

来訪者を増加させるためのSEO・SEM対策 - オプション -

サイトへの来訪者の大半は、検索エンジンを介して訪れます。

WEBサイトの効果を最大化させるためには、ニーズを持った訪問者の母数を増やすための施策を行うことが必要です。

ニーズを持った訪問者を多く集め、分かりやすく情報提供を行うことで、来客数の増加に貢献するための施策をご提案します。

SEOとは「**Search Engine Optimization = 検索エンジン最適化**」の略称で、WEBサイトが検索結果で上位に表示されるようにHTMLのチューニングを行うなどして、サイト全体を最適化することです。

SEM (**Search Engine Marketing**)とは検索エンジンからの集客を行うための施策で、日本語で「**検索エンジンマーケティング**」ともいわれます。

SEOが検索結果の上位リスティングによる集客だけを意味するのに対し、**SEMは検索エンジンに掲載されるクリック課金型キーワード広告からの集客をも範疇**としています。

検索エンジン対策で目的意識の高いユーザーを集客

検索エンジン上位表示を狙うことで、サイトの訪問ユーザー数を増やすための対策

インターネットユーザーのほとんどが利用している「検索エンジン」で上位表示させることによって、**目的意識の高いユーザーを集客**するためのマーケティング戦略のひとつです。

SEOとは？

SEOとは「Search Engine Optimization = 検索エンジン最適化」の略称で、WEBサイトが検索結果で上位に表示されるようにHTMLのチューニングを行うなどして、サイト全体を最適化することです。現在、インターネットユーザーの75%以上が検索エンジンを用いてサイトを探し、オンラインショッピングサイト売り上げの52%のユーザーが検索エンジン経由と言われています。そのため、**「目的意識の高い見込み客」の多くは、検索エンジンでキーワード検索結果の上位に表示されたサイトをクリックするユーザー**と考えられます。

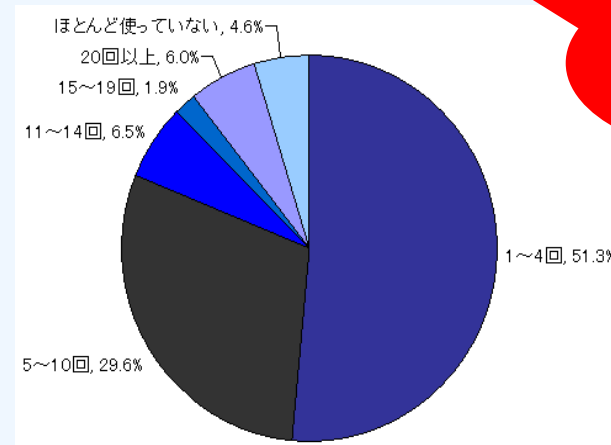
見込み客を誘導する検索エンジンの必要性

検索エンジン経由でユーザーをサイトに誘導することは、特定の情報に興味があるユーザーが、特定の情報を求めているその瞬間に、特定の情報を提供することであり、**WEBサイトにとって最も魅力的な確度の高い見込み顧客**だと言えます。

検索エンジンの利用頻度

インターネットユーザーの実に8割が1日1回以上検索エンジンを利用しています。

検索エンジンを利用しているユーザーを対象に、1日当たりの平均利用回数を調査すると、「1回～4回」が過半数を占め主流ですが、「5回～10回」も3割と、決まったサイトを見るのではなく、**情報検索を必ず1日数回行っている人が大部分**を占めています。



WEBサイトを来訪する患者数、就職希望者数を増加。

特定キーワードで検索結果の上位に表示させることは、WEBサイトの訪問者数増加にとって極めて重要な手法と言えます。

SEO施策の流れ

STEP 1

注力キーワード選定

薬局の強みをユーザーに利用してもらう上で、どのようなキーワードなら効果が高いのか、を検証。

人気の高いキーワードはライバル会社も同様に注力して競争が激しくなるため、対策の効果を出すことはより困難になります。

キーワードごとのコンバージョン(成果)、競争率、検索結果数などを全て考慮した上で、最も費用対効果が高いキーワードの選定を行います。

最も費用対効果の高いキーワードに対して、集中的な施策を行います。

注力キーワード例



- 「ご近所ほっとネット」・・・100件該当なし
- 「無料ホームページ」・・・100件該当なし
- 「ジェネリック」・・・100件該当なし
- 「薬局24時間営業」・・・100件該当なし

ブログシステム導入だけでも、サイト内で使用されているキーワード全般のSEO効果は高まりますが、特に注力すべきキーワードを選定し、集中的に施策を行う場合、上記の作業フローが必要となります。

