



メールマーケティングマスター講座

MMC

Mail marketing Master Course

第3章

ブログ構築編

【推奨環境】

このレポート上に書かれている URL はクリックできます。

出来ない場合は最新の [Adobe Reader](#)（無料）をダウンロードしてください。

【著作権について】

本教材は、著作権法で保護されている著作物です。

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、著者である株式会社 CREA STYLE にあります。

著者の書面による事前許可なく、本教材の一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを固く禁じます。

- 本教材の一部、または全部をあらゆる手段（印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど）により複製、流用および転載することを禁じます。

【使用許諾契約書】

本契約は、本教材をダウンロードした法人・個人（以下、甲とする）と株式会社 CREA STYLE（以下、乙とする）との間で合意した契約です。

本教材を甲が受けとることにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第1条 契約の目的

本契約は、本教材に含まれる情報を、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（第三者への公開の禁止）

本教材に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。

また、本教材の内容は秘匿性の高い内容であり、甲はその情報を乙の書面による事前許可なしでは、いかなる手段を用いたとしても第三者にも公開することを禁じます。

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、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条の規定に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し違約金として、違反件数と販売価格を乗じたものの10倍の金額を支払うものとします。

第5条 その他

本教材に書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。

乙は甲の事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

また、本教材に沿って実行し、期待通りの効果を得ることができず、万一如何なる損益が生じた場合でも、乙は甲に対して責任を負わないものとします。

第3章 ブログ構築編 目次

ブログを作る意味・考え方・役割	4
ブログはあなたの情報発信基地である	4
サーバーやドメインって何?	6
独自ドメインブログについて	6
ブログの7つの大切な役割	10
ブランディング	10
メルマガ読者獲得	12
直接商品を販売する	12
ノウハウや実践内容を残す	13
メルマガとの連動で効果を最大化	14
問い合わせを受けるため	15
バックナンバー置き場として	15
ブログを作る際に意識しておくべきこと	18
最初から良い記事を書こうとしない	18
デザインなど余計なことに気を取られない	19
ブログは順に読まれるものだという勘違いをしない	20
更新を続けることでブログは強くなる	21
ブログ構築作業フロー	24
ブログの方向性を決めよう	25
知識・経験・実績の有無に関して	28
ブログ構築に必要な各パーツと要素	32
ブログタイトルについて	33
タイトルのメインキーワード	33
メインキーワードは左に寄せる	34
間口を広げておく	37
ブログタイトルの決め方例	38
ブログのレイアウトについて	39
Fの法則・Zの法則	40
カラーイメージについて	42
ベースカラーと文字色	42
メインカラーに向いている色	44

サイドバーの構成要素	45
プロフィール	45
ハンドルネームとアバターについて	49
ハンドルネームの決め方	50
付けてはいけないハンドルネーム例	51
アバターの決め方	53
サイドバーの構成要素まとめ	57
TOPページの構成要素	58
ヘッダーの重要性	58
イラスト素材サイト	59
写真素材サイト	60
アイコン素材サイト	60
背景素材サイト	60
メインカラムに必ず設置する物	61
“個別記事”と“固定ページ”の違い	62
個別記事	62
固定ページ	63
ブログ記事の書き方	64
ノウハウ記事	66
マインド記事	70
マニュアル記事	71
実践記	72
備忘録記事	75
日記・雑記	75
無料レポート紹介	76
無料オファー紹介	77
レビューページ誘導記事	78
メルマガバックナンバー	79
ブログ記事タイトルの付け方	81
ビッグキーワード 1 語だけでは上位表示されない	81
タイトルの文字数について	83
記事タイトルのまとめ	84
記事タイトルに関しての補足	85
複合キーワードを効率よく見つけるツール	85
クリック率を上げるタイトルのポイント	86
ブログ構築編まとめ	89

ブログを作る意味・考え方・役割

ブログはあなたの情報発信基地である

この章からは実際に実践手順に移っていきますが、
まずはあなたの情報発信基地である“メインブログ”から構築していきましょう。

本格的な実践に移ると、難しく感じることもあるかと思いますが、
誰でも初めてのことは難しく感じるものです。

実践の中で一つ一つ順にこなし、少しずつ覚えていけば全く問題ありませんので、
じっくりと腰を据えて取り組んでいくよう意識しましょう。

さて、第2章でブログというものが何であるかということについての説明はしましたが、
理解していただけましたでしょうか？

ブログのメリット

- web 上に残る自分の資産となる
- 長期的にアクセスが集まる
- 知識やノウハウをデータベース化出来る
- 訪問者の属性を絞りやすい
- 画像が使えるため視覚に訴えやすい

ブログのデメリット

- 完全に待ちの媒体である
- アクセスを増やすためには運営期間と記事ボリュームが必要
- 常に更新作業が必要
- 情報をリアルタイムに届けことが出来ない
- 検索エンジンに依存する

以上のようなメリット・デメリットを頭に入れたうえでメルマガと使い分けるからこそ、どちらも最大に効果を発揮した効率の良い使い方が出来るようになります。

再度、ここでブログのメリットとデメリットに関して復習しておきますので確認してみてください。

ブログやサイトは一般的に、【守りの媒体】【PULL 型媒体】と呼ばれ、主にブログやサイトを使った“待ち”のマーケティングのことをインバウンドマーケティングと言います。

リアルビジネスに置き換えると、これから作るあなたのブログ＝“あなたのお店”だと思ってください。

これは、今後長きに渡って web 上に残るあなたの“資産”となります。

資産とするために、MMC では独自ドメインを取得し、Wordpress（ワードプレス）でメインブログを作ることを推奨します。

Wordpress というのはブログサービスの一種で、近年では有名な大手企業ですら自社のサイトを Wordpress で構築することが多くなっており、Google に一番評価されているブログサービスです。

Wordpress サイトを作るためには、ネット上に“サーバー”を借り、独自の“ドメイン”を取得しなくてははいませんが、

- ・ サーバーのレンタル方法
- ・ ドメインの取得方法
- ・ Wordpress のインストール方法
- ・ Wordpress の使用方法

等に関しては、別途分かりやすい図解マニュアルを用意していますのでご安心ください。

サーバーやドメインって何？

サーバーやドメインという言葉にあまり馴染みのない方もいらっしゃるかもしれませんので、ここで簡単に補足しておきます。

サーバーというのは、ネット上の“土地”

ドメインというのは、ネット上の“住所” に例えられることが多いですが、まさにそのようなイメージです。

インターネット上にあるサービスは、

すべてサーバーに置かれていたり、サーバー間のネットワークを通して機能しています。

ドメインというのは、http : // ●●●● . jp という URL 中の●●●●の部分のことです。

例えば私のメインブログでいうと、http://tomosan01.com がブログの URL となり、その中の tomosan01 (.com) が独自ドメインと呼ばれます。

“.com”の部分は、“.net”や“.jp”など、多数の種類が選べるようになっていますが、tomosan01.com と、tomosan01.jp というのはまた別のドメインという扱いになります。

はじめて聞く方には少しややこしいかもしれないので、なんとなくのイメージだけ掴めれば大丈夫です。

独自ドメインは自分の好きな英数字を選ぶことが出来るためオリジナリティが出せますが、早い者勝ちになるため世の中にたった一つしかないものになります。

独自ドメインブログについて

独自ドメインでブログを作るためには、

- サーバーのレンタル費用（月 1, 000円程度）
- ドメインの取得費用（年間 600～1, 500円程度）

がかかりますので、完全に初心者の方や、まだ報酬が0という方は少し抵抗があるかもしれません。

ただし、これは当然ビジネスをしていく上での必要経費になってきますし、その投資額を補って余りあるメリットがありますので怖がる必要はありません。

先ほど、ブログというのはリアルビジネスに置き換えると“あなたのお店”だということをお話しましたが、リアルビジネスで店舗を立ち上げる場合、初期投資として数百～数千万円かかるのが普通です。

この経費を数年かけて回収していくのが通常の店舗ビジネスですので、利益が出ずに回収できない場合は、ビジネスの失敗＝倒産ということになります。

そう考えるといかがでしょうか？

毎月1,000円程度の投資で自分の店が持てるなんて・・・

ネットビジネスがいかに割の良いビジネスか分かったと同時に、たったそれだけの投資を怖がってしまうようならビジネス自体が出来ないと思いませんか？

と・・・、

初めから厳しいお話ばかりでもつまらないと思いますので少し夢のあるお話をしますね。

私のメインブログ <http://tomosan01.com> ですが、見ていただくと商品やサービスのレビューページがほとんどないのがお分かりいただけると思います。レビューページがあまりないこのブログですら、実は年間で数百万円の利益が出ているんです。

私の場合も、このブログには月1,200円ほどしか経費が掛かっておりませんので、何百倍ものリターンがあるということです。

正しく継続さえしていれば、あなたもそれだけの利益を生むブログが作れる可能性が十分にあるわけですから、「よし、頑張ろう！」という気になれるのではないのでしょうか。笑

このように、若干経費の掛かってしまう独自ドメインのブログですが、さらに、以下のようなメリットもあります。

■ 他人の都合に左右されない

「ずっと続けていたアメブロをブログごと削除されてしまった・・・」

「SeeSaa ブログを利用している全ブログが Google の検索結果から一斉に消えて無くなっている・・・」

「自分の So-net ブログにログインしようと思ったら、アカウントが削除されていてログイン出来ない・・・」

このようなことを聞いたことはないでしょうか？

これらは現実として頻繁に起こっていることで、
無料ブログサービスを利用していると常にこういったリスクと隣り合わせです。

無料でサービスを使わせてもらっている手前、運営側の規約やルールに背くことは出来ませんし、
運営元の都合で容赦なくアカウントやブログを削除されます。
SeeSaa や FC2 の全てのブログが Google によって評価を下げられた事件のように、
連帯責任の煽りを受けることもあります。

せっかく長い期間と労力をかけ、大事に育て上げたブログが
有無を言わず消されてしまっただけに泣けないですよ。

その点、独自ドメインのブログは自分でお金を払ってサーバーを借りるので、
無料ブログのように運営側の都合でブログを削除されたりすることが一切ありません。

また、無料ブログの場合は規約上アフィリエイトを禁止しているサービスが多いですが、
独自ドメインのブログはこの制限もありませんので、自由な運営が出来ることもメリットです。

※アダルトやギャンブルに関してのサイト運営やコンテンツを禁止しているサーバーはあります。

■ 自分独自のオリジナル性でブランディング出来る

「メインサイトはコチラです」と言われ、サイトを見に行ったら見た目の悪い無料ブログで幻滅した・・・

そんな経験はないでしょうか？

私の場合は、その人の力を判断する材料としていつも“ブログ”を見るようにしています。

メルマガでどれだけいいことが書いてあっても、
メインブログに無料ブログを使っている時点でメルマガを解除したりもします。

実際に使ってみるとよく分かると思いますが、
Wordpress は無料ブログより使いやすく、カスタマイズがしやすいブログサービスです。

そう考えると、

「無料ブログを使っている人」＝「Wordpress を使える知識がない人」

「無料ブログを使っている人」＝「月 1, 0 0 0 円程度の投資すらできない人」

と言っても過言ではないと思います。

今の時代、企業のサイトはもちろん、個人のメインブログですら、
独自ドメインで運営しているということは最低スペックと言ってもよいでしょう。

また、先ほどの話と被りますが、
世の中に 2 つとないドメインを使って運営するため、完全にオリジナル性が出すことが出来ます。

■ 将来的には無料ブログよりブログが強くなる

検索エンジンの仕組み上、ブログ立ち上げ初期の頃に限って言うと
“無料ブログ”の方が早く検索結果にインデックスされます。

ただし、独自ドメインブログは運営を始め 2 ～ 3 ヶ月過ぎた辺りからドメインパワーが強くなり、
将来的には無料ブログよりも断然評価が高くなり上位表示しやすいのが特徴です。

逆に、最初の 2 ヶ月くらいに関しては、
記事を書いても書いてもアクセスが呼べず、そこで挫折してしまう人がいるのですが、
「最初の 2 ～ 3 ヶ月はアクセスが来なくて当然」くらいに考えて、
地道にコツコツと記事を投稿し続けることが成功するためのコツだったりしますので、
その点はしっかり覚えておいてください。

MMC では、メルマガよりも先にブログの構築をしていくことになりますが、
これはこのようなブログのデメリットを逆に利用したからこそその順序になっています。

どうせアクセスが来ないなら最初のうちは誰に気兼ねすることなく好き勝手な記事を書けますし、どうせ誰も見ていないと思えば、文章を書く練習にも最適だからです。

これをしっかり続けていけば、アクセスが来る頃には自然と上手な文章が書けていることでしょうか、是非気軽に楽しみながらブログの記事を書いていきましょう。

ブログの7つの大切な役割

では次にブログの具体的な役割について少しお伝えしておきます。

これからあなたが行っていくメールマーケティングを成功させるうえで、やはり並行してブログを運営していくことが欠かせませんが、各媒体の役割を理解しその役割に沿った使い方をしていくことによってそれぞれの効果が最大限に得られますので、まずはブログの大切な役割を頭に入れておきましょう。

1. ブランディング

あなたはこれからメルマガを発行していくわけですが、メルマガというのは、あなたのことをユーザーが知るキッカケとしてはなかなか効果を発揮しません。

あなた自身のことを思い返していただきたいのですが、“その人のことを一番初めに知るキッカケ”というのはメルマガ以外の媒体が多いはずです。

メルマガにたどり着くまでの間には、ブログやサイト、PDF などのレポート、YouTube の動画など、別の入り口があることがお分かりいただけると思います。

言い換えると、このブログというのは

「あなたに興味を持つであろう人を集める、重要な集客の入り口」であるとも言えますね。

ユーザーが初めに訪れたあなたのブログが素晴らしいものだったら、読者はあなたのことを「力のある人だ」「この人の発する情報をもっと知りたい」と思うでしょうし、逆にブログのコンテンツがほとんどなく、文章もとたどどしいものであれば・・・、

「この人の情報は有益ではない」と判断されるでしょう。

そう考えると、もしブログ自体を運営すらしていなかったとしたら・・・、
“ユーザーに自分を認知してもらえる機会を大いに損失している”ということになりますね。

また、あなたはブログのプロフィールやコンテンツの中で、
「自分は〇〇のプロである」ということをアピールしなくてはなりません。

第2章で情報発信の内容を決定したと思いますが、
その内容とあまりにもかけ離れた記事を書いてしまっては、
「この人は一体何が言いたいんだろう？」とユーザーに思われてしまいますよね。

例えばあなたが英語の情報発信をする場合、
「英語の情報や勉強方法が知りたい」と思ってあなたのブログにたどり着いた人が
満足するコンテンツが用意されていればいるほどあなたの評価は上がることになりますし、
語学力、指導力のある人だと認識されます。

当然、実績がないとブランディングできないというワケではありませんので、
無理に背伸びする必要はなく、「自分に出来る範囲で記事を重ねていく」ということで大丈夫です。

ブログを見に来るのは常に自分よりさらに初心者であるという意識を持ちましょう。

「こんな情報みんな知っているし、必要ないのでは・・・」と思って手が止まってしまう人がいますが、
その“こんな情報”を知らないからこそ、検索を経てあなたのブログにたどり着いているわけです。

「この記事を読んでいる人はその情報を必要としている人だ」と思って、堂々と情報を発信してください。

ここでいうブランディングとは、ブログのデザインや見た目が良ければよいというものではなく、
あくまで“コンテンツ（記事の内容など）”のお話ですので、
デザインや見た目に意識を向けすぎず、内容でブランディングすることを意識してもらえればと思います。

2. メルマガ読者獲得

メルマガを発行するためには、“読者”を集めなくてはなりません。

先ほどお話しした通り、ブログは“ユーザーがあなたのメルマガを知るキッカケ”であると同時に、「自動で読者を獲得できる集客装置」の役割も果たします。

詳しくは後に説明しますが、
“メルマガ登録フォーム”というものをブログに設置しておくことにより、
ブログにアクセスが集まれば集まるだけ読者が増えていく仕組みが出来上がります。

メルマガ読者を集める方法というのはいくつもありますが、
その中でも“一番濃い読者”を集めることが出来るのが、ブログ経由での集客ということになります。

ブログにアクセスを呼ぶためには一定数のコンテンツボリュームや運営歴が必要となってくるので、
コツコツと記事を書き溜めることが最も重要ですが、
MMC でお教える正しい誘導方法でメルマガ読者を募れば、
集まったアクセスの何割かは確実にメルマガ読者になりますので、
「ブログが一番濃い読者を集めるための集客媒体である」ということを意識しましょう。

3. 直接商品を販売する

ブログは、個別記事（通常記事）を書いていくことにより、
そのキーワードに沿って“自分の発信している内容に興味のある人”が集まってきますので、
そのアクセスをメルマガ読者に変換することによって“濃い読者”を獲得できます。

