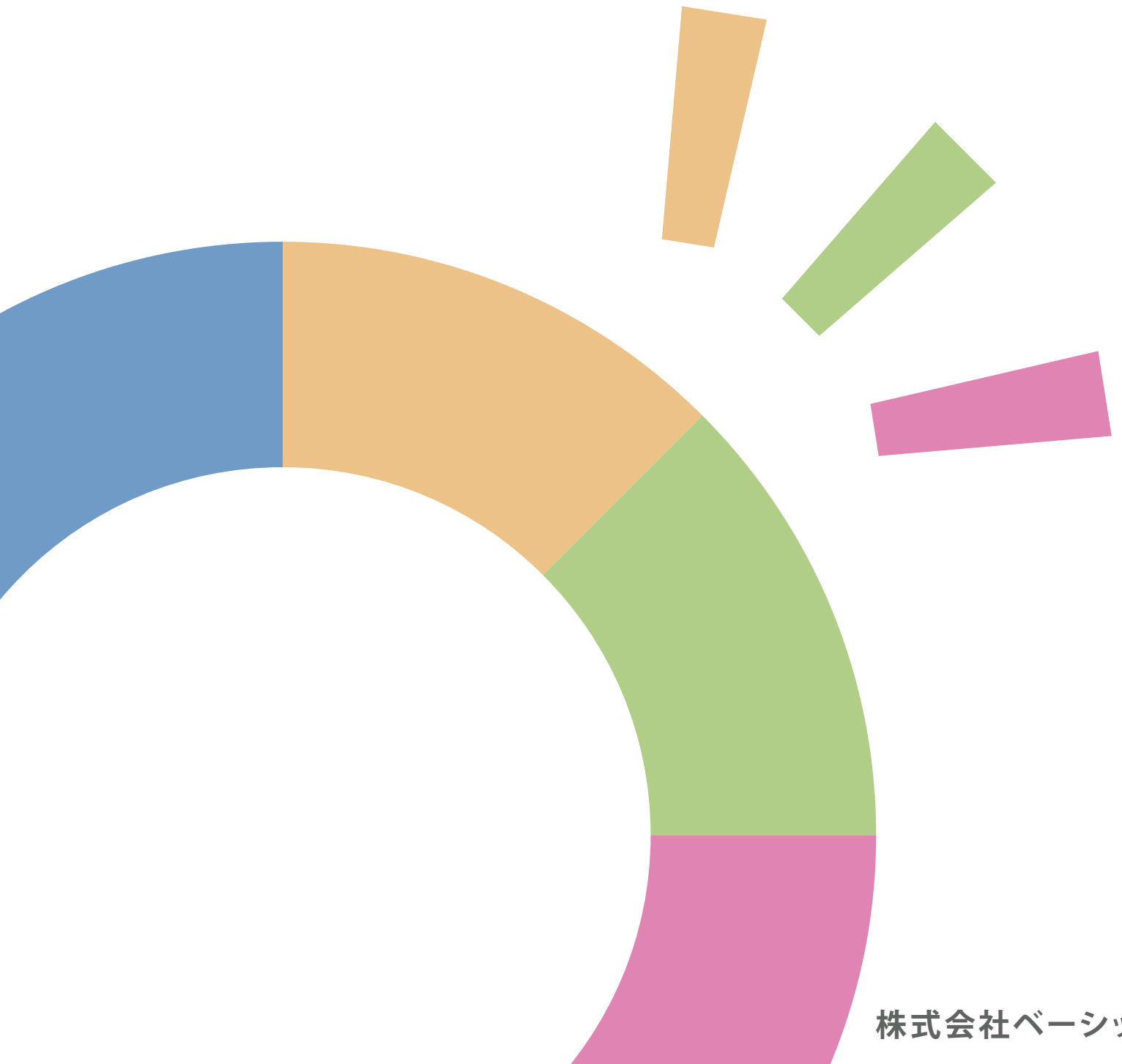


ferret  One

ここだけは押さえておきたい！

Googleサーチコンソールを活用した SEO次の打ち手の見極め方



アクセス解析ツールでGoogleオーガニック検索からの来訪ワードがわかりにくくなってはや数年・・・最初は衝撃でしたが、なんとなく慣れてしまった方もいらっしゃるのではないのでしょうか？

そこをカバーするかたちで台頭してきたのが、Google Search Console（サーチコンソール）。当初はウェブマスターツールという名称で、Webサイトの稼働状況や検索インデックス状況など、サイトの健康状態をチェックするような役割が強かったのですが、徐々に検索マーケティング系の機能が強化されてきました。現在ではGoogleのオーガニック検索からのパフォーマンスを把握するために欠かせないツールとなっています。

