

多くの実践者が知らない無料ツールを使い
過去に作成したサイトへのアクセスを
4.6 倍に爆上げした方法を公開

著作権について

「多くの実践者が知らない無料ツールを使い 過去に作成したサイトへのアクセスを 4.6 倍に爆上げした方法を公開」PDF 版（以下、本レポートと表記）は、著作権法で保護されている著作物です。本レポートの使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

- 本教材の著作権は 菅原にあります。
- お名前の書面による事前許可無く、本教材の一部または全部をあらゆるデータ蓄積手段（印刷物、電子ファイルなど）により、複製、流用および転売（オークション含む）することを禁じます。

使用許諾契約書

本契約は、本レポートを購読した個人・法人（以下、甲と称す）と菅原（以下、乙と称す）との間で合意した契約です。本レポートを甲が受け取り、パッケージを開封又は購読することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第 1 条 本契約の目的

乙が著作権を有する本レポートに含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第 2 条 禁止事項

本レポートに含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本レポートから得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本レポートに含まれる情報を使用できるものとします。

第 3 条 契約の解除

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第 4 条 損害賠償

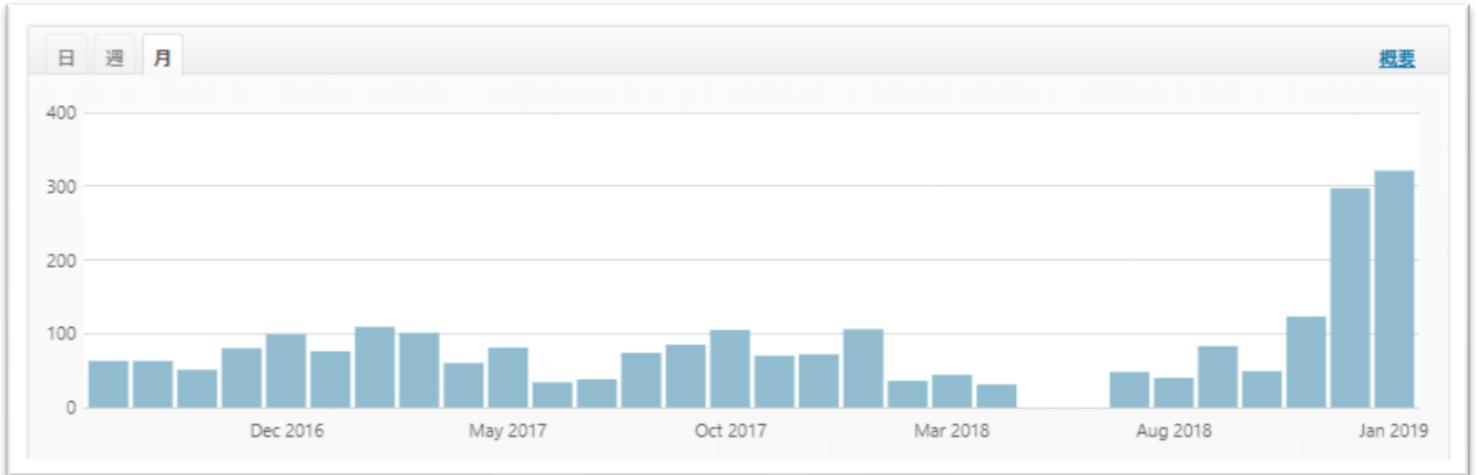
甲が本契約の第 2 条に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、その違約金として違約件数と 10 万円を乗じた金額を支払うものとします。