また、それと同時に、
レビューページ（セールスページ）で商品やサービスの紹介記事を書き、
購入見込みキーワードで集客することによって
「ブログ単体で直接商品やサービスを販売すること」も十分に可能となります。

メルマガ・ブログそれぞれの特性を生かすとなると、

長期的に売っていきたい商品 = ブログ

新商品や期間限定商品 = メルマガ

といったように両媒体を使い分けることが重要ですが、
ブログ単体での商品販売も大きな利益を上げることが出来ます。

当然その際は、あなた自身のブランディングが出来ていたり、
そのレビュー記事に信頼性があるからこそ商品が売れていくということになりますので、
ただ単に商品の紹介記事をたくさん書いておけば売れるのか？というところではありません。

【第8章 特典戦略編】【第9章 LP作成・ライティング編】などを理解できる頃には
自然と“売れる記事”が書けるようになっていくと思いますので、
最初のうちはブログで物を売ろうということはひとまず考えなくてもOKです。

焦らずに一つずつ進めていきましょう。

4. ノウハウや実践内容を残す

ブログのメリットとして“コンテンツがデータベース化出来る。”という点があります。

メルマガの場合は、
メールボックスをさかのぼり以前のメールを順に読んでもらえるということはほぼありませんし、
書いた記事は使い捨ての感覚で発行せざるを得ないですが、ブログの場合は違います。

価値のある記事は、その後何年にも渡っていろいろな人に読んでもらうことになりますし、
ネット上に資産となって残ります。ここがメルマガとの大きな違いになるでしょう。

また、カテゴリー分けをすることによってジャンルの整理が可能で、
ユーザーに分かりやすく情報を提供出来ることもメリットです。

ブログの記事に書く内容というものは多様なものがありますが、
データベース化出来るという特徴を最大限生かすのであれば、
「図解マニュアル」「実践記」「備忘録記事」などはブログと非常に相性の良いコンテンツとなるでしょう。

5. メルマガとの連動で効果を最大化

ブログを使う意味を考えた時に、最も単純に挙げられる理由が、「併せて使うことにより効果が最大化するから」ということでしょう。

これは商品販売による利益自体の最大化という意味も含まれ、作業効率のレバレッジの意味も含まれます。

第2章でお伝えした通り、メルマガとブログは同時に使うことによってお互いのデメリットを打ち消しあう特性を持っています。

また、コンテンツのリユースが可能となるためレバレッジ（少ない労力で大きな成果を得ること）が非常に効きやすいのもメリットです。

具体的に言うと、ブログで書いた記事をメルマガに転載して使ったり、配信し終わったメルマガ記事をそのままブログにコピペしたりといったことも可能です。

「ブログで書いてあることをそのままメルマガで流したら、メルマガを読んでいる人はガッカリするのでは？」と思う方もいらっしゃると思いますが、実はブログもメルマガも両方必ず読んでいるという読者はほとんどいません。

メルマガ読者はブログに書いてあることを、ブログの読者はメルマガに書いてあることを知らない場合が多いのです。

そのような理由から、あまりその点に気を配らなくても大丈夫なのですが、どうしても差別化したいという場合は“メルマガ読者”の方を優遇しましょう。

同じ内容でも、ブログの記事では核心部分は敢えて伏せメルマガ内で暴露するといった方法や、同じ商品を販売する場合にもメルマガ読者だけに向けて、限定の割引や特典を用意するなどといった差別化が考えられます。

ただし、すべてのブログ記事において、「続きはメルマガで・・・」
「ブログではここまでしか言えませんが、メルマガでは全て暴露しています」
などとしてしまうと、せっかくブログを読んでいる人に失礼ですし、“ケチくさい”印象を与えてしまいますのでバランスが重要です。

6. 問い合わせを受けるため

読者さんからブログやメルマガに対しての感想やお問い合わせをいただくようになったら、既にあなたは立派な情報発信者であると言ってもよいでしょう。

そのお問い合わせの内容が“商品に関するお問い合わせ”だった場合は、商品が確実に売れる一歩手前まで来ていると考えても OK です。

実際私自身も、これまで多くの方に問い合わせをいただいてきましたが、感覚としてはそのうちの 7 割位の方はそのまま商品購入に至っています。

当然この部分に関してのロジックやノウハウも今後詳しくお伝えしていきますが、「商品やサービスに関して問い合わせを受けたら、売れたも同然」ということだけは今のうちから覚えておいても良いかもしれませんね。

そのようなこともあり、出来る限り積極的に“問い合わせを受けるための仕組み”を多数用意しておいた方が良いのですが、ブログはその一つということになります。

Wordpress でブログを作る際は、「Contact Form 7」というプラグインを利用すると簡単に問い合わせフォームを作ることが出来ますので、こちらがお勧めです。

7. バックナンバー置き場として

ブログにメルマガのバックナンバーをコピーすることによってコンテンツのリユースが出来ると同時に、ブログに訪れたユーザーにメルマガにも興味を持ってもらえるというメリットも出ます。

バックナンバーをブログに掲載するかどうかは個人の好みになりますが、さほど労力をかけず記事ボリューム等を増やせることになりますので、初心者の方は積極的に行っても良いかと思います。

その際は、ブログのカテゴリーの一つとして「メルマガバックナンバー」を用意して置き、各記事からは「最新のメルマガを受け取りたい方はこちらから」というように、メルマガ登録フォームへ誘導すると良いでしょう。

逆に、戦略的に「メルマガバックナンバーを一切公開しない」または、「最新のものだけ公開する」などといったことも考えられます。

これはなぜそうするかというと、
「バックナンバーに価値がある場合は、バックナンバーそのものの自体を販売することが出来る」からです。

- 全くのメルマガ未経験から月収 1 0 0 万円稼げるようになるまでのメルマガバックナンバー
1 年分 全 1 5 0 通をすべて公開します！
- わずか 3 0 0 名の読者に送った、たった 5 通のメールで 2 0 0 万円以上を売り上げた
幻のバックナンバーを“今だけ限定”で公開します。

などと言ったら興味が湧きますよね？

さらに、

「百聞は一見に如かずとよく言いますが、このバックナンバー集はまさに生きた事例です。
そっくりそのままこの流れをマネするだけであなたも同様の成果を上げることは十分に可能です。
実際に売り上げの立ったメールをそのままの状態でお渡ししますので、
小手先のテクニックを学ぶよりも数段価値があると思ってください」

と言われたら・・・、欲しくなりますよね。笑

さらにさらに、本人によるバックナンバーの解説付きだったら・・・

「バックナンバーを手に入れたら、特に 3 通目のメールは必ず見てください。
その時のメールの裏に隠された“誰も気付いていない本当の意図”と“秘密のキーワード”を暴露します。
実際にこのメールを送った翌日の売り上げは、狙い通り前日までの 5 倍に跳ね上がりました。
この“たった 1 つのキーワード”を知っているかいなかで、
今後のあなたのメルマガでの売り上げは天と地ほどの差が出るでしょう」

このような感じだったらバックナンバー単体でも十分売れていきますよね。
販売までいかなくてもアフィリエイトする商品の“特典”としては非常に大きな価値を持つはずです。

あくまで上記の文章は即興で書いた適当な例ですので、あまり参考にならないかもしれませんが、
その辺りのライティングテクニックや特典の魅せ方についてはまた別途解説していきます。

余談となってしまいましたが、
そういったことも可能だということだけ頭の片隅に置いておいていただければと思います。

以上が、ブログの7つの大切な役割となります。
最後にまとめておきますので、この7つのポイントを意識してブログを運営していきましょう。

ブログの7つの大切な役割 まとめ

1. ブランディング
2. メルマガ読者獲得
3. 直接商品を販売する
4. ノウハウや実践内容を残す
5. メルマガとの連動で効果を最大化
6. 問い合わせを受けるため
7. バックナンバー置き場として

ブログを作る際に意識しておくべきこと

最初から良い記事を書こうとしない

最初に意識していただきたいのは、「初めから良い記事が書けるわけがない！」ということ。
頭で考えてばかりで手が止まってしまうタイプの人は、本当に要注意です。

リサーチをしていると、明らかにプロが作ったようなキレイなデザインのブログもあるでしょうし、ものすごく丁寧で分かりやすい記事に出会うこともあるでしょう。

そんな時、多くの人は
「この人には勝てない・・・」
「こんなに良いブログがあるなら自分の記事なんてユーザーにとって必要ないのでは？」
と心が折れてしまいます。

ただし、ここで一つ思い返してほしいのです。
「最初から人の役に立つ素晴らしいコンテンツを書ける人など存在しない」ということを。

あなたが素晴らしいと認めたそのブログも、これまでの積み重ねがあって今があるのです。
最初から誰よりも詳しく、丁寧に記事が書けていたわけではありません。

必死で勉強し、眠い目を擦りながらコツコツと作業を続けてきたからこそ、
素晴らしいコンテンツが作れるようになっているわけです。

そう考えたら、今から始めるあなたが「それと同じレベルのものが作れる」と思う方がおかしい話ですよ。

そもそものスタートラインが違うのですから。

例えばそのブログが既に2年運営されているものであれば、
“2年後のあなた”がようやく同じスタートラインです。

これは非常に多くの人が勘違いしていることなので、しっかりと認識しておいてください。

ブログの記事というのは、あとでいくらでも編集できますし、記事の削除も出来ます。
半年後に自分のブログを見返して、その時「恥ずかしい」と感じたら、
書き換えるか削除してしまえばよいだけです。

最初からカッコつけて記事を書こうとしてもたかが知れていますので、
まずは深く考えすぎずに手を動かすこと。

先にもお話ししましたが、
メルマガではなくブログから始める理由は「失敗しても気にしないで済むから」という理由です。

「どうせ誰も見に来ていない」

初めのうちはそう思って記事を書くと非常に気軽に記事が書けると思います。

デザインなど余計なことに気を取られない

これも上記と合わせ、最初に気を付けていただきたいことです。

多くの人はブログを始めると、意味のないカスタマイズや細部のデザインなどに手を出しがりますが、これは全く意味がないことですので絶対に止めてください。

もちろん、
「人と差別化したブログを作りたい」
「ブランディングのためにキレイなブログを作りたい」
という気持ちは痛いほど分かりますし、私自身もそういった時期を経験してきました。

でも、本当に今それが必要ですか？

記事が30記事も入っていない、立ち上げたばかりで検索エンジンにインデックスすらされていない。
そのように、まだ全くアクセスが来ていないという状態で、デザインを弄って何か意味があるでしょうか？

何度も言いますが、「大切なのは記事数を増やしアクセスが呼べる状態を早く作ること」です。
デザインやディテールを弄るのは二の次だということを意識しておきましょう。

1日に使える時間は誰でも平等に24時間です。
副業でネットビジネスに取り組んでいる方だと、1日数時間も取れないかもしれません。

そのように限られた時間の中で、
いかに成果に繋がる行動だけをしていくかというのは非常に重要なポイントとなります。

まずやるべきことはデザインではなく、記事を書き溜めることとなりますので、ここを再度認識しましょう。

ブログは順に読まれるものだという勘違いをしない

これは、私自身も初心者頃に勘違いし大きく時間をロスした部分でもありますので、
注意していただきたいところです。

いざメルマガやブログを書く際に、“書く内容”は当然のこと、
“書く順番”を気にする方が多いのではないのでしょうか。

「この話の後に、これが来たらおかしいから、先にこの話だよな・・・」
「そうすると、その前にこの話も書いておかないと・・・」
「あー、考えていたら、何から書けばいいのか分からなくなってきた！」

このような状態ですね。

具体的にアフィリエイトの話で例えると、

「キーワード選定の話をした後に、“アフィリエイトとは？”なんて言う記事を書いたらおかしいかな・・・」
「昨日までASPの話をしていたのに、急にコピーライティングの記事を書いたら話が飛びすぎよね・・・」

といった具合です。

これは読んでくれている人に、
順を追って分かりやすく説明してあげようという気持ちから来るものなので良いことなのですが、
考え出すと何から書いていいのか分からなくなり、
結局記事が書けず終いで1日が終わってしまっただけで時間はもったいないですよ。

そんな状況にならないために意識しておきたいのが、
「ブログは順に読まれるものではない！」ということです。

上記の悩みを持つ人がイメージしてしまいがちなのは、
「読者さんが TOP ページにアクセスしてきたとき」か、
「自分のブログの最初の記事にアクセスしてきたとき」の状態のどちらかだと思いますが、
ほとんどのユーザーは TOP ページや最初のページに都合良くアクセスしてくることなどはありません。

というのも、ブログというのは TOP ページで集客するものではなく、
記事単位にアクセスが来るものだからです。

これは、自分自身が逆の立場で「何かを知りたくて検索した」時のことを考えてみるとすぐ分かります。

ほとんどの場合が、TOP ページではなく個別の記事ページであったと思いますし、
それがそのブログの最初の記事でもなかったと思います。
万が一、TOP ページにたどり着いたとしても、最初に目にするのは
“最後に書かれた記事（最新記事）”である場合がほとんどです。

そうすると、“最初の記事がなんであるか”ということや、
“記事の順番”というのはそれほど重要なものではなく、
ブログのサイドバーなどでしっかりと情報がカテゴリー分けされているだけで良いということになりますよね。

このように、「ブログは順に読まれるものだ」という勘違いをなくすと、
日々の記事更新が楽になりますので、是非参考にしてください。

※ 以上の考え方が基本となりますが、
「順序良く記事を書きたい」「抜け漏れなくノウハウを書いていきたい」という場合は、
別動画マニュアルの【サイトマップ作成動画】【ノウハウマップ作成動画】を参照ください。

更新を続けることでブログは強くなる

この章ではブログのキーワードに関してや、SEO の基礎知識についても触れていきますが、
一番理解していただきたいのが「コツコツと更新を続けることが成果への一番の近道だ」ということです。
というより、それ以外にないかもしれません。

どれだけタイトルやキーワードに気を付けて記事を書いても、それがたったの数記事ではアクセスは絶対に来ません。

ブログやサイトでアクセスを呼ぶためには、ドメインが評価されるまでの運営期間、記事のボリュームや記事数という要素が必要になってきます。

あなたがこれから構築していくブログは、
1 記事で数千～数万のアクセスを呼ぶような種類のブログではなく、ロングテールと言ってアクセスが長期的に集まるキーワードを使って記事を書いていくブログです。

カンタンに言ってしまうと、ジックリ育てていくタイプのブログになりますので最初の数カ月間はアクセスが少ないものだと思ってください。

また、「1 日たったの 10 アクセスしか来ません・・・」という方に限って投稿している記事数が非常に少ないというケースがありますが、その場合は単純に 5 倍の記事数があれば 5 倍アクセスが来るものだとすることを再度認識しましょう。

Wordpress のブログというのは、しっかりと記事更新さえ続けていれば、ある一時を境に急激に伸びてくるものですのでその時まで強い意志をもって記事投稿を続けることが大切なポイントです。

以上がブログを作る際に意識しておくべきことですが最後にまとめます。

- 最初から良い記事を書こうとしない
- デザインなど余計なことに気を取られない
- ブログは順に読まれるものだという勘違い
- 更新を続けることでブログは強くなる

ブログとメルマガを運営し、報酬を得るためにはとにかく仕組みを完成させなくてははいけません。

どんなにカッコよいブログを作ってもコンテンツが入っていないと意味がありませんし、ブログにメルマガ読者集客装置（メルマガ登録フォーム）を設置しなくては読者も増えません。

多くの人はイメージだけが先行し、「理想を求めて自分が出来ないことまでやろうとしてしまう」ので、その段階で手が止まります。

そうになってしまうと、仕組み作りは一向に進みません。

まずは不格好でもよいので、マニュアルに従い一通りの仕組みを作り上げることを最優先しましょう。

何度も言いますが、ブログのデザインや、オリジナルのカスタマイズは二の次です。

時間は有限であり、その中で作業するからには「何が大切か」を常に考え実践することが重要です。

また、最初にお話ししておきたいのは、

マニュアルを読む



実践する前に質問する

というのは全く意味がありません。

当然、「質問をしてはいけない」という意味ではありませんが、

マニュアルを読む



実践する



再度マニュアルと照らし合わせ理解を深める



その上で理解できない点を質問し解決する



実践する

というのが通常のフローです。

遠回りのように感じるかもしれませんが、この繰り返しをしていると格段に力が付きますので、
どうぞご自分のためを思ってこのフローを徹底するようにしてください。

何事も基本が出来てから応用です。

特に、ブログ構築の段階ではオリジナリティは必要ありませんので、

まずはこのマニュアルで解説している通り素直に作業を進めていただければと思います。

ブログ構築作業フロー

では、実際の作業フローを先に確認していきます。
MMC ではここまでの1ヵ月目の作業終了目標としています。

目標スケジュールの対象は“1から始める初心者の方”となりますので、
既にご自身のブログを持っている方や中級者の方に関しては、
ご自分のペースでどんどんこの先へ進んでいただいて構いません。

