SEO對策行銷提案

～找到優質的潛在客戶～

1.上位の検索結果を

SEO（Search Engine Optimization：検索エンジン最適化）とは、Google、Yahoo!に代表される検索エンジンの検索結果に自社HPを上位に表示させることです。SEO対策をしているサイトは、1ページ目のトップに表示されます。逆に、SEO対策をしていないサイトは、探しても自分のサイトが見つかりません。つまり、大海原で「誰にも気づかれない」「どこにも見つからない」状態です。SEOにより検索結果で上位表示させることで、見込み客を貴社サイトに誘導させることができます

2.効果的なマーケティング

一方、SEM（Search Engine Marketing：検索エンジンマーケティング）は、検索エンジンからWEBサイトへの訪問者を増やすマーケティング手法です。リスティング広告とも呼ばれ、検索サイトにおいて検索キーワードに連動して検索結果に表示されるテキスト広告です。コンテンツ連動型広告、検索連動型広告、バナー広告、アフェリエイト、メールマガジンなどが考えられます。Yahoo! のオーバーチュア スポンサードサーチ、Googleのアドワーズ広告がシェアを占めています

3.ネット検索の重要性

いまやインターネット利用者の約80％が検索サイトを利用しています。Yahoo! JAPANの月間検索回数は35億回以上、1日1億回以上の検索回数を誇ります。2位のGoogleまでで全体の約90％のシェアがあります。貴社HPは検索サイトから効率的にユーザーを誘導することで強力なプロモーションツールになります。

4. 上位表示で得られる効果

インターネットユーザーの約80％は検索エンジン経由でWebサイトに訪れます。そのうちの約70％が検索結果10位以内、すなわち検索結果のTOPページから各サイトにアクセスします。そして、検索ユーザーの約70％が検索結果1ページ目から検索します。検索結果10位までは約70％、検索結果11位以下は0.05％以下です。

5. Webサイトへの誘導

上位検索結果から確実にWebサイトに誘導するには、適切な施策が必要です。インターネットユーザーは、検索結果ページにおいてさまざま情報を元にサイトにアクセスします。上位検索結果から確実にWebサイトに誘導するためには、「タイトル」や「メタディスクリプション」が適切かつ魅力的であることが必須です。

6.優良な見込み客の獲得

SEOにおける一番の強みは、購入に積極的な潜在顧客を呼び込めることです。検索ユーザーは、検索エンジンから欲しい情報を得るために、自らサイトに訪れます。つまり、目的意識の高い良質な見込み客を獲得でき、商品購入や問い合わせなどにつながる可能性が高くなるわけです。検索結果1ページ目に表示されるのは、新聞記事の1面に載るようなもの。検索上位になることで企業の知名度はもちろん、企業イメージや信頼度を上げることにもつながります。自社サイトに多くのアクセスを集め、ブランド力を築いていくことで、より優良な見込み客が集まる良好なサイクルになっていくことでしょう。