しかし、このGoogleサーチコンソール、いまいち使いこなせていないという方は多いのではないのでしょうか？それはなぜか？

一言でいうと「数値は出てくるけど、次にどうしたらいいかわからない」ではないかと考えています。

お問い合わせはこちら

<https://ferret-one.com/contact>

本書では、そんな方向けにGoogleサーチコンソールで見れる指標をもとに次にどうすべきか、その一点に絞った手法を紹介します。まず、そもそもSEO施策をするのは、上位表示した結果多くの来訪を獲得する、ためです。単純に今より上位表示するのも重要ですが、実は上位表示できているのに、そこから来訪されていないワードがわかれば、そこを改善するのも重要な施策です。今回、本書ではまずここができるようになることを目指します。

※もちろん本書での手法は、数多くある改善策の一つです。この手法以外にも施策はありますので、興味を持たれましたら深く研究してみてください。

全体の流れはこの3つです。

- ①検索アナリティクスの条件を指定する
- ②CSV形式でダウンロードする
- ③改善パターンにあてはめ、キーワードごとの改善方針を決める

①と②はわかっているという方は飛ばしていただいて、③から読んでいただいてもかまいません。

なお、本書はすでにサーチコンソールを導入済み、かつ正しく検索対象になっているWebサイトを対象にしています。まだ導入していない、基本機能がわからない場合は、サーチコンソールWebサイトの案内に従って導入ください。

お問い合わせはこちら

<https://ferret-one.com/contact>

▶Googleサーチコンソールを使いこなす

1 | 検索アナリティクスの条件を指定する

「検索アナリティクス」はサーチコンソールのメイン機能です。今回使用するのはこの機能だけです。使いこなせるようにしっかり理解しましょう。

「検索アナリティクス」は、左側のメニューの「検索トラフィック」内にあります。

▼ 検索トラフィック

検索アナリティクス

サイトへのリンク

内部リンク

手動による対策

クリックすると初期状態の画面が表示されます。来訪のあったキーワードとクリック数のみが表示されています。



ここから必要なデータを指定します。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶STEP①クリック数、表示回数、CTR、掲載順位のすべてにチェックを入れる

クリック数 表示回数 CTR 掲載順位

クエリ ページ 国
フィルタなし ▼ フィルタなし ▼ フィルタなし ▼

▶STEP②SEO対策を行うページのURLを指定する

デフォルトではサイト全体が対象になります。これだとページ単位の施策に落とし込みづらいので、必ずURLを指定しましょう。(こちらのページはページ内にランキングページが存在し、そのランキングページを指定している場合の例になります。)

クリック数 表示回数 CTR
 掲載順位

クエリ ページ
フィルタなし ▼ **+/ranking ▼**

基本はこれでOKです。しかし、必要に応じてデバイス(PCまたはモバイル)や期間(最大90日間)の指定を行ってください。

これらを指定するとこのような表示になります。



ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

データを活用する

2 | CSV形式でダウンロードする

ページの一番下にある「ダウンロード」をクリックしてアナリティクスの表示内容をダウンロードします。



ファイル形式がCSVだと文字化けするので、Googleドキュメントで開く方が作業しやすいです。

開くとこのようになります。(こちらはサンプルになります。)

クエリ数	クリック数	表示回数	CTR	掲載順位
webプッシュ	38	1370	2.77%	2.5
ucブラウザ	35	169	20.71%	2.3
webプッシュ通知	22	457	4.81%	3.4
web プッシュ通知	21	187	11.23%	3.4
web push	17	587	2.90%	6.3
onesignal	12	241	4.98%	3.9
uc ブラウザ	12	56	21.43%	2.4
ウェブプッシュ	11	112	9.82%	2.8
uc browser	9	214	4.21%	9.2
ブラウザ プッシュ通知	7	318	2.20%	7.3
webpush	7	197	3.55%	8.3
ブラウザプッシュ通知	7	186	3.76%	6.9
ucbrowser	7	92	7.61%	8
web push通知	7	91	7.69%	4.4
プッシュ通知サービス	6	84	7.14%	8.7

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶改善方針を決める

3 | 改善パターンにあてはめ、キーワードごとの改善方針を決める

ここからが本書で最も重要なパートです。

まず②でダウンロードしたCSVファイルを「表示回数」でソートします。表示回数は、そもそも検索されているか？=キーワードにニーズがあるのか、を量る指標です。まずここが一定量あるキーワードを対象にしていきます。