1ヵ月目 作業スケジュール

1. 情報発信の基礎知識を学ぶ マニュアル本編第1章・第2章参照
2. ブログについての理解を深めよう マニュアル本編第2章・第3章参照
3. ブログの方向性を決めよう（サイトマップ） マニュアル本編第2章・第3章参照
4. サーバーをレンタルしドメインを取得しよう 別冊 Wordpress 導入マニュアル参照
5. Wordpress を導入しブログの初期設定をしよう 別冊 Wordpress 導入・プラグインマニュアル参照
6. プロフィールを書いてみよう マニュアル本編第3章参照
7. まずは10記事書いてみよう（ノウハウマップ） マニュアル本編第3章参照
8. メルマガ配信スタンドを契約しメルマガを作ってみよう 別冊マニュアル メルマガ準備編参照
9. メルマガ登録フォームをブログに設置しよう Wordpress テンプレートマニュアル参照
10. ブログのアクセスアップを試してみよう 別冊マニュアル アクセスアップ編参照

まずは、この第3章を何度もしっかり読んで全体像を理解してから、
別冊マニュアルに沿ってブログを立ち上げ記事を投稿していきましょう。

ブログの方向性を決めよう

ブログやメルマガの方向性というのは一度決定してしまうとなかなか方向転換しづらいため、“最初の段階”でしっかりと決めておくことが重要です。

分かりやすいように大げさな例でいうと、
“英語”の情報を発信しているブログで急に“フランス語”についての記事があったら違和感がありますし、“アフィリエイト”を教えるブログで“せどり”についての記事が出てきたら一貫性がありませんよね？

これからのブログの方向性を最初の段階で決めておく理由はそのためです。

では、もしもあなたが、
「英語の情報を発信するつもりだけれど、将来的にフランス語の話もしたくなるかも・・・」
と思っている場合はどういった方向性でブログを始めれば良いかと言うと、
【2大外国語をマスターするためのブログ】としておけば良いわけです。

こうすれば後にフランス語に関連する記事を書いても全くおかしくありませんし、一貫性も保てることになります。

ブログのカテゴリーで、“英語”と“フランス語”を分けておけば、
訪問者にとっても必要な情報が見つけやすいでしょう。

同じように、稼働系の場合であっても【アフィリエイトを教えるブログ】ではなく、
【副業で副収入を得る】や【起業に向いているビジネス】としておけば、
後々アフィリエイトの記事だけではなくせどりやFXの記事を書いても良いわけですね。

このように、上手に方向性を決めるコツとは
「発信したい内容のコンセプトをすこし広げること」となります。

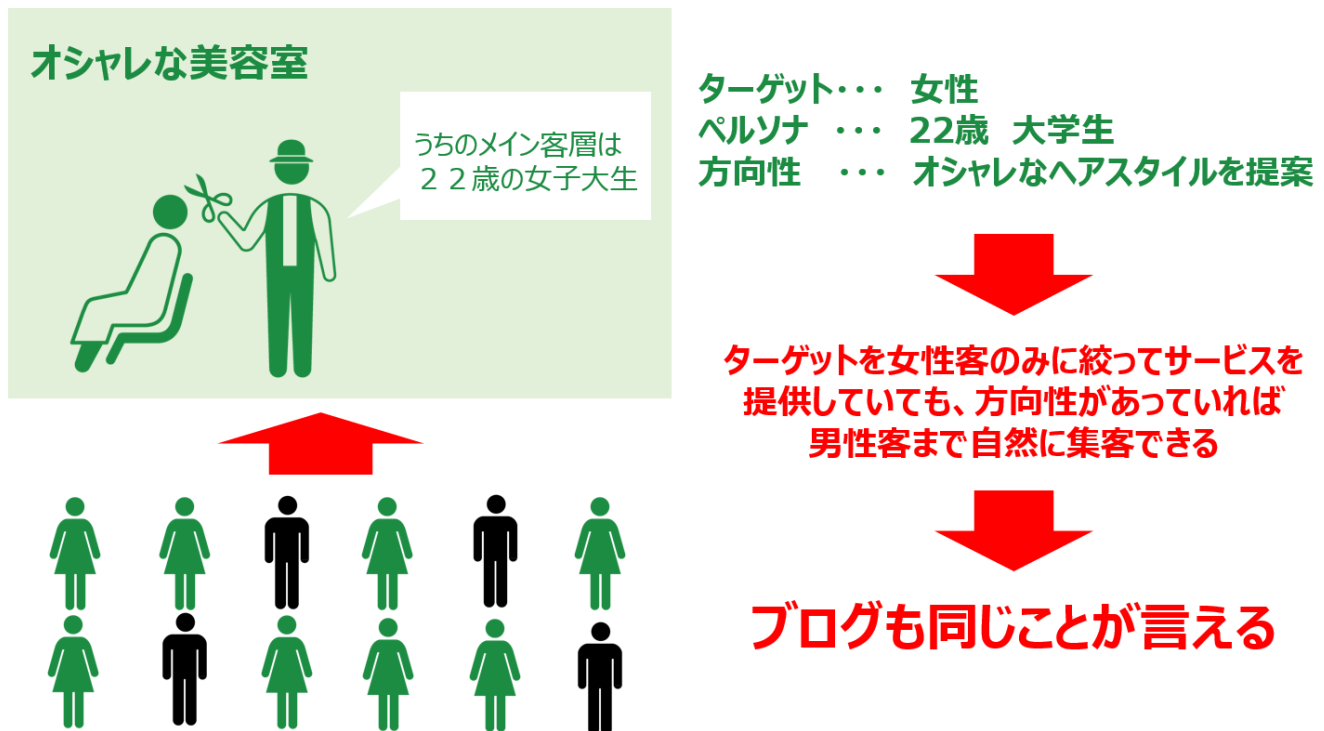
第2章でターゲティングのお話をしましたが、その際、ターゲットはペルソナ設定をし“一人に絞ること”
と言ったので少し矛盾に感じるかもしれませんが、ターゲットとブログの方向性は少しだけ違うものです。

リアルビジネスに例えると、

ブログの方向性 = お店の方向性

ターゲット = お店を利用してほしいメイン客層

ということになりますので、下記の図解のようになります。



お店の“ターゲット”が「女性」だからと言って“方向性”を【女性以外入店不可】とまでしてしまうと、本来は集客出来ていたはずのお客（男性）を獲り逃してしまうことになるんですね。

ブログの話に戻しますと、“ターゲット”が「稼ぎたい人」だとしても、方向性を【アフィリエイト】とするより【副業】としたほうが集客できる層が広がるということになります。

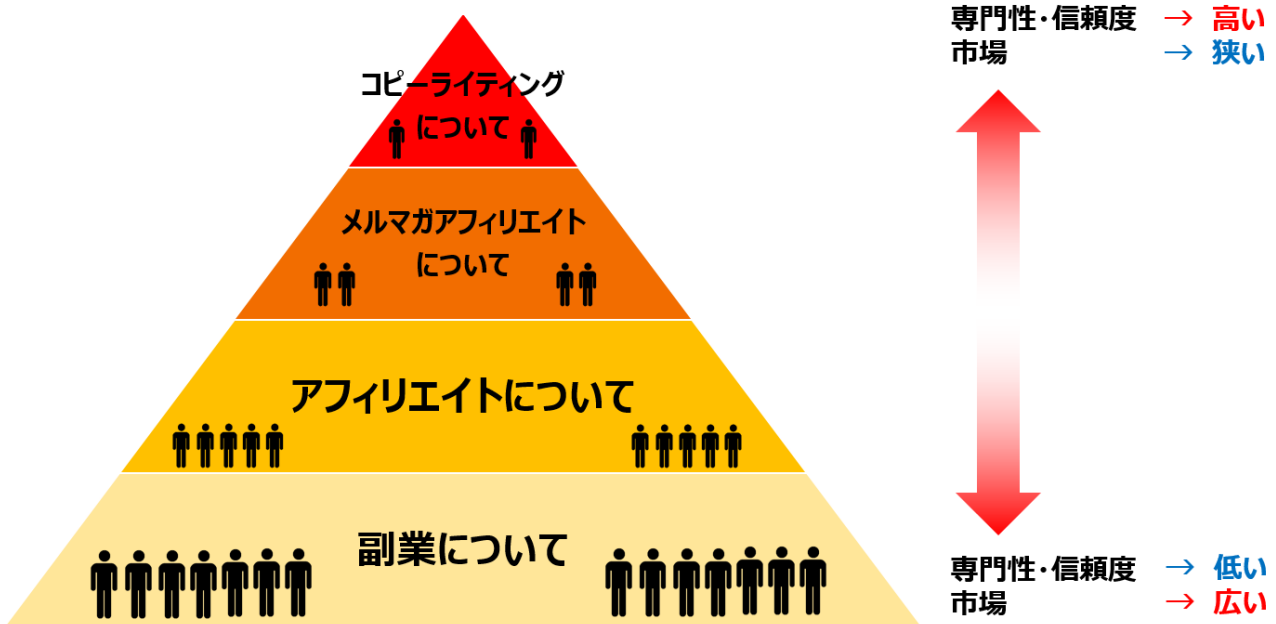
※ 注意点

方向性・間口を広く取れば取るほど集客できる客層の幅は広がりますが、その分、情報の専門性は薄くなるため信頼度が付きにくいということになります。

下の図でそのバランスを表しましたので参考にしてください。

図解例は副業・稼ぐ系の場合ですが、どの分野も同じです。
これらのことを考え、ご自分のブログの方向性を決めてみましょう。

専門性・信頼度と市場のバランス



基本的には第2章で“ターゲット”と“発信内容”をしっかりと決めていれば、さほど難しくない作業になると思いますが、スムーズに決まらない場合は第2章を読み返してください。

一般的にも言われていますが、
ターゲットを「過去の自分」に設定し、あなた自身がそのジャンルを学び始めた時に
こういったブログを参考にしたのかを考えるとおのずとブログの方向性は見えてきます。

もし、それでも迷ってしまう場合は遠慮なく SNS 等で質問いただければと思います。

方向性は後からなかなか変更しづらいとは言いましたが、
運営していくうちに自分のスキルレベルが上がってきたら、
どこかのタイミングで方向せざるを得ない場合もありますので、
まずはあまり神経質にならずにスタートしてみることが重要かもしれません。

知識・経験・実績の有無に関して

ブログの方向性は決まりましたでしょうか？

発信内容に関するジャンルで、既に何らかの実績をお持ちの方は、比較的すなりとイメージが固まったことがと思います。

実績がある方の場合、その道のプロとしてノウハウを発信・提案していけば問題ありませんが、設定したターゲットの必要としている情報をピンポイントで届けるからこそ、情報に価値が出るということだけ再認識しておきましょう。

ということかという、

例えばあなたがサイトアフィリエイトの情報を発信するとしてターゲットを“中級者”としたのであれば、「サイトアフィリエイトとは？」「ASP とは？」といったような記事コンテンツは一切要らないはずですね。

中級者であるターゲットは、そのような基礎知識は既に知っているはずで、そういったキーワードでは検索をしないはずです。

もしあなたが「サイトアフィリエイトとは？」という記事を書いて、記事にアクセスが来ってしまうのであれば、その時点でそのユーザーは中級者ではないということになりますから、あなたは本来集めたいはずの人を集められていないということになります。

記事のキーワードに関しては追ってご説明しますが、結構そこまで考えて記事を書いている人は少ないので、記事コンテンツを書いていく際に今のお話は参考にしてください。

また、“稼ぐ系”“投資系”“ダイエット系”などのジャンルは、数字として実績や成果を見せやすいためブランディングしやすいですが、その他のジャンルを発信する際もしっかりと自分の価値を伝えることが重要ですので、後述するブログのプロフィールは充実させるように意識してください。

では次に、「知識」「経験」「実績」があまりない初心者の方ですが、
その場合は「そのジャンルを实践する先輩としてこれから始めたい後輩へ向けて情報を発信する」
という意識を持つのが一番カンタンです。

「知識」「経験」「実績」がないと情報発信するネタ（記事ネタ）がないのではないか、
と思われる方がいますがこれは大きな間違いで、実際最低限必要なのは「知識」だけです。

例えばあなたがアフィリエイトについてのブログをやっていくなら、

- ・ アフィリエイトって何？誰でも出来るの？
- ・ アフィリエイトは無料ブログでも出来る？ホントに無料？
- ・ 無料ブログサービスってどんなところがあるの？オススメは？
- ・ ASPって何？誰でも契約できるの？お金はかかる？
- ・ A8.net？どうやって登録するの？
- ・ 自己アフィリエイトって何？どうやってやるの？

などなど・・・。

自分がアフィリエイトを初めて知ったときのことを思い返してみれば分かると思いますが、
今は当たり前のように知っているこれらのことを一つも知らなかったはずです。

私の場合は“自己アフィリエイト”という言葉を知ったときに、
「そんなにうまい話があるわけがない。何か裏があるはずだ。」と思って、
【自己アフィリエイト 詐欺】や【自己アフィリエイトは違法？】などのキーワードで検索しまくりましたから。笑

結局その後違法なことでも何でもないと分かり、
自己アフィリエイトでお勧めの案件についてや、
自己アフィリエイトのやり方についてなど、
何度も何度も調べて実際に自己アフィリエイトを自分でやってみたのですが、
今考えるとそれまでの間にたくさんのブログを見ていたことになりますよね。

このように、「これからアフィリエイトを始めよう」という人に対して一から教えてあげるブログなら、
「知識」さえあれば「実績」は不要で、記事はいくらでも書けるはずです。

当然ですが、自分の頭の中にこれらの知識が入っていなかったとしても“調べて書けば”良いだけです。

自分が「これについて書こう」と思っているキーワードで検索をかけてみると、
いくらでも参考にできるサイトやブログが出てきますので、
最初のうちは、それをまとめて自分の言葉に書き直して記事にしてあげるだけで OK です。

これは、アフィリエイトの情報発信に限らず、どんなジャンルでも同じことが言えます。

例えばあなたがダイエットに関するブログを書いていくとしたら・・・、

ダイエット方法自体相当な数があるわけですから、
各ダイエット方法のそれぞれのやり方を書いていくだけでも何十記事も書けますよね。

- ・ 黒酢ダイエットとは？
- ・ 低炭水化物ダイエットとは？
- ・ 豆乳ダイエットとは？

といったように食事で出来るダイエット方法だったり、

- ・ 骨盤矯正ダイエットとは？
- ・ ダンベルダイエットとは？

といったような運動、エクササイズ系のダイエットもたくさんありますよね？

それぞれのやり方や、メリット・デメリット、注意点などなど。
このようなことなら、別に自分が痩せたとかの実績がなくても“調べるだけ”でいくらでも書けます。

そんな記事が50記事でも100記事でも貯まって来たら、
ブログを見に来た人は「この人、ダイエットに関して相当詳しいんだな・・・」となるに決まっていますよね。

語学系のブログの場合だったら、

「〇〇の時に使えるワンポイント英会話」というようなワンポイントレッスンを
1日1記事書いていくだけでも立派な情報発信ブログになりますし、
これはそのままメルマガにも使えるようなネタですよ。

また初心者のうちは、やはり実践記ブログがオススメです。

こちらに関しては「実績が完全に0」でも全く問題ありません。

- その日、学んだこと
- その日、気づいたこと
- その日、実践したこと
- その日、変化があったこと

を綴っていくのが実践記ですが、
将来あなたに実績が出てきた時に、これ以上リアリティのある「証拠」はほかにありません。

ブログに訪れたユーザーは“あなたの稼げるようになった軌跡”を目の当たりにするわけですから、
あなたが発信している内容に非常に共感を持つでしょうし、
教材やツールを紹介する際の説得力も増し、成約率も格段に上がるでしょう。

実践記というのは上級者になればやっている人はほぼいませんので、
“初心者ならではの武器”になります。

最初の段階から取り組んでおくと、とても効果がありますし、
効率よくコンテンツを貯められる方法ですので是非積極的に取り入れていただきたいと思います。

「経験」「実績」に関しては“あればあるに越したことはない”ですが、
これは初心者のうちは持っていないくて当然ですし、これから付けていくものですので、
「経験」「実績」がないことを今の段階であまり気にする意味はないということです。

ブログ構築に必要な各パーツと要素

ここからはブログの構成要素と各パーツの作り方について詳しくお話していきます。



TOP ページ

ブログの URL にアクセスしたときに
出てくる一番メインのページで、
“ブログの顔”全体のことを言います。

ヘッダー

ブログの上部にあたる部分で
サイトタイトルやサイトのイメージを表す
画像で構成されます。

グローバルナビゲーション

「メニュー」と呼ばれたりもしますが
ブログの中でも主要なページへ
すぐに移動できるように配慮された
ナビゲーションリンクです。

メインカラム

“カラム”とは簡単に言うとブログのレイアウトになり、通常 1 カラム～ 3 カラムがあります。
図の例でいうと 2 カラムということになり、サイドバーが右にあることから右 2 カラムなどと呼ばれます。

