド](#)

「こちらの記事もおすすめ」という表示ですね。

こちらの記事もおすすめ

[一人暮らしなら米を何キロ買うべきか？ 男女別米の消費量の目安](#)

[一人暮らしで米は何合ずつ炊くべき？ 男女別食べる量と炊く量の目安](#)

[まとめ炊きしたご飯の保存は冷蔵と冷凍どっち？ 短期間のときは？](#)

全く意味がないという事はありませんが、
よっぽど魅力がある記事ではない限りは見てもらう事は、
ほぼ不可能でしょう。



まだこのように「今の記事に関連してますよ」と誘導し、
行動を促す方がマシです。

この洗剤を汚れ部分につけて**ゴム手袋で磨くだけ**でキレイになります。

表面がデコボコしているスポンジではなく表面がツルツルしてるゴム手袋を使うってのもポイントです。

万能洗剤についての詳細はこちらをごらんください。

関連 [【作ってみた】家事えもん万能洗剤の作り方！重曹・食器洗剤・焼酎を混ぜるだけ](#)

この万能洗剤ですが「キッチンの蛇口の水垢汚れも落とせるのかな？」と思い掃除してみたらきれいになりました！

引用元：<https://www.dassen-azara4.com/entry/jyaguti-mizuaka-otosikata/>

この方法勧めてる人って絶対A型だと思います。

O型の私にはこんな方法絶対無理っす。

ちなみにもし虫が湧いたらこんな感じで対処します。
[米に虫が沸いたら食べるか捨てるか？虫の取り除き方](#)

引用元：<https://coikijoho.com/3015.html>

出来る事ならリンク先の記事を読むメリットを、
徹底的に紹介するようにしましょう。



上記の「万能洗剤の作り方」を例とした場合、
このような解説文は最低限必要です。

ここまで解説してきた万能洗剤ですが、

別の記事でも徹底解説してみました。

万能洗剤に必要な材料は、一般的な家にあるものがほとんどですし、

もし足りなかったとしても 100 円ショップだけで揃えられます。

しかも作る時間も、たった 5 分で出来るんです！

とは言っても、やっぱり気になるのは欠点ですね。

見本記事のリンク先 <https://www.dassen-azara4.com/entry/kajiemon-bannousenzai/>

リンク先の記事タイトル

HOME > 生活 > 掃除 >

掃除 生活

【作ってみた】家事えもん万能洗剤の作り方！重曹・食器洗剤・焼酎を混ぜるだけ

投稿日：2018年1月4日 更新日：2018年3月22日



リンク先の記事内容

もくじ [非表示]

1 万能洗剤の材料・作り方

1.1 材料

1.2 作り方

1.2.1 ★万能洗剤で汚れを落としやすくするワンポイント

2 なぜこの組み合わせ？〔重曹＋食器洗剤＋焼酎〕

3 万能洗剤で落とせる汚れ（換気扇、ガスコンロ、やかんの焦げなど）

4 万能洗剤を使って感じた事

4.1 重曹が沈んで材料が混ざりにくい

4.2 意外にこする！ゴム手袋は厚手がいい？

4.3 しっかり洗い流さないと跡が残る！

4.4 この万能洗剤は保存できるの？

5 まとめ

ただ単純に内部リンクするのではなく、

- ・ 次の記事はどんな内容があるのか？
- ・ 今読んでる記事とは違って、どんな情報が得られるのか？
- ・ 読むとどんなメリットがあるのか？

という事を具体的にアピールして行動を促すようにしましょう。



最終チェック

最後にチェックすることは、

「記事タイトルと記事の内容がズレていないか？」

です。

記事の内容を無視して記事タイトルを修正してしまうと、
逆にクリック率が下がってしまいますので、
修正後は必ずチェックしましょう。

また何か一つでも作業したら、
定期的に順位チェックをし、様子を見ていきましょう。

3日～7日ほど様子見をし、
結果が出たら次の作業を行いましょう。

よく焦って数時間～1日ごとで
ガンガン作業をしてしまう人がいます。

ただこれをしてしまうと逆に結果が悪くなってしまった時に、
何が悪影響を与えたのか？が分からなくなってしまいます。



焦らずに一つ一つ作業をし、
時間をかけてゆっくりとデータを取るようにしましょう。



アクセス数 5 倍、10 倍も当たり前
ブログ分析・テコ入れマニュアル

 作成者名 : コピペブログアカデミー