※表示回数でソートした結果

クエリ数	クリック数	表示回数	CTR	掲載順位
プッシュ	3	1515	0.20%	6.7
webプッシュ	38	1370	2.77%	2.5
プッシュ通知	0	731	0%	29
web push	17	587	2.90%	6.3
webプッシュ通知	22	457	4.81%	3.4
ブラウザ プッシュ通知	7	318	2.20%	7.3
onesignal	12	241	4.98%	3.9
uc browser	9	214	4.21%	9.2
webpush	7	197	3.55%	8.3
googleanalytics	0	197	0%	45
ブラウザプッシュ	2	193	1.04%	7.7
web プッシュ通知	21	187	11.23%	3.4
ブラウザプッシュ通知	7	186	3.76%	6.9

ここから上位50キーワードを最初の改善対象とします。

51位以下はいったん削除します。

※慣れてきたら50ワード以上に広げるなど調整してください。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

次に、CTRの低い順にソートします。

クエリ数	クリック数	表示回数	CTR	掲載順位
プッシュ通知	0	731	0%	29
googleanalytic s	0	197	0%	45
push	0	183	0%	15
gyro-n	0	180	0%	34
firebase	0	162	0%	45
seo順位	0	159	0%	47
競合サイト 順 位比較	0	146	0%	24
競合サイト順位 チェックツール	0	122	0%	14
コンバージョン 改善 施策	0	119	0%	34
プッシュ通知 事例	0	97	0%	8.1
プッシュサービ スとは	0	89	0%	21
web版プッシュ 通知	0	85	0%	3.2

CTRが0%~数十%の分布で表示されます。50ワードのうち、明らかにCTRの低いキーワード群の行全体をコピーしてください。分布状況にもよりますが、サンプルではCTRが0%のもののみ対象としました。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

最後に、掲載順が高い順(数字が少ない順)にソートします。

クエリ数	クリック数	表示回数	CTR	掲載順位
ucブラウザ	35	169	20.71%	2.3
uc ブラウザ	12	56	21.43%	2.4
webプッシュ	38	1370	2.77%	2.5
web プッシュ	2	84	2.38%	2.6
ウェブプッシュ	11	112	9.82%	2.8
web版プッシュ通知	0	85	0%	3.2
ウェブプッシュ通知	1	103	0.97%	3.3
webプッシュ通知	22	457	4.81%	3.4
web プッシュ通知	21	187	11.23%	3.4
onesignal	12	241	4.98%	3.9
web push通知	7	91	7.69%	4.4
プッシュ通知ブラウザ	2	78	2.56%	5.4
webアプリプッシュ通知	1	66	1.52%	5.8

これで、「そこそこニーズがあって上位表示できているけどクリックされてない」キーワードをあぶり出すことができました。

ここまでできたら実際の改善に入ります。

※改善は必ず掲載順の高い順に進めてください。

極端に低い順位の場合、当然CTRが低いということもあります。

CTRが低いのは、そのワードを検索する人からみて「自分の課題が自社コンテンツの検索結果上の表示内容を見る限り解決できなそうと感じる」だからです。他の上位表示されている検索結果と比較しながら、titleタグやページ内のコンテンツを修正し「課題解決できそう感」を上げていきます。

中には同音異義語など、改善しようがないワードもあります。そういう場合は、無理やり改善せず効果の高そうなもの、効果の高そうなページから着手しましょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



有賀 之和 (ありが ゆきかず)
株式会社ベーシック 取締役

サーチコンソールを使った改善策、まずは最初の一步ともいうべき手法を紹介しました。内容はいかがでしたでしょうか？

サーチコンソールには検索アナリティクス以外にもSEOに役立つ機能や、やっておいた方がいいことがたくさんありますが、ferret Oneを使うことで以下のようなタスクは自動的もしくは簡単な設定だけで対応できます。

ferret Oneで対応しているポイント

- ・XMLサイトマップ生成
- ・モバイルフレンドリー（自動レスポンシブ表示対応）
- ・インデックス状態の設定
- ・AMP、Instant Articles自動対応

もっと効率的にSEO対策したい場合など、

- ・ぜひ一度チェックしてみてください。

URL：<https://ferret-one.com/>



無料Webマーケティングセミナー

株式会社ベーシックではコンテンツマーケティングやSEOはもちろん、マーケティングオートメーションやCMSに関するものまで幅広いテーマで無料セミナーを随時開催しております。

無料セミナー参加はこちらから

お問い合わせはこちら

<https://ferret-one.com/contact>