サイドバー

2 カラム以上のレイアウトの場合、右・左、それぞれのカラムをサイドバーと呼びます。

フッター

ブログの下部にあたる部分でサイトのジャンルによってさまざまな使われ方をされます。

以上がブログパーツの名称となりますが、次にブログコンテンツの各要素について詳しくお話します。

ブログタイトルについて

■ タイトルのメインキーワード

ブログのタイトルは、あなたのブログが一目で何のブログか分かるようになっているのが理想です。

ダイエットに関してのブログなら、【ダイエット】というキーワードが入っているほうが良いですし、
アフィリエイトに関してのブログなら【アフィリエイト】というキーワードが入っていたほうが良いでしょう。

ブログというのは通常記事単位でアクセスを集めるものですが、
サイトのタイトルというのは検索エンジン（Google や Yahoo ! ）に、
「このブログは〇〇について書かれているブログだ」と判断してもらうために一番重要な個所です。

SEO 的なお話になってしまうと細かい話になりますが、大まかなイメージとして

ブログタイトル = 〇〇についての情報が書かれているブログという判断基準
記事タイトル = キーワードが検索結果に影響するが、ブログタイトルとの関連性が評価の対象となる

というように考えていただければ問題ありません。

例えば、以下のようなほぼ同じような強さのブログが 2 つあったとします。

1. 「副業アフィリエイトで稼ぐ方法」というブログ
2. 「ダイエットで理想の体を手に入れよう」というブログ

この 2 つのブログで、「炭水化物ダイエット」についての記事を同条件で書いた場合、
2 のブログの方がブログと関連性が強く、こちらの方が上位に表示される確率が高くなる。

といった具合に、ブログタイトルと記事の関連性は重要だということです。

以上のことから分かるように、ブログのタイトルというのは、
あなたがこれから発信していきたい内容とマッチしているタイトルにすることが大前提となります。

■ メインキーワードは左に寄せる

これも SEO 対策の一つです。

検索エンジンというのは、

ブログや記事に入っているキーワードを拾い検索結果にインデックスしていきます。

例えば、あなたがダイエットに関して調べたければ「ダイエット」と検索窓に打ち込むと思いますが、その際に表示される結果は下の図のようになります。

[ダイエット診断 - あなたの“痩せない理由”がわかる！](#)

[cookpad-diet.jp/shindan/](#) - キャッシュ

5000人のダイエット指導実績に基づいたクックパッドダイエットだけの「ダイエット診断」。自分の「痩せない弱点」とその克服ポイントがわかります。

[ダイエット診断](#) - [やせしろ朝食診断](#) - [今でしょ診断](#) - [メルマガ解除申請画面](#)

[【10キロ痩せたい！】運動や食事のできる6つの方法とは？ | ダイエット ...](#)

[dietbook.biz > HOME > 10キロ痩せたい](#) - キャッシュ

10キロ痩せたいという方はダイエットの方法を考えなければいけません。運動や食事などの方法を徹底的に見直し効率的...

[ダイエット - NAVER まとめ](#)

[matome.naver.jp/topic/1Hio1](#) - キャッシュ

今話題のダイエット方法から、カロリー計算、運動方法までダイエット情報を集めたまとめ。

[ダイエットのまとめ検索結果\(12219件\) - NAVERまとめ](#)



[究極の“ながら”ダイエット！「ヒールダイエット」で簡単に痩せて美脚が手に入る！](#)

更新日時: 1日前 - 65048 view



[痩せても痩せてもすぐ戻る。「リバウンド」しないダイエットのコツ4選！](#)

更新日時: 2016年2月26日 - 65330 view



[有酸素運動で太る！？意外にも間違っていた「ダイエットの常識」](#)

更新日時: 2015年12月19日 - 243031 view

キャプチャには載せていませんが、この上部に広告も多数出てきます。

そして更に詳しく、「ダイエット 方法」と検索した場合は以下のようになり、

1 記事を除いてすべての検索結果が入れ替わっているのがお分かりいただけるかと思います。

[【10キロ痩せたい!】運動や食事のできる6つの方法とは? | ダイエット ...](#)[dietbook.biz > HOME > 10キロ痩せたい - キャッシュ](#)

10キロ痩せたいという方は**ダイエットの方法**を考えなければいけません。運動や食事 などの**方法**を徹底的に見直し効率的...

[ダレノガレ明美アレンジダイエット方法が凄い! - まとログ](#)[syayoyu.com > ホーム > ダイエット > 芸能人ダイエット - キャッシュ](#)

人気モデルダレノガレ明美**ダイエット方法**がさまざまな**ダイエット方法**を取り入れ、無理せず6キロ痩せたよう。最近も新しい**ダイエット方法**を取り入れているみたいです。ダレノガレ明美ちゃんは、**ダイエット**成功後も体型維持の為に、行、人気 ...

[西野カナのダイエット方法が凄いと話題! その効果とやり方! - ダイエット美](#)[dietbi.com > HOME > ダイエット > 西野カナ - キャッシュ](#)

1ヶ月で7kg減量した西野カナの**ダイエット方法**の秘訣! 10代から20代の若い女性に圧倒的な支持を集めている歌姫、西野カナさん。伸びやかで美しい歌声は勿論ですが、まるでお人形のような愛らしい顔や抜群のスタイル、華やかな衣装なども常に注目の...

[ダイエット方法のまとめ検索結果\(1819件\) - NAVERまとめ](#)[1ヶ月で7キロ減!?! 西野カナのダイエット方法](#)

更新日時:2016年2月10日 - 1354700 view

[【ぎゅーぽみゅぽみゅ】ダイエット方法【一週間で4キロ】](#)

更新日時:2015年10月30日 - 843812 view

[医師が「やってもムダ」と語る4つのダイエット](#)

更新日時:2013年2月7日 - 773538 view

ちなみに、キーワードの順序を入れ替え、「方法 ダイエット」で検索してみると、

[【10キロ痩せたい!】運動や食事のできる6つの方法とは? | ダイエット ...](#)[dietbook.biz > HOME > 10キロ痩せたい - キャッシュ](#)

10キロ痩せたいという方は**ダイエットの方法**を考えなければいけません。運動や食事 などの**方法**を徹底的に見直し効率的...

[ダイエット方法・ダイエットメニューが350種類以上 - gooダイエット](#)[diet.goo.ne.jp/howto/ - キャッシュ](#)

約350種類の**ダイエット方法**をジャンル別に紹介。食事で、運動で、短期間に、ラクチンなもの...など、ぴったりの**ダイエット方法** やり方を探せます!

[ダイエット方法 - NAVER まとめ](#)[matome.naver.jp/topic/1M4Yp - キャッシュ](#)

水中ウォーキングの**ダイエット**に効果的な歩き方・女性に告ぐ、この夏「タビオカ」には気をつけよ!【確実に痩せよう】失敗を繰り返し毎日0.5kgずつ痩せていった私の**ダイエット法**・なぜお腹が出てしまうの?...要因は日常生活にある・【美白の女王】あなたの知ら...

[タイプ別診断、あなたにピッタリなダイエット方法は? | リビングくらしナビ](#)[mrs.living.jp > トップ > 特集 - キャッシュ](#)

正月太りが気になり、そろそろ**ダイエット**を始めたい今日この頃。とはいえ、世の中にはいろんな**ダイエット方法**がいっぱい! 自分に合った**ダイエット方法**は一体どれ? **ダイエット**診断であなたの性格からあなたにピッタリな**ダイエット方法**を導きましょう! サンケイ...

[絶対痩せたいあなたへ『お金を掛けない最強ダイエット12の方法』](#)[beauty-matome.net/diet/how12.html - キャッシュ](#)

今まで色々な**ダイエット方法**を試したけれど、どうしても痩せられない.....。お金は掛けられないけど、**ダイエット**を成功させたい! どうしても痩せたい、でも良い**方法**が分からない。そんな方に向けて、「お金の掛からない最強**ダイエット**」のまとめレシピを...

[方法 ダイエットに関するニュース - Yahoo!ニュース](#)

女子SPA!

[聴くだけでヤセるってホント? モーツァルト・ダイエットをやっ...](#)

ダイエットは星の数ほどあれど、ラクして痩せたい**ダイエットター**の心を鷲掴みにする方法が話題になっています。その**ダイエット**とは、「音楽を聴くだけ」というモーツァルト・**ダイエット**。食事制限や運動をせずに音... - 女子SPA! - 1日前

順序を入れ替えただけでも、またほぼすべての結果が入れ替わりました。

当然「方法」というキーワードだけで検索すると、知りたい事と全く違う結果が表示されてしまうでしょう。

[方法の英語・英訳 - 英和辞典・和英辞典 Weblio辞書](#)

[ejje.weblio.jp/content/方法](#) - キャッシュ

方法を英語に訳すと〈仕方〉a method; a way; 〈方策〉a plan; a system; 〈手段〉【形式ばった表現】a means《☆単複同形》; 〈課程〉a process; 〈処理〉a s... - 約997万語 ある英和辞典・和英辞典。発音・イディオムも分かる英語辞書。

方法で - A method - この方法で授業を行なう - 測定方法

[方法とは - 日本語表現辞典 Weblio辞書](#)

[www.weblio.jp/content/方法](#) - キャッシュ

方法とは?日本語表現辞典。ある目的を達するためのやり方。しかた。手段。「方法」に似た言葉。類語の一覧を見る順序 筋道 手続 仕様&nb...

方法論 - 参考文献 - FXのOCOでの注文方法 - 株365の注文方法 - FXのIFOでの注文方法

[方法\(ほうほう\)とは - コトバンク](#)

[kotobank.jp/word/方法-132437](#) - キャッシュ

ブリタニカ国際大百科事典 小項目事典 - 方法の用語解説 - 原義はギリシア語で meta hodon「道に従う」を意味する。哲学では目的である知識を得るため思考がふむべき 道筋を体系立てたものをいう。方法の種類としては分析的と総合的、帰納的と演繹的、...

辞書別に見る：プログレッシブ和英中辞典(第3版) - デジタル大辞泉 - 大辞林 第三版

[方法とは - 辞書\(コトバンク\)](#)

1 目標に達するための手段。目的を達げるためのやり方。てだて。2 哲学で、真理に到達するための考えの進め方。→手段[用法] - デジタル大辞泉

辞書検索結果をもっと見る

[ほうほう【方法】の意味 - 国語辞書 - goo辞書](#)

[dictionary.goo.ne.jp/jn/202510/meaning/m0u/](#)

ほうほう【方法】とは。意味や解説、類語。1 目標に達するための手段。目的を達げるためのやり方。てだて。2 哲学で、真理に到達するための考えの進め方。→手段[用法] ほうほうてき【方法的】[形動] 方法に関するさま。「一な問題」ほうほうてきかいぎ【方法的 ...

このように、検索エンジンというのは、

“ユーザーが知りたい情報を届けるために”キーワードに沿った結果を表示するようになっていますが、覚えておいていただきたいのは、その際「左にあるキーワードほど強く評価される」ということ。

ものすごくカンタンに説明してしまうと、

1. ダイエット方法徹底解説！あなたの足がみるみる痩せる！

というブログタイトルと、

2. あなたの足が痩せる方法！徹底解説！ダイエット方法

というブログタイトルがあった場合、

一見同じようなことが書いてあるように見えますが、

検索エンジン側にとってみると

1 のブログは「ダイエットの方法に関して書いてあるブログ」

2 のブログは「あなたの足について書いてあるブログ」

と判断されてしまうのです。

※ 今回、SEO の初歩をお伝えしたかったので敢えて大げさに解説しましたが、検索エンジンは日々進化していますので、上記の内容は必ずそうなるというワケではありません。「ダイエット 方法」と検索しても2のブログが上位に出ることも稀にありますが、あくまで基本は「狙いたいキーワードは左に寄せる」ということを覚えておいてください。

ですので、あなたの情報発信の内容が「アフィリエイト」についてならば、素直にそのキーワードをなるべく左に入れ、「アフィリエイト副業で脱サラするための指南ブログ」というタイトルなどにしたほうが良いということです。

ここで、オリジナリティを出そうと思って、「元エリートが●●●を使って3ヵ月で脱サラを果たした秘密」というようなタイトルにしてしまうと、SEO 的にはあまりよろしくないということになりますね。

■ 間口を広げておく

また、稼ぐ系の情報発信の場合、実践しているジャンルがあると思いますので「トレンドアフィリエイト」や「YouTube アフィリエイト」など絞ったキーワードでも良いのですが、そうした場合後から方向転換が難しくなりますので、ブログのタイトルは「アフィリエイト」でまとめておくという手もお勧めです。

美容に関する情報発信であっても、ダイエット、エステ、マッサージ、サプリなどたくさんの情報があると思いますので、自分が今後発信していく内容を最初にイメージし、タイトルに少しでも“幅”を持たせておくことが、一貫性を保ったブログを長く運営するためのコツです。

■ ブログタイトルの決め方例

分かりやすく私の例でいうと、

私はブログを作る際に「トレンドアフィリエイト」と「メルマガアフィリエイト」を軸に、アフィリエイト初心者に向けて情報を発信していこうと決めました。

その際、幅を広げ「アフィリエイト」というキーワードを第一候補に挙げましたが、将来的に「自分の名前+アフィリエイト」で検索が入るようになれば一番嬉しいし、「そこを目指そう」ということで【ともさん】【アフィリエイト】という2つのキーワードを設定しました。

【ともさん】というのがカッコ悪いので、TOMOSAN にしようかとも悩みましたが、ハンドルネームがひらがなである以上、ユーザーは100%ひらがなで検索するだろうと、ユーザー目線で考えひらがなを使うことに決定。

「このブログを見れば、迷うことなくアフィリエイトで成功できますよ」という意図を込め、最終的に【ともさんのアフィリエイトマップ】というブログタイトルに決定したということになります。

その結果、今ではありがたいことに

「自分の名前+アフィリエイト」で検索してくださる方がこれだけいらっしゃる状況が作れています。

□ キーワード ?	集客		
	セッション ?	新規セッション率 ?	新規ユーザー ?
	6,264 全体に対する割合: 58.68% (10,674)	63.17% ビューの平均: 58.96% (7.15%)	3,957 全体に対する割合: 62.88% (6,293)
□ 1. (not provided)	4,038 (64.46%)	65.01%	2,625 (66.34%)
□ 2. マジョリエイト	158 (2.52%)	63.29%	100 (2.53%)
□ 3. google adsense master club	96 (1.53%)	43.75%	42 (1.06%)
□ 4. マジョリエイト レビュー	79 (1.26%)	75.95%	60 (1.52%)
□ 5. マジョリエイト 特典	74 (1.18%)	44.59%	33 (0.83%)
□ 6. シーサーブログ プロフィール	48 (0.77%)	66.67%	32 (0.81%)
□ 7. ともさん アフィリエイト	46 (0.73%)	17.39%	8 (0.20%)
□ 8. ともさん	41 (0.65%)	60.98%	25 (0.63%)
□ 9. 特化型ブログ	33 (0.53%)	90.91%	30 (0.76%)
□ 10. gamc	28 (0.45%)	64.29%	18 (0.45%)

※ ブログタイトルには入れたくないけれど、どうしても使いたいキーワードがある場合や、ブログタイトルは SEO を重視しひらがなに、ブログ上の表記は英語にしたいという場合などは、タイトルバナー（画像）をうまく利用するのも良いでしょう。

画像に入っているキーワードは検索エンジンに拾われないため、好きな文言を入れても検索結果に影響が出ませんので、そのような方法も有効です。

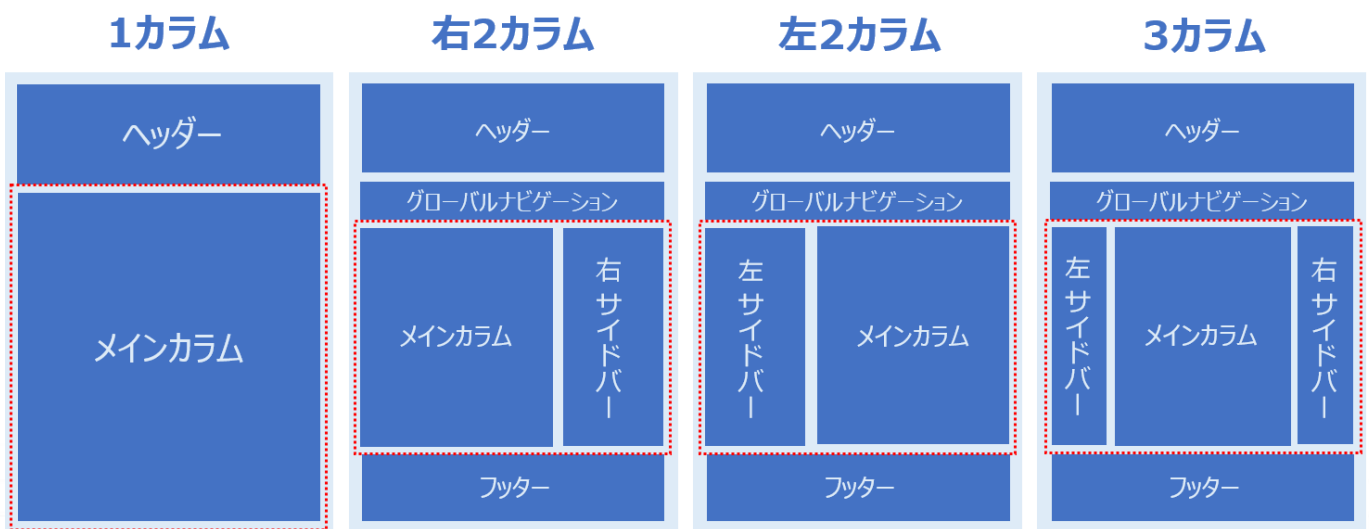
もちろん、現状画像加工などのスキルがない方は無理にこの段階でやる必要はありません。画像加工は重要なことではないのでここに時間を使わずに先へ作業を進めていきましょう。

