

# ずらしレポート その6

by えいじ

今回も僕のレポートをご覧頂きありがとうございます。

ずらしレポートをこれまで5つお配りしてきましたが、  
次回お配りするずらしレポートその7で一応最後の  
ずらしレポートとなります。

また書いて配布するとは思いますが、それは数か月先になるか、いつになるかはわかりません。

今回書いてきたレポート、おかげさまでたくさんの方に  
ご覧頂くことが出来ました。

貴重なお時間を割いてご覧頂き本当にありがとうございます m(\_)\_m

今回のずらしレポートも、ずらしレポートその5と同じく  
ワーク形式で進めて行こうと思います。

僕が出したお題に対して、ずらしを駆使してどういった感じの

キーワードで集客するのかということと一緒に考えて行きましょう。

ただ書かれたことを読むよりも、実際に自分で頭を使って考える

方がずらしの視点は身に付きますし、記憶にも残りやすくなります。

それでは、進めて行きましょう。

まずは、こちらの案件から考えて行きましょう。

広告主	夕食ネット				
プログラム名	ヨシケイの夕食食材宅配【1週間お試し】最大55%OFF 2人用~4人用(15-0825) (s00000008115003)				
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	新規購入2000円				
<b>キャンペーン中</b>	1000円→2000円 2015/11/26~2016/04/30				
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	ヨシケイ   食品   宅配   レシピ   栄養				
審査あり	本人OK	ポイントNG	商品リンク	リスティング一部OK	スマートフォン最適化サイト対応

夕食の食材宅配の案件ですね。

セールページはこちらです。

■ヨシケイの夕食食材宅配

<http://bit.ly/1RpnlOg>

さて。

この商品をアフィリエイトするのに、どういったキーワードで  
集客しますか？

セールページをご覧になって、考えて  
みてください。

キーワードが思い浮かんだら、次のページに進みましょう。

これまでお配りしたレポートでもお伝えしてきましたが、

キーワードを考える際に大事なのは、

**「誰がこの商品・サービスに興味を持つのか」**

ということです。

Yahoo知恵袋で、「食材 宅配」で検索してみたところ、

こんな質問が寄せられてました。

### 宅配食材について教えてください 1歳半になる…

シェア ツイート B! はてブ 知恵コレ

sealine1218さん 2012/8/22 17:29:51

宅配食材について教えてください

1歳半になる子どもを保育園に預けてフルタイムで働いています  
7:30から保育園に預け、18:30過ぎのお迎えという日々で、平日買い物  
にも  
行けず、日曜日にまとめ買い&  
パルシステムを利用しています。  
が、私自身料理が苦手なので、子どもと大人の(夫婦2人)の食事は前の  
晩に作り置きかレトルト(冷凍)を多様しています。

赤字で書いてあるところを見ると、夫婦共働きということが

わかりますね。

この質問を見ると、「**共働き&小さな子持ちの女性**」が  
食材宅配に興味を持つと推測出来ますね。

僕は、集客キーワードとしてこんなキーワードを  
考えてみました。

## 「**病児保育 インフルエンザ 東京**」

「認可外保育園 東京」、「認可保育園 東京」といった  
感じの地域名を入れたキーワードでも共働きの女性は  
検索すると思います。

でも、こんな誰でも思い浮かぶようなキーワードだと  
ずらしレポートで書くのもどうかと思ったので(笑)

もうちょい考えて「病児保育 インフルエンザ 東京」という  
キーワードにしました。

なんでこのキーワードにしたかと言うと、

共働きでも特に忙しい、また子育てに理解があまりない

くそ忙しい会社で働いていて、近くに子育てを手伝ってくれる両親が

いない主婦を集客しようと思ったからです。

東京というキーワードは、人口が多いので選びました。

人口が多いということは、それだけ検索する人の数が増えますからね。

保育園とかって、子どもが37.5度位の熱出すと迎えに

来てくれって親に呼び出し電話が来ます。

子どもは、親の仕事が忙しかろうが大事な会議があろうが、

空気を読んで熱を出すなんてことはないです。

この呼び出しというのが、これまたけっこうな頻度で

来たりするんですね。

「病児保育 インフルエンザ」というキーワードで来る人は、  
僕はこういった人であろうと推測しました。

- ・会社がくそ忙しい
- ・有給が既に残ってないか、あとわずか
- ・休みづらい、途中で抜け出しにくい雰囲気の仕事
- ・近くに子供を迎えに行ってもらえる、預けられる両親が住んでない

「病児保育」というキーワードを考えたのは、子どもが病気であっても  
家で自分が見てあげられない、代わりに見てくれる人がいないという  
人が検索するキーワードだからです。