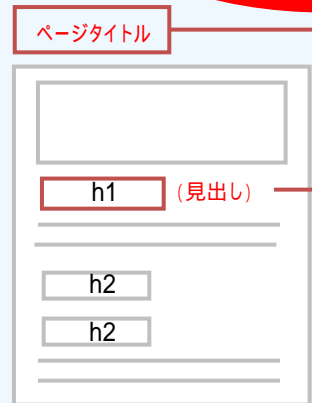
STEP 2

HTMLチューニング

キーワードを決定した後、そのキーワードを含んだページを作成し、さらに余計なタグを省いたり、「見出しタグ」(h1,h2タグなど)とページタイトルを一致させるなどのhtml修正を行います。

構造的に検索エンジンが認識しやすいページにすることで、より上位ランクに表示されやすくなります。

サイトの“内部”を改善し、検索エンジン上位表示をさせやすくします。



ページタイトルに注力キーワードを含ませ、見出しを一致させれば効果は格段に向上。

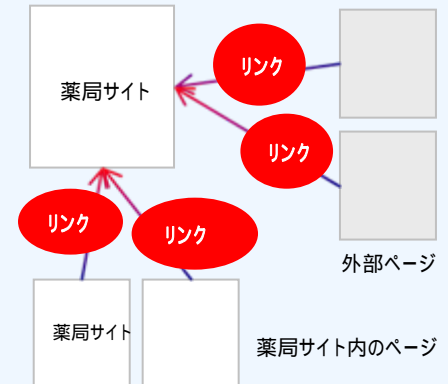
STEP 3

検索サイトへのディレクトリ登録 リンクポピュラリティ拡大

リンクポピュラリティとは、他のページからどのくらいリンクされているか、という被リンク数がどれだけ多いかを指します。

多ければ多いほど、検索エンジンはそのページを高く評価し、上位表示ようになります。また、Yahoo、goo等の主要検索エンジンにディレクトリ登録することで、リンクポピュラリティを大幅にUPさせます。

サイトの“外部要因”を改善し、検索エンジン上位表示をさせやすくします。



SEM施策概要

SEMとは・・・検索エンジンを使用したマーケティング

SEM (Search Engine Marketing)とは検索エンジンからの集客を行うための施策で、日本語で「検索エンジンマーケティング」ともいわれます。

SEOが検索結果の上位リスティングによる集客だけを意味するのに対し、SEMは検索エンジンに掲載されるクリック課金型キーワード広告からの集客をも範疇としています。

それぞれの施策の費用効果を比較し、効果的なキーワードを設定します。

薬局WEBサイトのキーワード設定例

リスティング広告・・・インターネット特有の「クリック課金型広告」

リスティング広告とは、検索エンジンでの検索結果画面で、指定したキーワードのみにテキスト広告を表示する「**キーワード広告**」のことです。リスティング広告は事前に指定したキーワードまたはURLでの検索時のみに表示されます。貴社がターゲットとするユーザーが使用しそうなキーワードを設定することで、費用効果の高い広告展開が可能となります。

弊社がご提案するリスティング広告は、以下の4商品です。

[Overture\(オーバーチュア\)社「スポンサードサーチ」](#)

[Google\(グーグル\)社「アドワーズ広告」](#)

[Jリスティング社「Jアドリスティング」](#)

[クロスリスティング社「レモラリスティング」](#)

SEOで狙う恒久的なキーワード

情報開示

HP無料開設

一般ユーザー向け
医療コミュニティ

両方でねらう
キーワード

薬剤師 採用

ジェネリック 普及

リスティング広告で狙う
タイムリーなキーワード

製薬メーカーの広告

上位表示争いで圧倒的優位に立つ

SEOが一般的になるにつれ「検索結果の上位表示争い」は激化する一方で、そこで**検索結果において優位性を保ちたい場合に利用される**のがリスティング広告です。

このリスティング広告の効果は、SEOと同様、問い合わせや注文などの結果につながりやすい優良なアクセスを誘導できることにあります。



状況に応じてSEOと併用、または使い分けを行うことで、有効なSEMの確立をなすことができます。





SEM施策によりリスティング広告が表示されるエリア

SEO施策により順位が決まる検索結果エリア

8 - 5 . SEM媒体別特徴比較(1 / 2P)