ブログのレイアウトについて

ブログには“カラム”と呼ばれるものがあります。

通常、1カラム・2カラム・3カラムの3種類があり、サイドバーの数で呼び方が変わります。また、2カラムの場合は以下のように“サイドバーの位置”によって呼び方が変わります。

【ブログカラム呼び名図解】



赤枠の部分がいくつあるか、どちらにサイドバーがあるかによって呼び方が変わる

1 カラムというのはセールスレターやレビューページ、メルマガ登録ランディングページなどに使用され、「他の余計な場所に目が行き、気が散ってしまうことがないように」という意図で使われます。

通常のブログは2カラムか3カラムを使用しますが、こちらはブログに掲載する情報量やレイアウトの好みによって選んでも大丈夫です。

昔は3カラムが主流でしたが、ここ数年2カラムが主流となっており、中でもどちらかというとサイドバーを右に置いた“右2カラム”が流行りです。

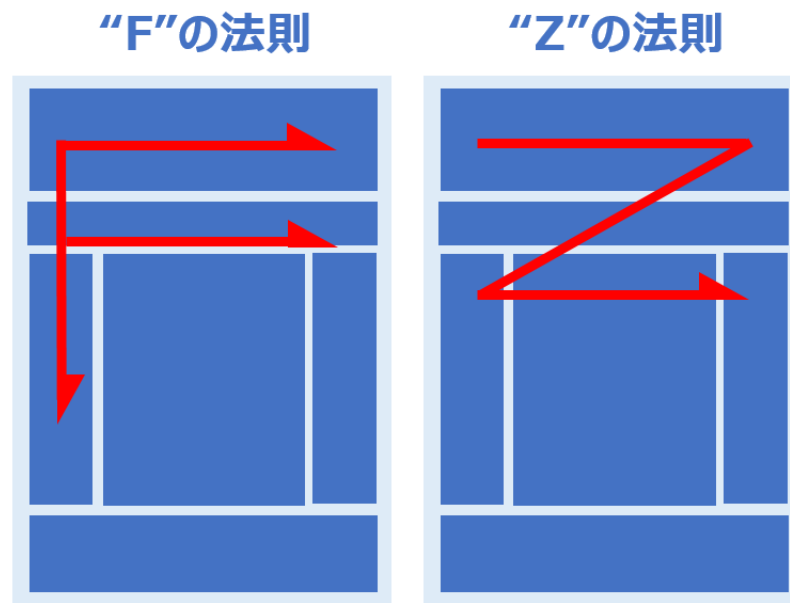
サイドバーを右にするか左にするかの違いだけですので、好みでお選びいただいて構いません。

Fの法則・Zの法則

次に基本的な知識として2つの法則についてお話しておきます。

「Fの法則」「Zの法則」というのは、ブログに訪れたユーザーの視線・導線を示した法則の呼び名です。

ユーザーの視線がどのように動くのかということを理解して、適切な個所に適切なコンテンツを配置しておくためにこの2つの法則を知っておきましょう。



以上のようにブログに訪れたユーザーの視線というのは“F”か“Z”のように動きます。

とはいえ、それほど難しく考える必要はなく、どちらも重要なのは、

- ヘッダー画像に当たる位置
- サイドバーの上部
- サイドバーの下部

となりますので、そこにアピールしたいコンテンツやバナーを設置すると効果が高まるということです。

「ブログに訪れたユーザーは数秒以内にそのブログを読むか離脱するか決めている」とよく言われますが、どちらの法則の例を見てもヘッダーに当たる部分は一番初めに目に入る重要な部分です。

私の場合は、ブログの一番の役割をメルマガ読者獲得と考えていますので、この部分に“メルマガ登録バナー”を設置し、右サイドバーの上部には“プロフィール”を設置しています。

特別オススメしたい商品やお知らせしたいキャンペーンなどがある際は、このどちらかに誘導バナーを設置することも効果的ですね。

副業アフィリエイトを本業に

Tomosan's Affiliate Map

ホーム Home | 初心者メニュー Beginner | アフィリエイト実践編 Affiliate | メルマガ登録 Mail Magazine | お問い合わせ Contact

ホーム

後発組が最短で稼ぐための道標

無料メール講座

ついに受付開始！

◦ 詳しくはこちら

密かにやっていたYouTubeのお手軽ネタ4つとGAMCのその後

2016年01月10日

こんにちは、ともさんです。遅くなりましたが、あけましておめでとうございます。今日は年始に書いたメルマガの転載です。 去年の目標から今年の目標。 また去年私がコッソリやっていた…

[続きを読む](#)

Google AdSense:メルマガバックナンバー 0

サイト運営責任者

HN: ともさん

副業でアフィリエイトを始め、月収100万円を超えるようになってきたあたりで独立。15年続けたサラリーマン生活にピリオドを打ち、自身のアフィリエイトとコンサルディング業をメインで活動中。現在は毎月150~300万円の報酬を得ながら自由気ままに人生を楽しんでいます。アフィリエイト最高月収は約350万円程度。

基本的にはブログよりメルマガ中心で濃いノウハウを発信していますのでメルマガも是非読んでみていただければと思います。もちろん、購読無料でお好きな時に解除も出来ます。

一般的には「紙媒体はFの法則」「web 媒体はZの法則」とも言われますが、ブログにおいても特に左2カラムの場合は「Fの法則」を意識したブログ作りも効果的です。

カラーイメージについて

ブログにはカラーイメージというものがあります。

あなたも“自分の好きな色”というものがあると思いますが、
ブログを作る際はただ単に好きな色を使えばよいということではなく、
発信内容やジャンルに合わせたカラーを選ぶ必要が出てきます。

その際、参考になるのがカラーパレットや色相環といったものになりますが、
ここではその点について触れませんし、特に覚える必要もありません。

時間を割いてカラーについての専門知識を付ける必要はありませんので、
向いている色と向いていない色だけ覚えておいてください。

■ ベースカラーと文字色

ブログには TOP ページや記事ページの背景などに使われる“ベースカラー”となる部分がありますが、
これは“白”もしくは“白に近い色”にしておきましょう。

完全なる趣味で運営するアメブロの日記というのであれば、
背景をピンクなどにして絵文字を使いまくったカワイイブログでも構いませんし、
カッコよさを求めて背景をオールブラックにしてもよいでしょう。

ただし、今回あなたが構築するブログは「商品を販売」したり、
「メルマガに登録」してもらうためのブログになります。

ここで重要なのは“信頼感”“清潔感”“ブランド感”です。

コンテンツさえ充実していればデザインは「シンプルすぎるかも・・・」というくらいの方が良いですし、
ベースが“白”だと本来目立たせたいバナーがしっかりと認識してもらえます。

例えば、以下の両者だと、どちらが信頼感と清潔感があるように見えるでしょうか。

背景を“白”にした場合



背景を“黒”にした場合



上記の画像はあくまで例ですが、明らかに白の方がさわやかで清潔な印象を与えます。

2チャンネルのまとめサイトなどを見ると背景に画像を使ったブログやサイトも多々ありますが、今回作るブログではよほどのことがない限り背景画像も必要ありません。

また、これと合わせ文字の色は“黒”にしましょう。

記事内で文字装飾をする場合もあるかと思いますが、
一つの記事に使うのは2～3色程度で収めるのが良いでしょう。
それ以上の色を使うと返って読みづらく、
本当に重要な部分がどこか分からない記事となってしまいますので装飾も適度に行うようにしましょう。

リンクの色に関してですが、こちらは通常“青”を使うことをお勧めします。

通常テキストと別の色を使い、アンダーラインを引いていればリンクと認識してもらうことも可能ですが、
やはり“青字にアンダーライン”を見るとクリックしてみたいくなるのがユーザーの心情ですので、
まだライティングに自信がない場合やクリック率を少しでも高めたい場合は、
リンクの文字色は“青”系統の色を使うのがよいでしょう。

■ メインカラーに向いている色

ベースカラー“白”、文字色は“黒”を推奨してきましたが、
メインカラーはお好きな色を選んでいただいても構いません。

ただし、ビジネスで運営するブログですので、
その点やユーザーに与えるイメージも加味し選ぶようにしたいですね。

メインカラーに向いている色

ブルー系



レッド系



オレンジ系



グリーン系



パープル系



モノトーン系



ポイントで使うメインカラーですが、上記の系統の色はビジネスブログにも向いている色と言えますので、
ご自身の運営するジャンルに合いそうなイメージの色を選んでみてください。

サイドバーの構成要素

次にブログコンテンツの要素の中で、主にサイドバーへの設置を推奨するコンテンツの解説に移ります。

サイドバーに設置するコンテンツというのは、
基本的にどの記事ページを読んでも露出するコンテンツということになりますので
かなり重要なウェイトを占めるものになります。

実際の設置作業に関しては図解マニュアルで解説していきますので、
ここではノウハウに関して詳しく触れていきます。

プロフィール

ブログを作る際に真っ先に作っていただきたいのが“プロフィール”ページです。

今の時代、情報は「何を言っているか」より「誰が言っているか」の方が重要だ。
そう言われるようになってきたということは、第2章でお話ししましたよね。

ブログを作る上で「誰が言っているか」を表現できるのはプロフィール以外にありません。
このページが“あなたを表現する場”であって、ここに書かれていることが“読者の共感”に繋がります。

是非しっかりと自分自身をアピールできるプロフィールを作りましょう。

プロフィールページに書くべき内容の例としては、

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| ■ プロフィール（名前、住まい、家族構成など） | ■ 経歴 |
| ■ なぜ●●をやろうと思ったのか？ | ■ ●●の実績 |
| ■ 自分の理念・考え方 | ■ どんな思いでこのブログを書いているのか？ |
| ■ 何のためにこのブログを書いているのか？ | ■ これから●●を始める人へ |
| ■ メルマガ登録誘導（後で構わない） | |

※ ●●には、あなたが発信する内容・ジャンルが入ります。

名前はその後説明する HN（ハンドルネーム）でももちろん構いませんし、住所も「●●県」とか「関東・関西」くらいのもので十分です。

経歴に関してはよく“幼少の頃からの出来事”を書いている人もいますが、直接今実践しているジャンルに関係ない場合は必要ありませんので、最近のものだけにしましょう。

特に大切なのは、

- 自分の理念・考え方
- なぜ●●をやろうと思ったのか、やっているのか
- 何のためにこのブログを書いているのか

この部分になります。

そのジャンルで何らかの実績がある人は、それを記載するのも信頼度 UP に繋がる場合があります。

また、先ほど「ここに書かれていることが“読者の共感”に繋がる」とお話ししましたが、「すべての人に共感してもらう」ことを目指さなくて構いません。

多くの人に共感してもらおうとすると、逆に誰にも響かないものですし、本当の自分がさらけ出せないでしょう。

全く興味を示さない人や、反発者が出るくらいでも構いません。

本来のあなた自身の理念を書いておくことで、その理念に共感してくれた方は、すなわち“あなた自身”に共感してくれた人となります。

この考え方は、これからメルマガを書いていく際にも全く同じことが言えますので、再度お話しする機会があると思いますが、非常に重要なポイントとなりますので覚えておいてください。

最終的には、

「プロフィールページを読んだだけで〇〇さんのファンになりました」

と言ってもらえるようなプロフィールが理想ですね。

私の例でいうと、

- 私が会社勤めをしていた時のエピソード
- 私が会社を辞めたいと強く思った瞬間のこと
- アフィリエイトにたどり着いた経緯

これらに関しては、

「自分も同じ状況で、非常に共感しました！」というメールを何十通もいただいたことがありますし、面白い例では、「住んでいるところが近くて・・・住所に共感しました！」と、お勧めしていた商品を買ってくださった方までいます。笑

意外なところで意外な人が共感してくださる場合もありますので、プロフィールページを充実させておくことはとても重要なことになりますね。

「どんなプロフィールを書いていいかわからない」という方は、同ジャンルのブログをリサーチし、“何を書いているのか”を参考にさせてもらうと良いでしょう。当然コピペをするというワケではありませんが、項目や文章の流れをマネするだけで良いプロフィールが書けるでしょう。

私の場合は、プロフィールページと実績ページを分けて用意していますので、プロフィールは経歴等がメインとなります。参考までに、私のブログのプロフィールページと実績ページの URL を記載しておきますので、確認してみてください。

プロフィールページ → <http://tomosan01.com/17.html>

実績ページ → <http://tomosan01.com/jisseki>

また私の場合は、ブログの TOP ページでカンタンなプロフィールを掲載し、そこから各詳細ページへ誘導する形にしていますが、MMC で推奨するのもこの方法です。

※ プロフィールは Wordpress の“固定ページ”というページを使って作成します。サイドバーに簡易プロフィールを作っておき、TOP ページから固定ページへ誘導しましょう。



ハンドルネームとアバターについて

プロフィールとともに、自分を表現するものとして重要になってくるのが“ハンドルネーム”と“アバター”です。

自分の顔を出し本名で活動できる方は、“本人画像”と“本名”でしていただくのが良いと思いますが、多くの方は副業で顔や本名を出せない事情がありますよね。

そこで必要となるのが“ハンドルネーム”と“アバター”になります。

ハンドルネームというのは、ネットで活動するときの自分のニックネームのようなもので、アバターというのは自分のイメージを表すマスコットやアイコンの役目を果たします。この、ハンドルネームとアバターですが、多くの人はその場しのぎで適当に決めてしまいがちですが、実は非常に重要な要素です。

というのも、ブランディングに密接に関わってくるからです。

「ハンドルネームで売り上げは変わらない」という考えの方もいるかもしれませんが、例えば全く同じ教材に全く同じ特典を付けて販売しているアフィリエイターが2人がいたとします。

一人は「高木 亜希子」というアフィリエイター。
もう一人は「借金大王 けんじ」というアフィリエイター。

同じ条件ならよほどのことがない限り「高木 亜希子」さんから買いたと思いますよね。

まあ、これは大げさな例ですのでここまでではないにしても、
「たかがハンドルネーム、されどハンドルネーム」ということなんです。

このようにハンドルネームやアバターというのは“自分を表すもの”であり、信頼度やイメージなどに直結するものであるにも関わらず適当に決めてしまう人が多いのが現状です。

認知されてしまった後では変更が効きにくいですし、
ブランディングを作り上げていくという面から考えても変更しないほうが良いとも言えますので、

是非、「大切な自分の第2の名前」だと思って最初にしっかり決めておきましょう。

■ ハンドルネームの決め方

ハンドルネームを付ける際にはどのようなことに気を付けて決定すればよいのかということをお話しします。

まず、種類としては、「本名風のもの」と「あだ名・愛称的なもの」が挙げられると思います。

□ 本名風なもの

これは、全く架空の人物の名前にしてもよいですし、自分の名前の一部だけを変えて作るのも良いでしょう。

例えば「木村 拓哉」という本名であれば、

- ・ 木下 卓也
- ・ 村木 拓
- ・ 北村 タクヤ

と言ったように一部を変えたり、漢字を入れ替えたりするだけでも全くの別人に見えますし、自分の名前の音読みと訓読みを入れ替えて別の漢字を当てはめてみる、といった方法もお勧めです。

このようなハンドルネームは本名に近い見え方の為、本名とほぼ変わらない信頼度を得ることが出来る名前ですが、あまりカッコよすぎる名前を付けてしまうと名乗るのが恥ずかしくなってしまうので注意が必要です。笑

