

SEO(サーチエンジン最適化)って何？

SEOは、Yahoo、Google等の検索サーチシステムに対し、ホームページが正しく認識されるように最適化することです。

現在では、殆どの場合、検索サーチエンジンでの「想定キーワード」での上位表示することと同義となっています。

各検索エンジンでのアルゴリズム(キーワード収集パターン、評価基準)は公開されていません。あくまで、現時点では、「ここにこう書くと」有効だと経験則で語られております。一般的な基準として、META要素、TITLE要素、キーワード出現頻度、ページの被リンクが有効とされています。また、評価マイナス要素、ペナルティ要素が無いことも重要です。リンクファームと呼ばれる、無関係なページでの相互リンクの貼りあいやキーワードの詰め込み過ぎはマイナス評価されてしまいます。SEOは各サーチエンジンのロボット、クローラーと呼ばれるプログラムが、一定期間ごとにホームページを巡回し、内容をデータベースに記録していきます。このプログラムは、巡回用、記録用等数種類がありますので、ページ内容を更新後数ヵ月後に反映されます。ですから、SEO対策したとしても、即時には効果がありません。長い目で対策と言う事になります。SEO対策には「想定キーワード」の選定が重要です。検索数の多いキーワードでなければ、アクセス数が伸びませんので意味がありません。SEO対策は無料でできますので、キーワードが絞り込めて、検索数が多いワードを想定できれば、費用対効果抜群となります。問題はその検証がすぐに出来ない点です。



1) METAタグへのキーワード設置
<meta name="Description" content="狙うキーワード"

2) TITLEタグへのキーワード設置
<title>格安航空

3) 本文へのキーワード設置

※注意点

同じタグにキーワードを詰め込まない。
<h1>,<h2>,<p>,<i>などへ分散して設置する。

4) キーワードの出現頻度は全体文字の5~10%と言われています。

重要なのは、当該ページが「何について」記述しているページなのか、サーチエンジンに知らせることです。



※webconcie「制作費0円サービス」では、投稿のタイトルが自動的にTITLEタグに挿入されます。

PPC(キーワード連動型広告)って何？

リスティング広告。

PPC広告は、Yahoo、Google等の検索サイトの上段、右段、下段に表示される、スポンサー広告です。

PPC広告は、YahooがOverture（オーバチュア:オーバチュア株式会社、2009年10月1日、ヤフー株式会社と合併）、Googleが AdWords（アドワーズ）の各子会社が運営しています。

仕組みは、「想定キーワード」ごとの入札で、クリック単価が決定され、ユーザーが想定キーワードを入力して検索すると、入札単価順、キーワード品質で表示されます。月間の予算が指定できますので、予算を消化すると広告は表示されません。 PPC広告の利点は、即効性があることです。数分から数時間後には、想定キーワードでホームページへの誘導が可能となります。 キーワードは、アクセス数が多く、実際の契約や販売に繋がるキーワード（ビッグキーワード）、アクセス数は少ないが数で稼ぐキーワード（スモールキーワード）の組み合わせが効果的です。即効性があるとは言いながら、良いキーワードを見つけるには試行錯誤も必要です。 時系列でトライアンドエラーを繰り返し、効果を測定しましょう。