第 5 条 責任の範囲

本レポートの情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても一切の責任を負いません。

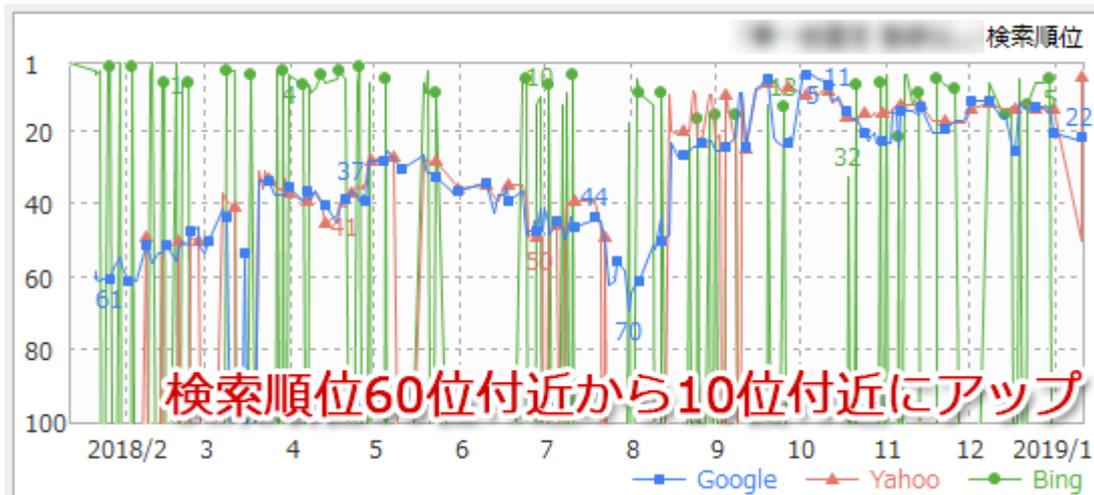
こんにちは、菅原です。

今回は現在ほとんど知られていない
グーグルスプレッドシートのアドオンツールを使い
超効率的にデータを集めサイトへのアクセスを
増やしている方法をお伝えします。



この方法を使うことで、それまで長期間アクセスを
集めるのに苦戦していたサイトが2日間の作業で
4.6倍に急増させることも出来ています。

他にも



上位表示が難しかった分野で検索順位を
短時間で上げることに成功しており効果は絶大です。

この結果は短期間でサイトにアクセスを集めたり、
上位表示させることが難しくなっている
2019年現在の結果です。

アフィリエイトが厳しくなったと言われる今
この方法を身につけることで、
大きなアドバンテージになります。

ぜひ今回この方法を身に付けて、
あなたも素早く稼いでいきましょう！

今回お伝えする方法が具体的にどのような方法かというと、
グーグルスプレッドシートにサーチコンソールのデータを取り込んで、
そのデータをもとにサイトを修正していくという方法です。

サーチコンソールとはグーグルが提供するサービスで、
サーチコンソールに登録することで
サイトの詳細情報が見られるサービスです。

今回はこのサーチコンソールの機能を利用します。
(よってグーグルサーチコンソールへの事前の登録が必要です。)

サーチコンソールのデータをグーグルスプレッドシートで見ることで
サーチコンソールでは出来ないキーワードと記事 URL データの紐づけができて、
より効果的な分析と改善を出来るようになります。

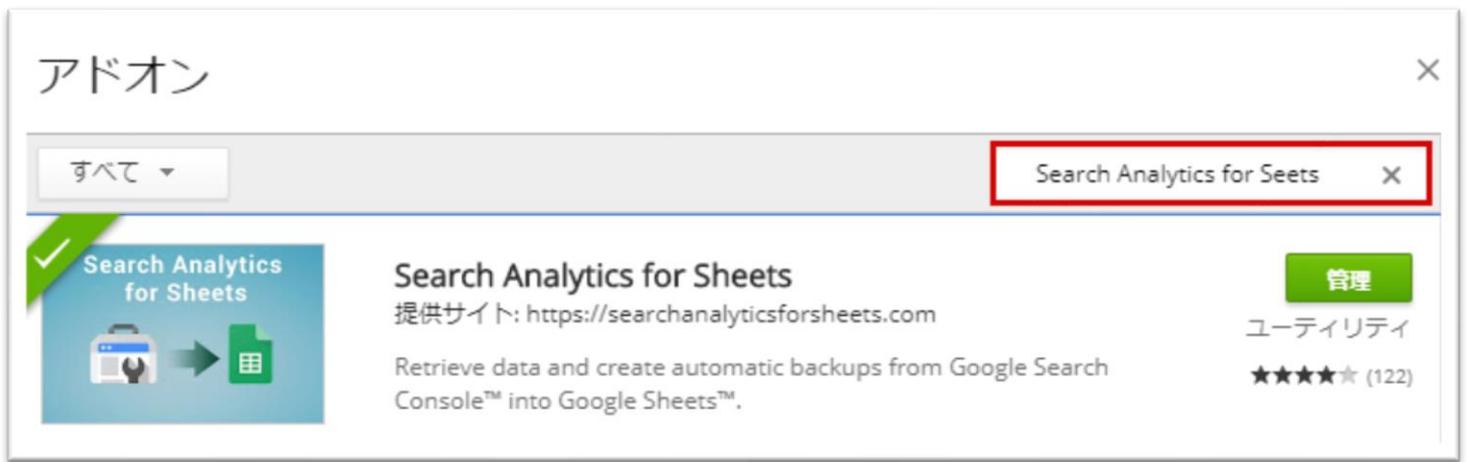
また、バックアップを行え、
修正箇所やデータの変化を記録できるので
修正の効果を確認しながら改善していけます。