□ あだ名・愛称的なもの

先ほどの「木村 拓哉」であれば、

- ・ タクヤ
- ・ TAKU
- ・ たっくん
- ・ キムタク

などで、信頼度はさほど付きませんが、親しみやすく多くの人が使っているハンドルネームとなります。

次に、この方法でハンドルネームを決定する際の注意点を先にお話ししておきます。

■ 付けてはいけないハンドルネーム例

□ 英語（ローマ字）の名前

結構多くの方がやっていますが、英語のハンドルネームはお勧めできません。
この理由は、あなたが読者の立場になって考えてみると分かります。

「ともさん、こんにちは！」と書くのと、
「TOMOSAN、こんにちは！」と書くのと、

どちらが面倒くさいですか？

多くの方は変換の都合でローマ字の方が打ちにくかったと思います。

読者があなたの名前を打ちにくいとどういうことが起きるか？というと・・・
単純に「面倒くさいので、返信メールをしない」ということが考えられますね。

読者からメールをもらえないというのはメルマガアフィリエイターにとって致命的ですので、
このリスクは出来る限り避けておくべきです。

さらに、例えばこんなハンドルネームならどうでしょう？

「Liverary」

「murtii」

このレベルだと、コピペしないと名前すら打てませんし、
後者になると、そもそもなんて読むのかすら分かりません。

たまにこういったハンドルネームでメルマガを発行している人がいますが、
「名前も読めないような人から送られてくるメールを読者が真剣に読むか？」
ということを考えると反応が出ない理由が一発で分かるはずです。

もし、ローマ字のハンドルネームをどうしても使いたければ
大文字で4文字くらいまでがギリギリの許容範囲かなと考えてください。

TOMO → △

TOM → △

TOMOKUN → ×

□ 呼びにくい・読めない名前

日本語として発音しづらいような呼びにくい名前や、漢字が難しすぎるものもやめたほうが良いでしょう。
こだわって難しい漢字を使ってしまっても、通常の文字変換ですぐに出てこなければ非常に問題です。

先に説明した英語のハンドルネームの時と共通しますが、
読めない・変換できないというのは大きなデメリットです。

□ ネガティブな名前

借金大王、まるでダメ男、リストラオヤジなどネガティブな印象を与える名前もやめましょう。
また、言うまでもありませんが汚い名前、反社会的な名前など常識を逸するものは避けましょう。

□ 多すぎる名前

例えば日本人に多いとされる「佐藤」や「伊藤」という姓がありますが、
ハンドルネームを「いとう」だけにしてしまうと、その他の情報発信者に埋もれてしまう可能性があります。

同じく「たけし」「けん」などはこの言葉単体で使うのではなく、
苗字と組み合わせて使うと効果的でしょう。

「こんにちは、たけしです。」より、
「こんにちは、高城 タケシです。」の方が認知してもらいやすいですね。

当然ですが、「いとう」さんや「たけし」さんという本名の方を否定しているのではなく、
あくまで情報発信者としてのハンドルネームの魅せ方の問題ですのでご了承ください。

■ アバターの決め方

自分の顔写真が使えるようでしたら、基本的にはその画像を使うのが良いですが、こちら名前と同様ネット上に出不せない人が多いかもしれません。

その際に代わりに自分を表すマスコットのようなものがアバターと呼ばれます。



SNS やブログを見てもアバターに関して軽視している人が多いように感じますが、情報発信がキャラクタービジネスの意味を持つことを考えてもアバターは重要な役割を果たしますので、ここで最低限の注意点をお話するとともに、アバターを作成するためのサイトをご紹介します。

アバターを決定する際には最低限「人」を感じさせるものにしましょう。

「風景」や「動物」をアバターとして使っている人を良く見かけますが、Mixi や Twitter などの SNS で使う感覚でアバターを選んではいけません。

情報発信用のアバターというのは“自分を表すもの”“ファン化を図るもの”という役割がありますので、「人」を連想させるもの以外は推奨しません。

推奨できるプロフィール画像（アバター）

- 顔、または上半身の写真
- 後ろ姿、または斜め後ろ姿の上半身写真
- 全身写真
- 顔、または上半身のアバター
- 顔、または上半身のシルエット画像
- 全身アバター

ハンドルネームを決める際と一緒に、あまりにネガティブなものや印象の良くないものは避けるようにしましょう。

また、ご自身の子どもの写真や、ペットの画像もお勧めできません。

「自分のカワイイ子どもやペットをプロフィール画像に設定したい」という気持ちも分かりますが、逆に自分がお客様の立場だったらと考えた場合、そのようなプロフィール画像を表示しているブログの運営者にビジネスの本気度を感じるでしょうか？

たかがアバターとはいえ、ハンドルネーム同様大切な信頼構築ファクターになってきますので、しっかりとしたものを用意することをお勧めします。

あなた自身がこれまで何か商品を購入する際に、「どのような人から購入してきたか？」ということを思い返すと分かりやすいかもしれませんが・・・、

無意識のうちに、「顔」や「姿」が分かる人から購入してきたのではないのでしょうか？
高い商品になればなおさらですね。

「犬」のイラストをプロフィールとしている人から“高額塾”を購入したことがある方は稀だと思います。笑

また、メルマガ・ブログ・レポート・SNSなどで全く別のハンドルネームやアバターで活動している人を稀に見かけますが、これは絶対に止めましょう。

例えば、あなたが他のアフィリエイトのレポートを読んで感激してブログを見に行ったとします。

その時にそのアフィリエイトが全く違う名前とハンドルネームでブログを運営していたとしたら・・・、違和感を通り越して不信感すら覚えるかもしれませんよね。

アフィリエイト本人はその気はなくても「別のキャラで活動しているということは裏で何か怪しいことをやっている人なのかもしれない」と思われてしまってもおかしくないはずです。

よろしいでしょうか。

あなたはこれから情報発信者となるわけです。

自分をブランドとして認知してもらうことが重要なビジネスであり、そういったビジネスのプロを目指すことになります。



MMC の SNS でも、ハンドルネームやアバターを適当に設定してしまっている人はいませんか？

そのハンドルネームやアバターはネット上で唯一あなたを認識してもらえる“あなた自身”となりますので、情報発信をしていくに当たり、まず初めに、そこを徹底して意識することから始めましょう。

本人の写真を使う際は問題ありませんが、ネット上で画像を見つけてくる際は、

- 著作権フリー
- 商用利用可

という 2 点に気を付け、この条件をしっかりとクリアしている画像を使いましょう。

※ 注意点：「フリー」と書いてあっても金額が無料なだけで“著作権”があるものや、商用利用不可のものががありますので規約をしっかりと読みましょう。

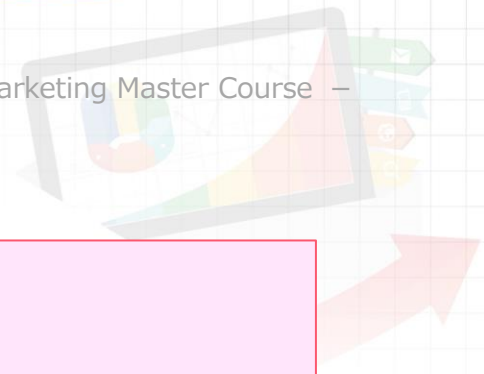
また、広告やバナーなどでよく見かける画像配布サイトなどの「人」の画像は情報発信のアバター代わりには使えません。
(ある特定の人物として使っているとみなされるような使い方は、規約上不可だからです。)

そのようなことから、アバターを作る際はネット上のサービスを利用すると良いでしょう。

アバター作成サービスは“無料”“有料”どちらもありますが、両者を比べてしまうと圧倒的なクオリティの差が出てしまいます。

最初はもちろん無料のアバターで問題はありませんが、
1 0 0 0 円～ 3 0 0 0 円程度の投資でかなりクオリティの高いアバターが出来ますので、クオリティを重視の方は有料の物を検討してもよいと思います。

以下、代表的なサイト URL を記載しておきますので参考にしてみてください。



【無料】アバター作成サイト

- FACE YOUR MANGA

<http://www.faceyourmanga.com/editmangatar.php>

- Anichara

<http://designalikie.com/anichara>

- MIGAOE MAKER

<http://www.nigaoemaker.jp/generator>

- maku puppet

<http://maku.jp>

【有料】アバター作成サイト

- マイピク

<http://www.mypic.jp>

- ゆうゆうのアバター製作所

<http://mmkbc.biz>

- ブンシン！アバター作成サービス

<http://affilijoshi.com/bunshin>

サイドバーの構成要素まとめ

これからブログを運営しコンテンツが増えていく中で、
ブログ TOP ページのサイドバーには何を設置したらよいかと迷うかもしれませんので、
サイドバーに最適なコンテンツの例をまとめておきます。

全てを必ず置いておかなくてはいけないということではありませんので、
これらのコンテンツの中から必要だと思うものをサイドバーに設置してみてください。

サイドバーの構成要素 まとめ

- 簡易プロフィール
- 新着記事一覧
- 人気記事ランキング一覧
- おすすめ記事一覧
- おすすめ教材紹介
- メルマガ登録バナー
- ブログカテゴリー
- アーカイブ
- お問い合わせフォーム

TOP ページの構成要素

TOP ページの中の要素としては、

- ヘッダー
- メインカラム
- サイドバー
- フッター

の4つがありますが、
このうちサイドバーは先ほど説明しましたのでその他の個所について話を進めましょう。

ヘッダーの重要性

ヘッダーの個所には“ブログタイトル”や“ヘッダー画像”があります。

ヘッダー画像は、そのブログがどのような情報を発信しているブログなのか
一目で分かるような画像が好ましいでしょう。

ダイエットや美容に関するブログであれば、
“女性の体や顔”や“ウエストのくびれ”などの画像がイメージに合いますし、
アフィリエイトの場合は“PC（パソコン）”や“IT 系”の画像、
せどりの場合は“本”や“CD”など自分が主に扱っているジャンルのモチーフ画像、

これらを使うとイメージを伝えるのに効果的です。

画像を加工したり、文字を入れたりするためには“画像加工ソフト”が必要ですが、
これらには有料のものと無料のものがあります。

無料のツールで代表的なのは、

- GIMP
- ペイント（Windows 標準搭載）

と言ったツールですが、GIMP は比較的操作が難しいため、
初心者のうちはパソコンにもともと入っているであろう“ペイント”を使えば十分です。

私の場合は有料のツールをいくつか使っていますが、有料の物になるとさすがに
無料ツールとは比較にならないくらい機能が充実している上に、逆に操作も簡単になりますので、
もし今後金銭的に余裕が出て、「有料ツールを使ってみたい」という段階になりましたら、
各自ご相談いただければ最適なものをご紹介します。

ヘッダー画像に使用してもよい画像というのは、アバターの時と同様で、

- 著作権フリー
- 商用利用可

の条件をクリアしているものに限ります。

これらは“画像配布サイト”で見つけることが出来ますが、
私がよく使っている代表的なサイトをご紹介します。

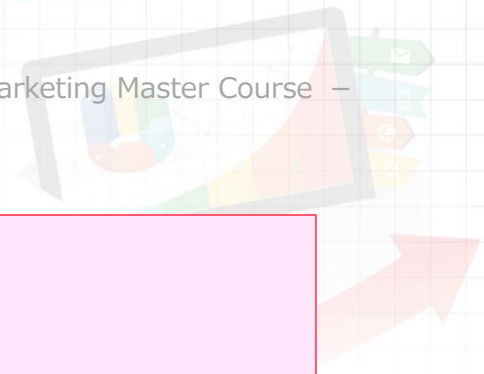
● イラスト素材サイト

- 無料イラスト素材 illust AC

<http://www.ac-illust.com/>

- ヒューマンピクトグラム 2.0

<http://pictogram2.com/>



● 写真素材サイト

- 無料写真素材 photo AC

<http://www.photo-ac.com/>

- PAKUTASO (ぱくたそ)

<https://www.pakutaso.com/>

- pixabay (一部、ネットで使用不可の画像があります)

<https://pixabay.com/>

- ソザイング

<http://sozaing.com/>

- 写真素材 足成

<http://www.ashinari.com/>

● アイコン素材サイト

- ICONFINDER

<https://www.iconfinder.com/>

- easy icon

<http://www.easyicon.net/>

● 背景素材サイト

- SUBTLE PATTERNS

<http://subtlepatterns.com/>

- フリーテクスチャ素材館

<http://free-texture.net/>

上記のサイトをブックマークしておくとも画像探しは効率化できるはずです。

※ 上記のサイトは現在全て無料で画像をダウンロードできますが、
サイトによっては今後規約が変わり有料になる場合等もありますので都度確認ください。

以上がヘッダーとヘッダー画像についてですが、
先ほどお伝えしたユーザーの導線の法則から考えても比較的重要な箇所になります。

敢えて“比較的”といった理由としては、
「ブログは記事単位で集客するものであり、最初のアクセスが TOP ページに来るとは限らない」
という理由があるからです。

このような理由から、
最初の段階では必要以上にヘッダー画像やページのカスタマイズにこだわらず、
あくまで記事投稿を優先してほしいということは変わりませんのでそこは認識しておいてください。

メインカラムに必ず設置する物

TOP ページのメインカラムには通常、個別記事一覧が表示されることとなります。
記事をアップしていくたびにこの一覧が自動的に更新されていきますので、
最初のうちはメインカラムの構成について気にする必要はありません。

ただし、今後ブログが出来上がってくるにつれ、必ずメインカラムに設置してもらいたいものがあります。

それが、【メルマガ登録 LP 誘導バナー】となります。



MMC ではこのように、ブログ TOP ページの一番目立つ場所で“メルマガ読者の集客”を行います。

設置の方法は別途図解マニュアルに記載してありますが、必ずこの場所を使ってメルマガ読者を集めるための仕掛けを設置しましょう。

先ほどの私のブログの例では、

1. バナーをクリック
↓
2. メルマガ登録 LP（ランディングページ）
↓
3. メルマガ登録

という流れになりますが、

最初のうちは、バナーをクリックしたら直接登録フォームに飛ぶような簡易的な仕掛けで構いません。それでも十分に読者は集まります。

フローチャートでも解説していますが、作業スケジュールの目安として、「ブログ記事が 10 記事書けたらメルマガ登録フォームを設置する」ということを覚えておいてください。

“個別記事”と“固定ページ”の違い

今後、Wordpress でブログを構築していくに当たり、度々“個別記事”と“固定ページ”というワードが出てくと思いますが、初めて Wordpress を使うという方のためにこの 2 つの違いについて先に説明しておきます。

■ 個別記事

いわゆる、ブログでいうところの通常の記事になります。

毎日の記事更新の際には Wordpress 管理画面の【投稿】というタブから新規記事を作成し、記事タイトルと本文を入力していくことになります。

基本的には記事を投稿した日の日付がブログ上で表示されるため、時系列でコンテンツを追うことが出来ます。

個別記事で作成するのに向いているコンテンツとしては、

- ノウハウ記事
- マインド記事
- マニュアル記事
- 備忘録記事
- 日記・雑記
- メルマガバックナンバー

などがありますので、普段通常の記事を書く際は“個別記事”で書くというイメージでいてください。

■ 固定ページ

Wordpress で記事を作成する際に、もう一つ“固定ページ”というものがあります。
【レビューページ】や【LP（ランディングページ）】、【セールスレター】を書くときなどに使うページです。

特徴としては、記事が日付と関連していないため時系列にならず、
“長期的に内容を変更しないページ”などを書きたい時などに適し、通常 1 カラムのページとなります。

固定ページで作成するのに向いているコンテンツとしては、

- セールスレター
- メルマガ登録 LP
- 教材・サービスのレビューページ
- セミナー募集ページ
- プロフィール

等々、主に 1 カラムで作成するようなコンテンツとなりますので、適した内容で使い分けてください。

※ プロフィールなどはどちらでも可ですが、MMC では固定ページを使うことを推奨します。
※ Wordpress のテーマによっては、“個別記事”でも 1 カラムにできたり、逆に“固定ページ”のカラムを増やせるものも存在しますが、基本は上記の認識で問題ありません。

TOP ページの構成要素

それでは実際のブログ記事の書き方の説明に移ってきたいと思います。

ブログを書く際に勘違いしてしまいがちなのが、
「ノウハウを正しい順序で伝えなくてはいけない」と思い、記事の順番を意識しすぎてしまうことです。

「この記事の後に、この話が来たらおかしいよな・・・」
「このことを伝える前に、先にこの記事を書いておかないと話が通じないかも・・・」

と言ったように、記事を書く順序にこだわりすぎて、
“1 記事目が書けずに手が止まってしまう”という方が非常に多いのです。

ただし、先ほども言った通り、ブログというのは“まず TOP ページにたどり着き、
そこで 1 つの目の記事から順に読み始める”という読者はまずいません。

ほとんどの読者が“知りたいことを検索していたら、
たまたま検索にヒットした”各記事ページにたどり着くことになるわけです。

あなたがどれだけ頭を悩ませ、工夫をし、正しい順序でノウハウを記事にしていっても・・・、

あるユーザーは 10 記事目にたどり着き、その記事を読んだら直帰してしまったり、
またあるユーザーは、2 記事目を読んだ後、興味がありそうな 5 記事目の記事を見るかもしれません。

