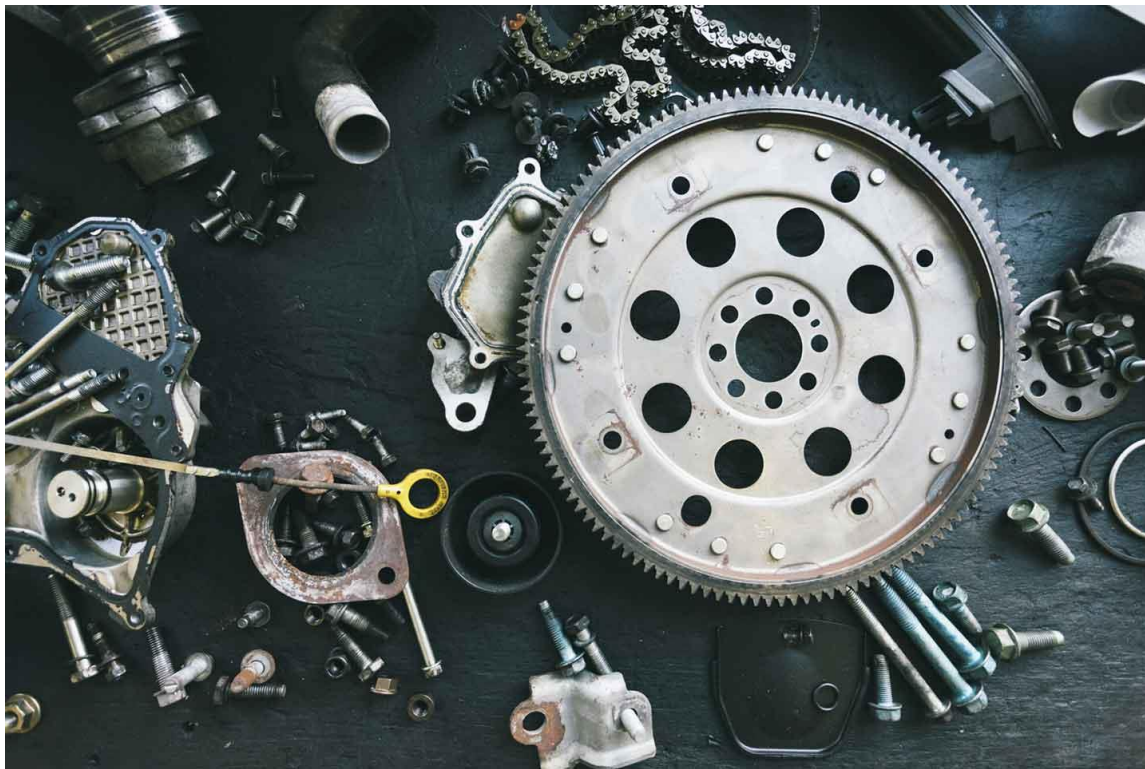


# 俯瞰キーワード選定 編

ライバルのいない市場で一人勝ちする  
ために必要な考え方

## 俯瞰キーワード選定編

---



キーワード選定は商標キーワードと、俯瞰キーワード、この二つの考え方があります

商標系キーワードでの選定は

制約が近い代わりにライバルが増え続ける、seoが効かなくなる

などのデメリットが存在します

今回は俯瞰的なキーワードを選定していきましょう

それでは俯瞰キーワードとはなんなのか？

これから解説していきます

俯瞰キーワードとは？

俯瞰キーワードとは、

書いて字の通り「俯瞰で物を見る」

つまりキーワードを俯瞰で見えていこうという事です。

俯瞰で見るという事はどういう事がというと

例えば asp にある商品は、どれもアフィリエイトが売れる事ができる商品ですね

そしてそのアフィリエイトのほとんどが、商品名でサイトを作成して行きます。

つまり asp の商標でサイトを作成すると、ライバルがうじゃうじゃいるところでの

勝負になりますので、新規でサイトを立ち上げても、すぐに追いつき、追い越されてしまいます

しかし、

そこで考え方を変換するのです

「asp の商品以外の、一般で売られている商品でサイトは作れないか？」

こう考える事が俯瞰で物を見るという事なのです

「でも asp の商品名で作らないと売れる記事は書けないんじゃないの？」

と思うかもしれませんが

しかしこう考えてみてください

「プロアクティブでは治らなかったから違う商品を探したい」

「黒ずみアロマでは黒ずみが隠しきれなかったから、もっとしっかりと黒ずみを隠せる商品を探したい」

「8&4ではワキガの匂いが全然消えないからもっと、性能がいい商品が欲しい」

こういうユーザー、いると思いませんか？

そうなんです、現状の商品では問題を解決できなくて、もっといい商品をネットで探しているユーザーを

この俯瞰キーワードでは拾えるのです

aspの商品名はアフィリエイトターが検索している可能性もありますが

8&4（エイトフォー）というキーワードはスレてないユーザーしか検索していないのです

つまり「エイトフォー+000」

というキーワードは検索ボリュームがめちゃくちゃ多くせに、ライバルがほとんどいない市場なのです

## **俯瞰キーワードが落ちているところを見つける**

では実際に俯瞰キーワードを見つけて見ましょう

ここでは、雑誌、広告、cm などでおなじみの商品の商標でグッドキーワードでずらしていきましょう

あとはサジジェストからはキーワード選定編のやり方で ok です

ここで注目して欲しいのが、

その商品で満足していないキーワードを選択して行くという事が非常に重要です

代替え品を探しているキーワード

これを中心に選んでいきましょう。

あとは記事内で商品と類似品ですよと教え、クロージングしてください

そうすれば安心して購入してくれます

## **アクションキーワードでせめろ**

俯瞰キーワードで商品からずらして行く事ができない場合

このアクションキーワードが役に立ちます

アクションキーワードとは、

ユーザーが購入しよう、申し込みしようと考えている段階のユーザーが打ち込むキーワードです

## 例題

アフィリエイト案件は、「車の一括見積もり」

としましょう。

商品名は「ニールの一括下取りドット混む」にしましょうか（笑

では初心者や、まだ思うように成果が出せていない人は、

どんなキーワード選定をするでしょうか？

## 例えば

「ニールの一括下取りドット混む」＋「申し込み」

「ニールの一括下取りドット混む」＋「口コミ」

「ニールの一括下取りドット混む」＋「体験談」

これでは商標キーワードになってしまいますし、  
バイク王や goo ネットなんかは、asp 案件がありますから  
ライバルはうごめいています。  
アクションキーワードは以下のように選定してみてください

「車を下取りに出したいと考えている人はどんなユーザーでしょう  
か？」

ここでのコツが

「悩みは結果であり、原因ではないという事」

この思考法を身につけてください

