



今すぐ実行できるホームページ集客実践シート

株式会社ベーシック
Webマーケティング事業部

サービスの魅力、キャッチコピー

**魅力、
キャッチコピー**

ターゲティング

ターゲティングとは

Webマーケティングにおいて、**ターゲティング**はとても重要。

世の中のある問題に対して、あなたの運営するサービスが**誰の・何を・どのように**解決するのか明確にし、ユーザー（訪問者）のニーズに応えるサイト作りを目指す。

オリジナルケースファクトリーの例

誰の		初めてオリジナルグッズ制作の企画を担うことになった担当者の
何を		「どのグッズに決めたら良いか分からない！」という悩みを
どのように		在庫を持たないオリジナルスマホケースのサービスで解決する

目的と目標の設定

目的とは 「ページビュー数を増やす」や「お問い合わせ数を増やす」など、サイトで得たい結果のこと

目標とは 目的を達成したかどうかを判断するための数字。例えば、「月のお問い合わせ数が5件以上」など。

目的	
目標	

元素ワードをリストアップ

元素ワードとは？

あなたのサイトで扱うものを一番良く表しているキーワードで、このキーワードで検索された時に、検索エンジンに表示されたいというキーワードを指す。

No	元素ワード
1	
2	
3	
4	
5	
例	オリジナル、オリジナルケース、販促（オリジナルケースファクトリーの場合）

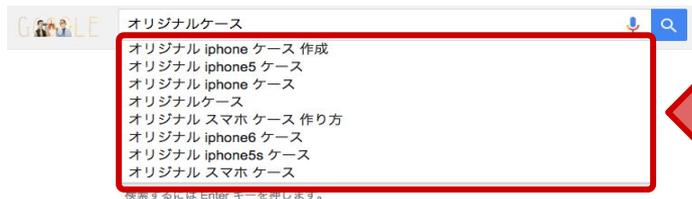
サジェスト結果をリストアップ

元素ワードが決まったら、Googleサジェストから組み合わせて使われるパートナーを捜す。

No	元素ワード	パートナーワード(複数あっても良い)
1		
2		
3		
4		
5		

Googleサジェストとは？

Googleの検索バーに、あるキーワードを入力した際、自動的に候補として表示される仕組みのこと。



ユーザーがよく検索で使うワードを自動的に表示してくれる。

コンテンツのタイプ

- 「基礎知識系」 > 初心者向けの情報としてまとめた
- 「ニュース系」 > 最新の出来事や業界のトレンドなどを伝える
- 「ハウツー系」 > 具体的な使い方や実践方法を伝える
- 「Q&A系」 > 悩みに対する答えや解決策を提示する
- 「お役立ち系」 > 幅広いユーザー層に指示される可能性が高い
- 「まとめ系」 > 主に他のサイトの情報などを整理して一覧性を高める
- 「統計・調査系」 > 統計やアンケートなどをまとめ資料価値が高い
- 「辞書系」 > 公開から時間が経っても必要とされ続ける
- 「事例系」 > 実際の使用感や体験、事例を伝える
- 「SNS拡散系」 > 思わず誰かに広めたいくなる

コンテンツ制作 ～アウトライン作成～

項目	概要	内容
目的	このコンテンツによってユーザーがどうなるか、どうなって欲しいかを書き出します。	
キーワード	このコンテンツの元素ワードとパートナーワードを書きます。	
タイトル	元素ワードとパートナーワードを含むタイトルを36文字前後で作成します。	
見出し	目次にあたる各章の見出しです。 下の概要とセットで複数書き出します。	
概要	コンテンツの核となる記事の概要を書き出します。 見出しとセットで複数書き出します。	
まとめ	記事の最後に表現されるまとめです。 目的と合致しているかどうか確認しましょう。	

ひとまずシートに沿って
3記事書いてみましょう！