それではこれからグーグルスプレッドシートに
アドオンを組み込む方法と、
組み込んだ後の分析方法をお伝えします。

<グーグルスプレッドシートへアドオンツールのインストール>



グーグルスプレッドシートを開き『アドオン』から
『アドオンの取得』をクリックします。



アドオンの画面が出てきたら
検索窓に『Search Analytics for Sheets』と
入力を行い検索をかけます。

『Search Analytics for Sheets』が表示されたら
インストールを行います。



Search Analytics for Sheets のインストールが完了したら
『アドオン』 から 『Search Analytics for Sheets』
→ 『Open Sidebar』 をクリックします。

Search Analytics for Sheets ×

Requests | **Backups** | About

Verified Site: ?
http://

Date Range: ?
2018-11-01 to 2018-12-26

Search Type: ?
Default (Web)

Group By: ?
Query × Page ×

Filter By: ?
Add Filter

Aggregation Type: ?
Default (auto)

Rows returned: ?
Everything

Results Sheet: ?
Create New Sheet

Request Data

右側にサイドバーが表示されたら

『Verified Site』で調べたいサイトの URL を選択
(サーチコンソールに URL を登録している必要があります。)

『Date Range』で結果を出す期間を選択

『Group By』で『Query』『Page』の順に選択

最後に『Request Data』をクリックします。

無題のスプレッドシート ☆

ファイル 編集 表示 挿入 表示形式 データ ツール アドオン ヘルプ 最終編集: 数秒前 (su...)

100% ¥ % .0 .00 123 Arial

	A	B	C	D	E
1	Query	Page	Clicks	Impressions	CTR
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27

Search Analytics for Sheets X

Requests Backups About

Verified Site:

Date Range: to

Search Type:

Group By:

Filter By:

Aggregation Type:

Rows returned:

Results Sheet:

するとこのようにサーチコンソールの結果が
グーグルスプレッドシートに表示されます。

この結果を見ながら修正すべき点を見ていきます。

<分析から上位表示させる方法>



ここまで設定を行ったら、
あなたのサイトを分析して修正し
上位表示させていきます。

まずスプレッドシートの
一番上の行にある各用語の説明をします。

	A	B	C	D	E	F
1	Query	Page	Clicks	Impressions	CTR	Position
2			2,510	53,654	4.68%	6.6
3			1,303	46,619	2.79%	8.6
4			000	7,400	13.68%	2.8

Query : 検索者が使用したキーワード

Page : 検索結果に表示された URL

Clicks : 検索結果ページでのクリック数

Impressions : 検索結果ページでの表示数

CTR : 検索結果ページでのクリック率 (クリック数÷表示数)

Position : キーワードの検索順位

という意味になります。

上記を踏まえてデータを見ていくと
CTR が低いページは検索結果に
タイトル文が表示されているのに
クリックが少ないページと考えられます。

よって、
記事のタイトル文を、クリックされるような
文章に変更する必要があります。

そうすることで検索結果に表示された時に
クリックされやすくなるので、
サイトに対する訪問率が上がります。

特に Impressions 数（表示数）が多い記事に関して
記事タイトル文を修正すると効果的です。

この CTR が低いページを見つける手順を
具体的に説明すると、

	A	B	C	D	E	F
1	Query	Page	Clicks	Impressions	CTR	
2			2,510	53,654	4.68	
3			1,303	46,619	2.79	
4			900	7,100	12.68	
5			664	3,875	17.14	
6			659	34,613	1.9	
7			555	2,642	21.01	
8			515	16,623	3.1	
9			502	1,391	36.09	
10			422	972	43.42	
11			401	817	49.08	
12			328	1,981	16.56	
13			320	537	59.59	
14			313	7,044	4.44	
15			307	7,439	4.13	
16			290	3,737	7.76	
17			284	996	28.51	
18			281	469	59.91	
19			263	1,792	14.68	
20			253	581	43.55	
21			245	410	59.76	
22			236	3,728	6.33	
23			227	6,192	3.67	
24			215	1,431	15.02	
25			207	275	75.27	
26			194	6,437	3.01	
27			193	2,081	9.27	