このように、ブログに書いていく記事の順番というのは、
運営する私たちが考えているほど大切なものではありません。

順序を気にしすぎてしまって手が止まってしまうくらいなら、
“書きやすそうな記事から手あたり次第記事を書いていく”ことを意識した方が、
よっぽど成果に繋がりがやすくなりますので、その点を再度思い返してください。



中級者以上の方や、サイトの構成をしっかり決めてからブログを作り始めたいという方は、

- 動画コンテンツ：サイトマップ作成動画
- 動画コンテンツ：ノウハウマップ作成動画

を参照の上、より良いブログを構築していただくことを推奨します。

ブログに書く記事の内容というのは本当に自由で、
あなたの好きなことを書いていけばよいのですが、
記事を書いたことがない方は最初のイメージが付かないかもしれません。

そこで、情報発信用のブログ記事の種類とその種類ごとの書き方、
実際の記事例をご紹介しますので、参考にしてみてください。

ブログ記事の種類

- ノウハウ記事
- マインド記事
- マニュアル記事
- 実践記
- 備忘録
- 日記・雑誌
- 無料レポート紹介記事
- 無料オファー紹介記事
- レビューページ誘導記事
- メルマガバックナンバー

ブログの記事を、敢えて種類分けするとしたら以上のような分類になります。
慣れてくると、いちいち「今回はマインド記事を書こう」というようなことも考えずに、
書きたいことを書けるようになりますが、
慣れない最初のうちは特に上記の中からジャンルを選んで記事作成に取り掛かってもらいたいでしょう。

それでは、順に細かく説明していきます。

※ 説明の中では、私が過去書いてきた記事を参考例としてお見せしますが、私が発信している内容は主に“アフィリエイト”の情報になりますので、当然記事もそういった内容です。

解説を読みながら実際の記事を読んでも、
ご自分の発信するジャンルにもそのまま応用できるはずですので、
ご自分のジャンルに置き換えてご理解いただくようお願いいたします。

ノウハウ記事

ブログ記事の中で、一番価値があると言っても良いのが、この“ノウハウ記事”になるでしょう。

読んで字の如く、あなたが発信していくジャンルのノウハウに関して書いていく記事ですが、ユーザーが一番求めているのもこの種類の記事となります。

そうすると、「ノウハウ記事を書くのは、自分にはハードルが高いかも」と、身構えてしまう人もいるかもしれませんが、ノウハウ記事は決して難しいものではありません。また、「実績のない自分を書けるノウハウなんてないよ・・・」とってしまうのも、大きな勘違いです。

何度も言いますが、「あなたの記事を読むのはあなたより初心者であって、これからそのジャンルを始める人」になりますので、堂々と記事を書きましょう。

例えば・・・

これから始める“完全初心者の方”に向けた記事であれば、そのジャンルの概要を教えてあげるのも良いですね。

以下の内容は、あなたがそのジャンルを始めた時に検索したであろう初歩中の初歩ノウハウですが、こういった記事も初心者にとっては必要ですね。

完全初心者に向けた記事参考例

ネットビジネスの種類【初心者におすすめなのは？】

<http://tomosan01.com/58.html>

アフィリエイトとは？

<http://tomosan01.com/113.html>

以上の記事を書くのには、特別な経験も実績も必要ありませんね。
最も書きやすいノウハウ記事になります。

ダイエットの情報発信であれば、
極端な話「ダイエットとは？」でもいいワケですし、少し物足りないようでしたら、
「ダイエットで健康的に痩せるために必要なこと」と言ったようなタイトルで概論を書いても良いですね。

あなたが「こんな事誰でも知っているだろう・・・」ということでも、
意外と知らない人の方が多いものですから、そういった内容から練習のつもりで書いてみましょう。

次に、ノウハウ記事の中で最も書いてほしい、
「あなたが実践しているジャンルに特化した」記事についてです。

私の例であれば、
“アフィリエイト”の中でも“トレンドアフィリエイト”のプロとして情報発信を始めましたので、
「トレンドアフィリエイトをやりたい！」と思っている人がターゲットになるのですが、
そのようなターゲットを効率よく集客できるのが以下のような記事です。

実践しているジャンルに特化した記事参考例

最強の手法【トレンドアフィリエイト】

<http://tomosan01.com/215.html>

トレンドアフィリエイトのやり方と流れを詳しく解説

<http://tomosan01.com/529.html>

また、上記と似ていますが、基本的なノウハウでもタイトルを工夫した、“裏ワザ”暴露系タイトルの記事も非常に喜ばれる記事です。

タイトルで興味を引く記事参考例

Google アドセンス 1 発で審査に合格するための 6 か条

<http://tomosan01.com/251.html>

Google アドセンスの審査に素早く受かるコツ

<http://tomosan01.com/308.html>

ここまで 6 つの記事を読んでみて、なにかお気づきになりましたでしょうか？

実は、上記の記事は書こうと思えば“経験”すら不要で、
全て“知識だけ”で書けてしまう記事なんですね。

もちろん、経験があった方が記事に説得力が出てきますが、
極論を言ってしまうと“経験”すら要らないわけですから、
「実績なんてもっと不要」で書けてしまう記事ということになりますし、
知識があればユーザーにとって役に立つ記事を量産することが可能です。

更に言ってしまうと、こんな記事はいかがでしょうか。

知識すら不要。情報をまとめただけの記事参考例

トレンドネタを探す場所【基本編】

<http://tomosan01.com/555.html>

ネット上にある、サイトやサービスをただ単にまとめて自分の言葉を数行書き足しただけの記事。
こういった記事なら誰もが書けるのではないのでしょうか。

そして、このようなカンタンな記事でも
初心者ユーザーにとっては非常に価値のある記事になりますよね？

少し前を思い返してみてください。

先ほど私が紹介した、
【アバターを作れるサイト集】や、【画像素材を無料でダウンロードできるサイト集】。

知らなかった方にとっては、まとまっているだけで非常に参考になるものではなかったでしょうか？

あのようなカンタンなものでも自分のブログに書いておくだけで、
ユーザーの役に立つ立派なコンテンツとなるわけですね。

例えば、英語学習のためのブログの場合は、
「無料で英語が学べる優良サイトまとめ 10選」とか・・・、

アフィリエイトのブログの場合は、
「Wordpress に必ず入れておきたい 12 の“超便利プラグイン”まとめ」とか・・・。

情報をまとめていくだけでするので、サクサク記事が増やせますよね。

この際、【NAVER まとめ】などのまとめサイトを参考にさせてもらうのも良いでしょう。
（記事のコピペは厳禁です。）

こういった記事を書くときのポイントの一つが、
「タイトルと URL をまとめたものに、少しだけ“自分のコメントや意見”を付け加えていく
ということで、これだけで十分オリジナルのコンテンツになり価値が高まります。

先ほどの記事参考例を見ていただくと分かると思いますが、
“導入”と“まとめ”の部分にオリジナルの文章を数行ずつ入れることによって、
ただまとめただけのコンテンツが完全に“自分の記事”となり評価も上がりますので、
まとめ記事を書く際は、その点も意識してみると良いですね。

また、ノウハウ記事というと“実績に直結するため”の記事というイメージが強いと思いますが、もちろんそうでなくても構いません。

例えば“アフィリエイト”のノウハウ記事というと、
「稼ぎ方を教えてあげないとダメだ」と思ってしまうかもしれませんが、
稼ぐ方法だけがノウハウではありません。

例えば以下のような記事。

“稼ぎ方”以外のノウハウ記事参考例

これであなたのアフィリエイト人生が変わる！正しいメンター選びの3つのポイント
<http://tomosan01.com/175.html>

ダイエットの情報発信ブログだとしたら、
「ダイエットをする前に知っておかなければいけない3つのこと」とか、

英語の情報発信ブログであれば、
「あなたの英語が外人に通じない本当のワケ」といったような内容もノウハウに当たる記事になります。

マインド記事

マインド記事というのは以下のような記事ことです。

マインド記事参考例

アフィリエイトで稼げない・・・たった3つの原因とは？
<http://tomosan01.com/132.html>

トレンドアフィリエイトって疲れる？！芸能記事が書きたくない！！という方へ
<http://tomosan01.com/787.html>

カンタンに言ってしまうと、

- ○○で成功するために意識すべきことは？
- 成功するための自己投資の必要性について

と言ったような“考え方”を説いた記事のことです。

マインド系の記事は、初心者の方にとって最も書きやすく感じる記事の一つかもしれません。
「ノウハウ系の記事は書けないけど、マインド記事なら書けそうだ」と。

ただし、これは本来逆なんです。

「実績が出ていないうちはマインド系の記事は読者に響かない」ということを覚えておいてください。

第1章でもお話ししましたが、マインドというのは結果に直結するものです。

そう考えると、結果が出ていないうちは、マインドを語っても説得力がないということになるんですね。

多くの方が「マインド記事は書きやすい」と感じる理由は、
「知識（知っている）だけで書けそうだから」という理由でしょう。

もしそういった理由でマインド記事を書きやすいと思ったのであれば、
先ほどまでのお話を理解いただいている方は“ノウハウ記事”も同じように書けるはずですよ。

「結果が出るまでは絶対にマインド記事を書いてはいけない。」というワケではありませんが、
記事の大半がマインド論になってしまわないように意識してみましょう。

マニュアル記事

あなたが発信するジャンルによっては、
画像や動画などを使ってノウハウを解説する必要があるかもしれません。

- ○○の登録方法・設定方法
- ○○の使い方

など、いわゆる図解マニュアル的なコンテンツは、メルマガよりもブログが適しています。

画面のキャプチャ画像やイラストを使って丁寧に解説したいときは、積極的にブログを使っていきましょう。

図解マニュアル参考記事

SeeSaa ブログのサイドバーにプロフィールを設置する方法と広告のほずし方

<http://tomosan01.com/470.html>

MOZ の返信メールが来ない？！キーワードスカウターS が使えない？！

<http://tomosan01.com/925.html>

また、上記のような操作・設定マニュアルと少し違いますが、

- ダイエットのための運動やヨガなどのジャンル
- スポーツ系のジャンル

など、“動き”を見せることが重要になるジャンルは積極的に画像や動画を取り入れることで、分かりやすくユーザーにとって役に立つブログになるでしょう。

そういった場合は、メルマガで概要を説明した後に、「詳しいやり方はコチラ」として、ブログ記事へのリンクを貼り誘導してあげると両媒体を効率よく連携させることができます。

実践記

初心者の方に一番お勧めしたいのが“実践記”です。

実践記を書く理由や重要性はこれまでにお話してきましたので割愛しますが、

「まだ実績がない・・・」

このような方にとって、実践記ほど書きやすいものはありません。

実践記とは、あなたが情報発信したいジャンルに関して

- その日、実践したこと
- その日、新しく覚えたこと・調べた結果わかったこと
- その日、新しく挑戦してみたこと・試してみたこと
- 昨日までとの変化

などを日々記していくもので、

あなたと同じことに挑戦しようとしている後輩ユーザーにとっては非常にリアリティのある記事となります。

実践記と言っても、ただの日記では意味がありませんので、

「今日は3記事書きました。1記事2時間かかって疲れました。」とか、

「今日で1週間目ですが、まだ報酬が出ません。クリックは3でした。」とか、

そういったことだけを書くわけではありませんし、

「今日は500円でした！」

「今日は140円に下がりました・・・」

と、結果を報告するだけで非常につまらないブログになりますよね。

ですので、実践記とは以下のような内容を書いていくと良いでしょう。

例えばあなたが、「今日からアフィリエイトの実践を始めます」という場合、

- そのジャンルを選んだ理由、購入した教材
- 始めるときの心境、今後の目標額
- まず初めにやったこと、躓いたのはどこか、どうしたら解決したのか
- 決めた案件やその理由、選んだASP、なぜそのASPに決めたのか
- そのASPを使ってみてどう感じたか、サポートは丁寧だったか
- 申請してから承認までどのくらいかかったか
- キーワードをどうやって探したか、なぜそのキーワードにしたのか
- 翌日、その記事は検索結果の何位に入ったのか、それについての考察
- 今日は何時間使って何記事書くことが出来た（後日比較して成長を確認するため）
- 記事を書くときにここを意識したら、効率よく記事が書けるようになった

- 試してみて成功したこと、試してみたけど失敗したこと
- モチベーションが上がらなかったけど、〇〇をやったら復活できた

等々、結果が出るまでの間にも多くのことが書けるといいますし、実際に上記の内容はこれから始める後輩アフィリエイトにとっても、とても有益な情報でしょう。

少しずつ結果が出てきたら、

- どのくらいの作業で、どのくらいの報酬が上がったか
- これをどうすればもっと結果を上げることが出来るかの仮説
- その仮説に基づいて修正したこと
- 修正し、実践したことの結果（出ても出なくても）
- その時の報酬画像キャプチャやアクセス解析のキャプチャ

など、どんどん書くことが増え、自然に記事のクオリティも上がってくるはずです。

ブログを読んでいるユーザーは“ワクワク”しますよね。

“何をやったら、どうなるのか。”

これをリアルタイムで見られるわけですから、面白いに決まっています。

そうこうしていくうちに、1万円の実績が出るようになったとします・・・

初めにあなたが買った教材がもし5000円の教材なら、その読者はあなたと同じ教材を買わない理由がないですね。笑

実践記というのは、必ず毎日書かなくてはいけないというものでもありませんので、重要なポイントごとに書いていけばよいでしょう。

実践記の記事参考例

アドセンスではなく、物販広告で収益を最大化するための考え方
<http://tomosan01.com/2154.html>

備忘録記事

ブログ記事で情報発信をするということは、
“人に教えるため”に記事を書くというイメージが強いかもしれませんが、
もっと楽に考えると記事はさらに書きやすくなります。

「自分が覚えたこと、実践したことを忘れないように記録として残しておく」
という自分のための“備忘録”として書いてみるのもお勧めです。

そうすると、読む相手は“自分”ということになりますから、
「読んでいる人はどう思うだろう」と余計な気を使わなくて済むというメリットがあります。

備忘録記事というのは、自分のやったこと、覚えたことをそのまま綴ることになりますから、
自然と“経験に基づいた”記事となり、ユーザーにとっても価値を感じてもらえる記事になるでしょう。

日記・雑記

初心者の方で、どうしてもノウハウ記事等が書けないという方は
日記や雑記から始めてみるのも良いでしょう。

出来れば情報発信したいジャンルと関係性のある文章になるのが望ましいですが、
難しいようであれば“ただの日記”でも構いません。

この日記や雑記を書くというのは、あくまで練習のためということになりますし、
メルマガではあまり書かないほうが良いジャンルの記事となりますが、
「文章を書くことが苦手」というメンタルブロックを外すためには良い方法です。

「自分には文章力がない」という方に限って、文章を書く練習をしたことがない方がほとんどですので、
「文章は書かないとうまくならない」ということを意識して多くの文章を書いてみるようにしましょう。

また、初めからブログに書くことに抵抗があるようでしたら、
MMC の SNS の中で日記を書くことがオススメです、
そちらもどんどん利用していただければと思います。

私自身もメルマガのスクールやコンサルなどで何百人の方を見てきましたが、
「文章をたくさん書いているのに一向に上達しない」という人は“一人も”いませんでした。

いろいろ考えて手を止めてしまうのではなく、まずは書いてみる。

このように、とにかく“書く”ということをたくさん経験してみてください。

※ メルマガでは日記を書くことを推奨しませんので、
日記や雑記で文章の練習をするには今がチャンスです。

以上が通常ブログ記事の種類と書き方となります。

ブログを立ち上げて最初の10記事までは特に、
ここまで説明したジャンルで記事を書いていくようにしてみましょう。

更にブログに書ける記事というのは以下のようなジャンルがありますので続けてご紹介しますが、
これらはどちらかというと「オファーの要素が入る記事」ですので、
上記で説明した内容のステップアップ編として考えてください。

それぞれの詳しい書き方などは今後のカリキュラムでお教えしていきますので、
ここで深くは触れませんし、最初の段階で焦って書く必要もありません。

通常記事を10記事程度書いたら、次のような記事にも少しずつ挑戦してみてください。

無料レポート紹介

情報発信のジャンルによってですが、
“稼ぐ系”“投資系”“恋愛系”“語学系”“健康系”など多くのジャンルには
無料でノウハウを学ぶことが出来る“無料レポート”というものがあります。