施策名	平均的な市場価格	施策内容	効果
<p>検索エンジン連動型広告 「オーバーチュア」 http://www.overture.co.jp/</p> 	<p>【初期費用】 -プレミアムコースの場合) ¥31,290(コース利用料金) + ¥10,000(デポジット)~</p> <p>【初期費用】 セルフコースの場合) ¥3000(デポジット)~</p> <p>【クリック単価】 ¥9 (1クリックにつき)~ 上記9円は最低入札金額であり、キーワードにより入札単価は増大します。</p>	<p>・入札による料金体系のため、日々ROIが変化します。以前ROIが高かったキーワードも、入札価格が上がり、効果が低くなる場合があります。</p> <p>・オーバーチュアには、「プレミアムコース」と「セルフコース」があります。セルフコースの場合は、広告掲載時の「タイトル」と「説明文」を自社で作成しなければなりません。また、キーワードの選定も自社で行う必要があります。 弊社はタイトル、説明文、キーワードの選定を一括して代行致します。</p>	<p>・「Yahoo」、「NIKKEI.net」、「MSN」、「fleshEYE」、「exsite」、「@woman」、「アサヒコム」、「Okweb」、「MapFan」、「Web Cafesta」、「All about」、「Vector」、「びあ」、「mixi」の検索結果欄に、御社のサイトへ誘導する広告を掲載します。</p> <p>・実際にクリックされた回数によって料金が支払われるという、効果と金額がより高い制度で結びついた料金体系になっています。(クリック課金型、Pay Per Clickという意味で「PPC」と呼ばれます)。</p>
<p>検索エンジン連動型広告 「アドワーズ」 https://adwords.google.co.jp/</p> 	<p>【初期費用】 ¥500</p> <p>【クリック単価】 ¥1 ~ ¥12,000</p> <p>(オーバーチュア等の施策代行と組み合わせ、セットで行うことも可能です。)</p>	<p>・オーバーチュアでの検索順位が入札したクリック単価のみで決定するのに対して、アドワーズの場合は、クリック単価 (CPC) やクリック率などいくつかの関連性要因を組み合わせて決定されます。 そのため、金額設定だけでなくサイトの内容をキーワードに沿ったものに改善したり、関連性の高いキーワードに変更する等、より専門的な施策が必要です。</p> <p>【ご参考】 アドワーズの広告ランク = クリック単価 × 品質スコア ・品質スコアを決定する要因・・・「キーワードのクリック率」、「キーワード・広告テキストとリンク先ページの関連性」、「キーワードとユーザーの検索用語との関連性」</p>	<p>・「Google」、「@nifty」、「goo」、「so-net」、「AOL」、「Ask.jp」、「OCN」、「infoseek」、「DION」、「livedoor」、「attayo」、「excite」、「ODN」、「hi-ho」の検索結果欄に、御社のサイトへ誘導する広告を掲載します。</p> <p>・他はオーバーチュア記載内容と同様です。</p>

8 - 5 . SEM媒体別特徴比較(2 / 2P)

施策名	平均的な市場価格	施策内容	効果
<p>検索エンジン連動型広告 「Jリスティング」 http://www.jlisting.jp/</p> 	<p>【初期費用】 なし</p> <p>【クリック単価】 ¥20 (1クリックにつき) ~</p> <p>入札制ではないため、金額が変動せず固定となります。金額は3ヶ月前の市場価格を元に、3ヶ月ごとに設定されます。</p> <p>月予算消化額が1万円に達しない場合の最低ご請求額は、10,500円(税込み)です。</p> <p>(オーバーチュア等の施策代行と組み合わせ、セットで行うことも可能です。)</p>	<p>・入札方式ではないため、クリック単価が固定されています。(3ヶ月ごとに変更あり)</p> <p>・掲載順位という概念がなく、最高3社の入札企業がローテーション表示されます。 (同一金額なので、表示のされ方に優劣がありません)。</p>	<p>・「Biglobe」、「TBS」、「fleshEYE」、「MARSFLAG」、「livedoor」、「AAAcave」、「HighwayInternet」、「GYAO」、「blogsearch」、「bloglanking」、「She snet」、「KEYwalker」、「PUON」、「ふみコミュニティ」、「pya!」、「MEDWEB」、「cbook24」、「歌詞GET」の検索結果欄に、御社のサイトへ誘導する広告を掲載します。</p> <p>・他はオーバーチュア記載内容と同様です。</p>
<p>検索エンジン連動型広告 「レモータルリスティング」 http://www.xlisting.co.jp/advertising/</p> 	<p>【初期費用】 なし</p> <p>【クリック単価】 ¥5(1クリックにつき) ~</p> <p>入札制ではないため、金額が変動せず固定となります。金額は3ヶ月前の市場価格を元に、3ヶ月ごとに設定されます。</p> <p>月予算消化額が1万円に達しない場合の最低ご請求額は、10,500円(税込み)です。</p> <p>(オーバーチュア等の施策代行と組み合わせ、セットで行うことも可能です。)</p>	<p>・Jリスティングと同様、クリック単価が固定されています。(3ヶ月ごとに変更あり。)</p> <p>・ローテーション表示される点もJリスティングと同様です。</p>	<p>・「exicte」、「goo」、「Apple」、「nethome」、「nifty」、「cybozu」、「DION」、「DUOGATE」、「Fenrir&co」、「hiho」、「関西どっこむ」、「EGG」、「OCN」、「ODN」、「oricon」、「shelldo」、「so-net」、「ZAQ」の検索結果欄に、御社のサイトへ誘導する広告を掲載します。</p> <p>ただし、掲載順位は4位から7番目です。</p> <p>・他はオーバーチュア記載内容と同様です。</p>

各薬局サイトへの現在のアクセス状況を詳細に調査、分析し、これらSEM施策の中から最適な組み合わせをご提示します。