CTR の項目の上部にカーソルを合わせ、
表示される▼のボタンをクリックし、
『A→Zでシートを並び替え』
をクリックします。

A	B	C	D	E	F
	https://	0	3	0%	3.7
	https://	0	3	0%	3.7
	https://	0	138	0%	12.2
	https://	0	3	0%	3.7
	https://	0	25	0%	27.4
	https://	0	68	0%	16.9
	https://	0	116	0%	15.7
	https://	0	14	0%	21.1
	https://	0	2	0%	25.0
	https://	0	8	0%	17.0
	https://	0	174	0%	13.6
	https://	0	64	0%	15.5
	https://	0	5	0%	15.2
	https://	0	5	0%	17.6
	https://	0	274	0%	44.3
	https://	0	326	0%	16.0
	https://	0	1	0%	5.0

CTRが低く、Impressions (表示数) が多い記事のタイトルを修正する。

データが並び替えられて
CTR が低いものが上に表示されます。

そこで検索結果への表示回数が多くて
CTR が低い記事のタイトル文から修正していきます。
(後ほど具体的な修正方法を紹介しています。)

そうすることで、検索結果に表示された際に
クリックされやすくなり、クリック率 (CTR) が上がります。

CTR が高い記事が多いサイトはGoogleに評価されやすいので、
CTR を改善することで上位表示されやすくなっていきます。

<CTR が高い記事の検索方法>

逆に CTR が高い記事は検索結果に表示されたら高い確率でクリックされて記事を読まれているということです。

よって記事コンテンツを追加したり、内容を充実させることで、サイトの滞在時間や回遊率が増えて上位表示しやすくなります。

特にクリック数や表示数が多いページの記事コンテンツを強化すると効果的です。

この CTR が高いページを見つける手順は

	A	B	C	D	E	F
1	Query	Page	Clicks	Impressions	CTR	
2			2,510	53,654	4.68	
3			1,303	46,619	2.79	
4			900	7,100	12.66	
5			664	3,875	17.14	
6			659	34,613	1.9	
7			555	2,642	21.01	
8			515	16,623	3.1	
9			502	1,391	36.09	
10			422	972	43.42	
11			401	817	49.08	
12			328	1,981	16.56	
13			320	537	59.59	
14			313	7,044	4.44	
15			307	7,439	4.13	
16			290	3,737	7.76	
17			284	996	28.51	
18			281	469	59.91	
19			263	1,792	14.68	
20			253	581	43.55	
21			245	410	59.76	
22			236	3,728	6.33	
23			227	6,192	3.67	
24			215	1,431	15.02	
25			207	275	75.27	
26			194	6,437	3.01	

The image shows a context menu for the CTR column header in Excel. The menu items are: 切り取り (Ctrl+X), コピー (Ctrl+C), **①クリック** (Ctrl+V), 特殊貼り付け, 1列を左に挿入, 1列を右に挿入, 列を削除, 列をクリア, 列を非表示, 列のサイズを変更..., 列をグループ化, 列のグループ化 (②クリック), A -> Z でシートを並び替え, **Z -> A でシートを並び替え**, 範囲をランダム化, リンクに変換. A red arrow points from the 'Z -> A' option back to the CTR column header.

CTR の項目の上部にカーソルを合わせ、表示される▼のボタンをクリックし、『Z→A でシートを並び替え』をクリックします。

https://	1	2	50%	62.0
https://	1	2	50%	22.5
https://	1	2	50%	80.0
https://	1	2	50%	17.5
https://	1	2	50%	21.0
https://	401	817	49.08%	1.0
https://	19	39	48.72%	1.0
https://	16	33	48.48%	1.0
https://	5	11	45.45%	1.3
https://	253	581	43.55%	1.0
https://	10	23	43.48%	2.2
https://	422	972	43.42%	2.1
https://	3	7	42.86%	1.0
https://	14	34	41.18%	1.2
https://	111	271	40.96%	1.3
https://	4	10	40%	2.1
https://	2	5	40%	23.6
https://	2	5	40%	2.2
https://	5	13	38.46%	2.0
https://	69	185	37.3%	1.2
https://	10	27	37.04%	1.3
https://	502	1,391	36.09%	1.3
https://	44	32	34.38%	3.5
https://	7	21	33.33%	2.0
https://	3	9	33.33%	2.0