例えば検索するキーワードは、

ニキビ+治す

だとしても、ほんとの悩みはニキビを治す事ではないのです

本当の悩みは

「ニキビのせいで、ファンデーションが伸びない」  
「ニキビのせいで、前髪が切れない」

こういう思考を身につけると

ターゲットユーザーの幅はグッと広がります。

ここでは車ですので

「家族が増えたから大きい車に買い換えたいと考えている」

「彼女を作りたいからワンランク上を車が欲しい」

などなど、色んなロケーションが思いうかびますよね

そこで、キーワードを「ずらしの発想」ます

この「ずらしの発想」を持つだけで、

ライバルがいない市場を獲得する事が出来ます



まあ・・・そうですね。

今回は「家族が増えたから大きい車に買い換えたいと考えている」

このユーザーに紹介しましょう

このユーザーはこんな段階で購入検討していきます。

下記がフローチャート

↓↓

1、「制約が遠い」

どんな車にしようか悩んでいる段階。

「車なににしようっかな～～」って考えている段階です

ここのアクセスをいくら集めても制約には繋がらないので

無視する（狙わない）

（例）

ワンボックス＋人気

ワンボックス＋安い

ステーションワゴン＋燃費良い

↓↓↓

2、「制約までは遠くない、」

まあいけるかな・・・でもやらないほうがいいでしょう

この段階はもう買うことを決めている段階

車種名が出てくるキーワードはもう購入する気でいるので

せめてもいいが、後半のキーワードを

もう少し制約に近い形に持って行きましょう

(例)

ベンツ c 1 s +中古

ベルファイア +中古

アウディ A5 +中古

↓↓↓

3、「これが最もねらい目！！ずばりここを攻めましょう！！」

もうディーラーに話を聞きに行っている段階、

見積もりも出ていて、

買おうと決めている状態、興奮度マックス！！

しかしディーラーは嘘をついている可能性もある・・・

新車ならまだしも、中古の場合、不安が残る・・・

で検索するフレーズがこれらです。

(例)

ベンツ c l s +故障

ベルファイア+故障

アウディ A5+故障

↓↓↓

4、「これが最終的にずらしを入れた考え方の最高峰！！」

ここにライバルがいなければ、バンバン取れます！！

もう車の購入が終わっている、

もしくは持っている小さい車を売り飛ばそうと考えている（つまり頭金用）

高価買取系は結構ライバルがひしめいていますので、

今からではちょっと遅いですが

他の商品でこんな市場を見つければ、宝の山です。

1枚のペラページ＋日本語ドメインでバンバン取れます

ライバル皆無のお悩み掲示板ばかりだから、

「もう無双状態！！！」

↓実際に検索してみてください

普通にペラページが上位に来てます

(例)

マーチ+高価買取

デミオ+高価買取

いかがですか？

一番ベストで最高に制約が取れるのはやはり「4」です

しかしライバルが多いので、「3」を狙うといいでしょう

「ベンツ c l s +故障」なんてキーワードで日本語ドメインを取る

アフィリエイトはほぼ皆無でしょう

だからライバルがいなんですよ。

で、

そしてサイト構成はこうします

サイトタイトル

「ベンツ cls の故障を徹底暴露！！ディーラーが話せない、そこん  
トコロ」

みたいな感じにして

トップページの前半は

「ベンツ c l s の故障について詳しく解説、ブレーキパットや足  
回りの交換費用などを提示する

そして後半

「ディーラーでは話せない事を話したわけだから、ここではディ  
ーラーだけの見積もりはどうかと思いますよ・・・

無料で一括見積もりをしてくれる「ニール高価下取りドット混む」で見積もりを試してみたいでしょうか？

ディーラーに下取りを出す前に一度、御自身に車がいくらになるのかさていしてみたいかが？

高く提示してくれたら儲け物ですし、ディーラーの提示額と比べてみて損はないでしょう

どうせ無料（タダ）だから」

などの訴求をすると制約バンバン取れます

これが俯瞰キーワードの考え方です

大型サイトの作成は商標だけでは、太刀打ちできません

この「俯瞰キーワード」と「アクションキーワード」

この2つのキーワード攻略法を身につけてください