子どもが病気だったら、めちゃめちゃ心配だし自分がそばで  
見てあげたいというのが親心。

しかし、そういったことが許される雰囲気ではない  
会社に勤めてる主婦が検索するであろうキーワードだと  
考えました。

病児保育というのは、病気の子どもでも預かってくれる  
保育施設での保育のことを言います。

近くに子育てを手伝ってくれる両親がいれば、  
病児保育というキーワードでは検索しないはずです。

孫が病気で自分の娘がめちゃめちゃ仕事が忙しくて孫の面倒を  
見てられないとなれば、普通は預かってくれるものです。

そういった預かってくれる両親がいないからこそ、病児保育という  
キーワードで検索するんだと思います。

僕が病児保育にインフルエンザというキーワードを組み合わせたのは、  
**インフルエンザに備えて探しとかないとまずいな**という共働き主婦を  
集客しようと思ったからです。

インフルエンザというのは、熱が下がったらそれで終わりというわけではなく、解熱後2日、発症後5日経ってないと登園出来ませんですね。

「そんなに会社休めない。近くに両親とか子供を預けられる人いないし。」

そういった環境下の主婦が、今年はインフルエンザが大流行だというニュースを見たらどう思うでしょうか？

いつも預けてる保育園が病児保育をしてなかったとしたら、インフルエンザでも預かってくれるところを探しとかないとまずいなって気になり得ますよね。

インフルエンザは、**毎年大流行**します。

大流行ということは、時流に乗ってアクセスが爆発する可能性があるということです。

インフルエンザというキーワードを、自分のサイトへの  
アクセス集めの起爆剤として使おうと僕は考えました。

「インフルエンザに備えて探している主婦」

こちらを集客しようと思った理由としては、

子どもが現在進行形でインフルエンザだったら、仮に集客出来た  
ところで食材の宅配なんて目に止まらないと思ったからです。

「ヤバい、どうしよう。会社休めないし抜けられないし、  
預けられるところ早く探さなきゃ」

ってなるでしょうね。

宅配どころじゃないですよ。

一方、子どもが万が一インフルエンザにかかった時に備えて、  
病児保育してくれる施設を探してる主婦であれば、食材の  
宅配をサイト内で紹介したら見てくれる可能性があります。

「お母さん、共働きで毎日仕事がハードな上に、子育て。

心も身体も悲鳴をあげてませんか？少しは、自分を休ませてあげてくださいね。

夕飯を考える、夕飯の材料の買い出し。

この手間が省けるだけでもだいぶ楽になるかもしれませんよ。」

といったニュアンスのこと書いて、食材の宅配を勧めると。

今回取り上げた食材の宅配は、届いた材料を離乳食に加工する方法なんかも教えてくれるみたいです。

これは離乳食を作らなくちゃいけないお母さんにとってはお助かりますよね。

旦那と自分の夕飯のメニューだけでなく、赤ちゃんの離乳食を考える、食材を買うという手間からも解放されるわけですからね。

今回、僕はこういった人を集客しようと考えました。

「くそ忙しい会社であり、預けられる(子育てを手伝ってくれる)  
両親も近くにいない共働きの主婦。」

くそ忙しい会社で、会社や周囲の社員が子育てに  
理解がない環境下で働く主婦が抱えるストレスというのは  
相当なものだと思います。

人は、困り度合いが強い、痛みの度合いが強いほどそれを  
解決しようとするアクションを起こしやすいです。

だいぶ厳しい環境下で子育てをしてる共働き主婦を  
集めれば、食材宅配への成約率も上がるだろうと考えた  
わけです。

夕飯の準備という苦痛をやわらげてくれますからね。  
食材宅配は。

ちなみに、病児保育と病児保育を利用する人がどんな人かは、こちらの「ももねいろ」さんの記事がわかりやすいので良かったら一読してみてください。

<http://momonestyle.com/sick-child-care-and-convalescent-children-childcare>

今回の例で示したように、キーワードでどんな人を集客するかというのをコントロールすることも出来ます。

僕がここで例としてあげてきたのは、**ペルソナマーケティング**とも言われる手法です。

ペルソナについては、これらの記事を一読しておくとなんかイメージがつかめると思います。

■ペルソナマーケティングが5分で理解できる！【日本企業の厳選事例  
戦6選】

[http://liskul.com/wm\\_personam6-5104](http://liskul.com/wm_personam6-5104)

■ペルソナマーケティングを実践して売上を倍増させた

具体的手法を公開

<http://www.toriikengo.com/persona-marketing/>

さて、今回のレポートはここら辺で終了です。

メルマガやレポートの感想、随時お待ちしております！

**eijisanzou@gmail. com**

今回も最後までご覧頂き、本当に

ありがとうございました m(\_ )m

**えいじ**