CTRが高く表示数が多い記事コンテンツを充実させる。

そうすることでCTRが高いものが上に来るので、該当する記事コンテンツを充実させたり、

更に高いクリック率を目指してタイトル文を変更しテストするのも有効ですね。

他にも

- ・ Impressions 数（表示数）が多く、CTRが高いキーワードを使用した記事を新たに追加作成する。
- ・ 検索順位が高くても Impressions 数（表示数）が低いキーワードは狙うのをやめる。

などなど色々な分析を行えますので、様々な角度から分析を行ってサイトの改善をしていきましょう。

<CTR が低い記事タイトル文をクリックされる文章にする方法>



記事のタイトル文を、クリックされるような文章に変更するには、『**興味性**』『**インパクト**』『**具体性**』をいれることがポイントです。

『**興味性**』とはコピーを読んだ読者が、『この先何が書いてあるんだろう』と思い、先を読まずにはいられなくなるような文章です。

例えば

『飲むだけで 1 週間後に痩せたサプリを紹介』

という文章よりも

『**サプリを飲むだけ！1 週間で痩せた秘密の方法とは？**』

というコピーの方が興味性がありますね。

はじめのうちは文章の最後が『？』で終わる文章を意識すると興味性が高い文章にしやすいです。

『**インパクト**』はオーバーに表現したり、盛った伝え方をすると付けやすいです。

例えば

『●●の悩みを減らす方法とは？』

という文章よりも

『**誰もが知らなかった●●の痛みが激減する方法とは？**』

というコピーの方がインパクトがありますね。

嘘は駄目ですが結構際どい言い方をするくらいが初めはインパクトを入れやすいです。

『**具体性**』は具体的な表現や具体的な数字を使うことで、読者に信憑感を与えたり、興味を持たせることができます。

例えば

『あなたが清潔に睡眠する為の方法とは？』

というコピーよりも

『**ダニだらけのベッドで睡眠できますか？防ぐ3つの方法は？**』

と具体的に伝えたほうが印象に残りやすいですね。

あやふやで抽象的な言い方よりも具体的な表現を使ったり、数値を使うことを意識することで（中途半端な数値が効果的）具体性を入れたコピーになります。

上記の点を意識して記事タイトルに『**興味性**』『**インパクト**』『**具体性**』を入れることで記事タイトル文がクリックされやすくなっていきます。

<CTRが高い記事コンテンツの強化方法>

CTRが高い記事を強化するポイントは新しく記事を作り変えるのではなく、記事に文章を追記するのが効果的です。

具体的には

- ・より深いリサーチをして、オリジナルの文章、画像を追加する。
- ・多くの読者が抱えている疑問や問題を解消する文章を追加する。
- ・共感を狙った文章を追加する。
- ・見出しにCTRが高かったり、優先順位の高いキーワードを入れる。
- ・関連記事に内部リンクを付ける。

上記の事を行うことで、記事が強化されていき、より多くの読者を呼び、サイト滞在時間や回遊率を伸ばしてサイトを上位表示させやすくします。

また、CTRが高いキーワードを活用して記事を新たに追加する場合は、記事タイトルはもちろん見出しにもキーワードを使いながら記事作成します。

そうして記事を作成することでCTRが高いキーワードを効果的に使った記事が完成します。

<バックアップの設定>

Search Analytics for Sheets ×

Requests Backups About

Backup status for current spreadsheet:
Inactive

Verified Site:

Period:
Monthly (runs every 3rd of the month)

Search Type:
Default (Web)

Group By:
(Optional) Chc

Filter By:
Add Filter

Aggregation Type:
Default (auto)

Rows returned:
Everything

Also backup non-grouped data in a separate sheet

Email me backup status

Run a backup cycle right away

ENABLE BACKUP Disable Backup

サーチコンソールはデータの保存期間に制限があり、一定の期間が経つと過去のデータは消えてしまいます。

しかし、今回紹介したスプレッドシートのアドオンはバックアップ機能もありますので、バックアップも設定しましょう。

『Period:』を『Monthly (runs every 3rd of the month)』にすることで毎月3日にバックアップが実行されます。

『Email me backup status』にチェックを行うことで、バックアップ完了時にメールが届くようになります。

すぐにバックアップを取りたい場合は『Run a backup cycle right away』をクリックすることですぐにバックアップを取れます。

こうすることでバックアップを自動で取ることが出来ます。

以上で定期的にバックアップを取る設定は完了です。