このレポートは「メルマガ読者集客」と「ブランディング」のために欠かせないものとなってきますので、
今後あなた自身も作成することになるものです。

自分のレポートをブログで紹介することはもちろん、
他人の無料レポートを紹介することもありますので、
その際は以下のような記事を参考にしてみてください。

※ 以下は、私が自分自身のレポートを紹介したときに書いた記事です。

無料レポート紹介記事参考例

超簡単トレンドアフィリエイト！ネタ探し不要の驚愕ノウハウ！

<http://tomosan01.com/518.html>

トレンドアフィリエイト 稼げない人になった一つ足りないもの

<http://tomosan01.com/823.html>

※ 無料レポートに関しての詳細は【第5章 読者増編】でお伝えします。

無料オファー紹介

情報発信のマネタイズの方法の一つとして、“無料オファー”と呼ばれるものがあります。

こちらも無料レポートと同様に、

“稼ぐ系”“投資系”“恋愛系”“語学系”“健康系”など様々なジャンルに存在するものですが、

カンタンに言ってしまうと

「無料登録や、無料資料請求のキャンペーンを紹介することによって報酬が貰える案件」のことで、
今後あなたもブログやメルマガなどで紹介記事を書く機会が出てくると思います。

メルマガノウハウのカリキュラムでも別途お教えしますが、

ブログで紹介する際などは以下の記事を参考にしてみてください。

無料オファー紹介記事参考例

ペンギンに楽勝

<http://tomosan01.com/1126.html>

「IT 未来経営」講座の価値がとんでもない件

<http://tomosan01.com/1777.html>

※ 無料オファーに関する詳細は【第 6 章 無料オファー戦略編】でお伝えします。

レビューページ誘導記事

商品やサービスを紹介する際はレビューページ、
自社の商品を販売する際は販売ページ（セールスレター）を書くこととなりますが、
レビューページやセールスレターというのは直接そのページにアクセスが来るものではなく、
別の手段を使ってアクセスを誘導してくる場合が多いです。

その際に有効なのがブログの通常記事ページからの誘導となりますが、
こういった記事を書けばよいのか、以下の 2 記事を参考にしてみてください。

レビューページ誘導記事参考例

GAMC（ガールアドセンスマスタークラブ）のレビューを UP しましたよ。

<http://tomosan01.com/1983.html>

ドラゴラムアフィリエイト【20 大特典】or【鬼特典】どちらを付けようか・・・

<http://tomosan01.com/1543.html>

※ レビューページに関する詳細は【第 9 章 LP 作成・ライティング編】でお伝えします。

メルマガバックナンバー

さて、ここまでたくさんの記事の種類と参考例をお見せしてきましたがいかがでしたでしょうか。

実は、上記の記事すべて、「メルマガで書いたものと同じもの」なんです。

そうですね、メルマガもブログも全く同じ内容の記事を使いまわしているということです。

記事によっては、ブログで書いた記事をメルマガで後から流したものもありますし、その逆で、メルマガで発信した内容をそのままブログにコピペしたものもあります。

このように、リユース（再利用）出来るのがデジタルコンテンツ最大の強みですし、ブログとメルマガを同時に運用していく際のメリットとなります。

「両方ともで同じ記事を使ってしまうと、見に来てくれるユーザーがガッカリするのでは？」

という疑問を持つ方もいるかもしれませんが、
実はブログもメルマガも両方をしっかり読んでくれている読者というのはほぼいません。

ブログに訪れるユーザーはブログだけ、メルマガ読者はメルマガだけを読んでいることがほとんどですので、コンテンツを使いまわすことはこちらが気にしているほど問題ないのです。

どうしても差別化したいという場合は、メルマガの内容を濃くすることをお勧めします。

ブログでは肝心なところを伏字にしておいて、
「メルマガでは〇〇の部分公開しています。」とメルマガ登録に誘導するのもよいでしょう。

ただし、なんでもかんでも「詳しくはメルマガで！」としてしまうと、
ブログを読んでくれているユーザーはガッカリするでしょうし、
「結局メルマガへの誘導ばかりか・・・」とブログすら読んでくれなくなる恐れがありますので、
見せる部分と隠す部分のバランスが大切です。

私の場合は、メルマガからブログにコピペをする際は一部編集をしていますが、
極論をいうと全く手直しせずにバックナンバー記事としてそのまま貼り付けても問題ありません。

気を付ける点としては「タイトルだけは SEO を意識して変更したほうが良い」ということでしょうか。

以下の参考例のように堂々と「今日はメルマガの記事を転載します」と宣言してもよいでしょう。笑

そうしておくことによって、
その記事に興味を持ってくれたユーザーが、メルマガにも登録してくれる確率が上がりますので。

バックナンバー記事参考例

密かにやっていた YouTube のお手軽ネタ 4 つと GAMC のその後

<http://tomosan01.com/2051.html>

副業でネットビジネスをやる際には、
「作業時間があまり多く取れない」ということが問題になるかもしれませんが、
このようにコンテンツをリユースし最大限作業を効率化していけば、
少ない時間で媒体を構築していくことが出来ますので是非参考にしてください。

ブログ記事タイトルの付け方

ブログ編、最後のノウハウは記事タイトルについてです。

記事のタイトルというのは「自分の意図するターゲットを集客するため」に重要なポイントです。

ブログタイトルの説明をした際に、

「狙いたいキーワードは左に寄せる」という SEO の基本的小話をしましたが記事タイトルも同じです。

ユーザーは何かを知りたいときに“知りたいことに関連したキーワード”を検索窓に入力し、
ブログやサイトにアクセスしてきますので、少なくとも記事タイトルには
“何が書いてある記事か分かるような”キーワードが入っている必要があります。

ただし、その他にも今後あなたが記事タイトルを付ける際に

いくつか気を付けておかなければいけないことがありますので、ここではそのポイントをお話します。

ビッグキーワード 1 語だけでは上位表示されない

あなたのブログにユーザーを集めるためには、

Yahoo!や Google などの検索エンジンの検索結果の上位に、
自分のブログ記事を表示させなくてはなりません。

あなたも経験があると思いますが、

インターネットで何かを調べようと思った時にユーザーは知りたいことを検索窓に入力しますよね。

ではその時に、その結果出てきたサイトをいくつ開くでしょうか。

検索結果の 1 ページ目には約 10 ほどのサイトが表示されますが、
次のページやその次のページをめくって見てみることはどのくらいあるでしょう？

ほとんどの人が 1 ページ目に表示されているブログやサイトの情報のみで事足りてしまい、
10 ページ目や 20 ページ目まですべてのブログやサイトを見るという人はほぼ存在しないのです。



そのようなことから、アクセスを呼び込みたければ、狙ったキーワードで検索結果の1ページ目、もしくは2ページ目に自分のブログ記事を表示させなくてはならないということになるのです。

例えば、あなたが「ダイエットに関しての情報発信」をしようと思っている場合。

ダイエットに関して知りたいユーザーは検索窓に「ダイエット」と入力しますが、あなたがもし「ダイエット」という1語のキーワードだけで記事を書いたとしても、既に強いライバルサイトが検索結果の上位を埋めてしまっていますので、当然の如くあなたのブログ記事は上位に表示されません。

そうしたときにどうしなければいけないかというと、さらにターゲットを絞ったキーワードを考えます。

「ダイエット 方法」
「ダイエット サプリ」
「ダイエット 足痩せ」

など、さらに絞り込んだニーズのキーワードを狙うというのがポイントです。

この場合は、2つのキーワードを組み合わせたものなので、“2語キーワード”や“複合キーワード”と呼ばれます。

ただし、この2語のキーワードだけではまだライバルサイトがたくさんいて上位に表示しないため、さらにキーワードを増やします。

「ダイエット 方法 40代」
「ダイエット サプリ お試し」
「ダイエット 足痩せ オススメ」

など、3語のキーワードや4語キーワードを狙って記事タイトルに入れ込むことが、初心者がブログを上位表示させるためのコツとなり、それらのキーワードを含んだ、魅力的な記事タイトルを付けることが最終目標ということになりますね。

※ 基本的にキーワードは左に寄せるという説明をしましたが、日本語的におかしくなってしまうたり並び替えることによってさらに魅力的なタイトルになる場合は、順序を入れ替えるなど臨機応変に対応していただいて構いません。

上記のキーワードを使ったタイトル例

- 40代から始めるダイエット！最適な方法できれいに痩せよう！
- 足痩せダイエットでカンタン美脚！オススメのエクササイズはコレ！

先ほどのキーワードであれば、このような感じにアレンジしてみてもよいでしょう。

タイトルの文字数について

タイトルの文字数をどのくらいの長さで付けたら良いのか気にされる方もいるかもしれませんが、タイトルを見て「その記事にどんなことが書かれているのか」分かる長さであれば特に問題はありません。

一般的には、「全角で32文字まで」という話を聞いたことがある方がいるかもしれませんが、これは検索結果に表示される文字数の関係上、タイトルが見切れてしまわない文字数とその数だということなのですが、Yahoo!やGoogleの仕様変更により、今後若干変わる可能性もあります。

「何文字が正解」という答えはありませんが、「記事の内容がしっかりと見て取れるように」という点から考えると、大体全角20～30文字くらいが適しているのではないかなという感覚です。

文字数を気にするよりは、

■ 狙いたいキーワードが入っているか

キーワードは詰め込みすぎてもよくないので、メインキーワードは3～4程度に抑えること

■ 自然な日本語になっているか

キーワードだけを羅列したタイトルではなく、自然な文章になっていることが好ましい

ということを意識してタイトルを付けてみましょう。

記事タイトルのまとめ

1. タイトルを見ただけで、何について書かれた記事が分かる
2. 記事内容に即したキーワードをタイトル内に含める
3. 重要なキーワードはなるべく左に寄せる
4. 上位表示を狙うなら 3 語～ 4 語の複合キーワードを狙う
5. クリックしたくなるような魅力的なタイトルを意識する
6. タイトルの長さは 20 ～ 30 文字前後がベター

ここで話したことに関しては、SEO を意識したタイトル付けのノウハウになります。

これまでキーワードや SEO について全く学んだことがないという方にとっては、少し難しいお話だったかもしれません。

そういった場合は、最初から上記で説明したことすべてを理解する必要はありません。

記事タイトルで悩みすぎて手が止まってしまうと貴重な時間を無駄にすることになってしまいますので、上記のポイントの 1 ～ 3 だけを意識して気楽にタイトルを付けるようにしてみてください。

また、これまで参考例としてお見せした私のブログ記事のタイトルを見ても分かるように、私自身も最初から上手なタイトル付けが出来ていたわけではありませんし、今でも敢えて SEO などを見捨ててタイトルを付けることもあります。

短いタイトルや、くだらないタイトルを付けることもあります。

そういったように、“自由に”書けるのがブログの良いところですので、基本は基本としてしっかり理解した上で、まずは思うように書いてみるのも良いでしょう。

記事タイトルについての補足

■ 複合キーワードを効率よく見つけるツール

関連するキーワードを見つける際に役に立つのがサジェスト抽出ツールです。

メインのキーワードを入力すると、それに関連したキーワードが大量に抽出されますので、こういったツールで 2 語目、3 語目のキーワードを見つけると効率よくタイトルが決まります。

無料で使えるツールをご紹介しますので、参考に見てみてください。

■ Yahoo!虫眼鏡キーワード抽出ツール

<http://www.yakw.net/>

■ Google サジェストキーワード抽出ツール

<http://www.gskw.net/>

1. メインキーワードを入力し、【検索ボタン】をクリックすると、関連したキーワードが一覧で表示されます。
(検索ボリュームが少ないキーワードの場合は表示されないものがあります。)
2. 結果画面で【CSV 取得ボタン】をクリックすると、キーワード一覧が CSV ファイルでダウンロードできます。
3. 各キーワードの横の【+ボタン】をクリックすると、3 語目、4 語目のキーワードも表示されます。

これらのツールは、それぞれ Yahoo!の虫眼鏡や Google サジェスト候補を抽出してくれるものです。

虫眼鏡やサジェストというのは、
「実際にユーザーの検索回数が多かったものが表示される仕組み」となっていますので、
自分の頭で考えたキーワードより確実に検索数が多いものが見つかります。

タイトル付けの時間短縮のためにも積極的に利用するのも良いですね。

※ 万が一、サービス側の都合で上記のリンク先が使えなくなった場合は、
【Google サジェスト 抽出ツール】などのキーワードで検索すると、
似たようなツールはたくさん見つかると思いますので調べてみてください。

■ クリック率を上げるタイトルのポイント

最後に補足として魅力的な記事タイトルを付けるコツをご紹介します。

1. ベネフィットを入れる

ベネフィットとは“利益”という意味で、カンタンに言うと、

ユーザーが「自分にとって得する情報がある」と一目で分かるようなタイトルを付けましょうということです。

「40代でもダイエットの効果が出ます」

というタイトルより、

「40代でも遅くない！ 抜群に効果が出るダイエット方法まとめ」

としたほうが、よりクリックしたくなりますよね。

同じキーワードを使った場合でも、

一言付け加えることによってさらに響くタイトルに変わりますので工夫してみましょう。

また、

「喫煙 肺がん リスク」というキーワードを使って記事を書く際、

「喫煙者の肺がんリスクはどのくらい？」

というタイトルにするより、

「喫煙の肺がんリスクをグンと下げる！ 今からできる対策と予防法」

といった内容にしたほうがよほど魅力的な記事に感じませんか。

「喫煙 肺がん リスク」という全く同じ3語のキーワードを使っているにもかかわらず、

クリック率は大きく変わってくることが容易に想像できますよね。

これは、検索してきたユーザーが、ただ「肺がんのリスクを知りたい」というニーズだけではなく、「どうせなら、その対策や予防方法を知りたい」と思っているからこそ、後者のタイトルに価値を感じるからということなんです。

知りたい情報がない < 知りたい情報がありそう < 知りたい情報以上のことがありそう

ということになり、タイトルをただで、
「自分にとって得する情報がある」と判断できるからクリック率も自然に上がるということです。

2. 具体的な数字を入れる

これもタイトルを付ける際に非常に効果的なポイントです。

「初心者の主婦が隙間時間に大きく稼いだ方法」というタイトルより、

「初心者の主婦がたった 30 分の隙間時間に 124,850 円稼いだ方法」というように、具体的な数字が入っているタイトルは分かりやすく興味を惹きますよね。

「オススメの無料画像素材サイト 10 選」

「英会話をマスターするための具体的な 3 STEP」

というようにポイントで数字を取り入れたタイトルも魅力的ですね。

3. 秘匿性要素を入れる

中身を知りたい！と思わせるためのちょっとしたテクニックです。

「今まで誰も気付いていなかった〇〇の本当の意味」

「ホントは誰にも教えたくない、1 週間で 5 Kg 痩せたスピードダイエットとは？」

と言ったようなタイトルや、

「初公開」「極秘」「暴露」「最後」などのキーワードを入れるのも良いでしょう。

4. 手軽さ・カンタンさをアピール

やはり、誰にでも出来る、短時間で出来るといったキーワードに人は弱いものです。
この要素を「2. 具体的な数字を入れる」と組み合わせることによって
クリック率をかなり高めることが出来ます。

「1日たった5分で出来る！頑張らなくても自然に痩せる〇〇ダイエット方法まとめ」
「30分で作ったサイトで毎月5万円の稼ぎ続ける“片手間アフィリエイト”を完全公開！」

タイトルを魅力的にしクリック率を上げるためにはまだまだ多くのテクニックがありますが、
ブログタイトルを付ける際は上記4つのポイントを意識するだけで十分良いものが出来るでしょう。

タイトル付けのテクニックやその他のライティングテクニックに関しては、
MMC マニュアルの第9章でも併せてお伝えしていきたいと思いますので、
上記の4つのポイントをマスターしたらそちらもぜひ参考してみてください。

ブログ構築編まとめ

ブログノウハウに関しては以上です。

ここからは実際にブログを立ち上げる作業に入ります。
別冊のマニュアルを参照しながらブログを構築していきましょう。

実際にスタートしてみると、分からないことや躓くが出てくると思いますが、
その際は再度このマニュアル第3章を読み返し、一つずつ理解を深め自分の知識としていってください。

では、再度まとめとして実際の作業フローを確認しておきます。

1ヵ月目 作業スケジュール

1. 情報発信の基礎知識を学ぶ マニュアル本編第1章・第2章参照
2. ブログについての理解を深めよう マニュアル本編第2章・第3章参照
3. ブログの方向性を決めよう（サイトマップ） マニュアル本編第2章・第3章参照
4. サーバーをレンタルしドメインを取得しよう 別冊 Wordpress 導入マニュアル参照
5. Wordpressを導入しブログの初期設定をしよう 別冊 Wordpress 導入・プラグインマニュアル参照
6. プロフィールを書いてみよう マニュアル本編第3章参照
7. まずは10記事書いてみよう（ノウハウマップ） マニュアル本編第3章参照
8. メルマガ配信スタンドを契約しメルマガを作ってみよう 別冊マニュアル メルマガ準備編参照
9. メルマガ登録フォームをブログに設置しよう Wordpress テンプレートマニュアル参照
10. ブログのアクセスアップをしてみよう 別冊マニュアル アクセスアップ編参照

MMC ではここまでを1ヵ月目の作業終了目標としていますが、
目標スケジュールの対象は“1から始める初心者の方”となりますので、
既にご自身のブログを持っている方や中級者の方は、
ご自分のペースでどんどんこの先へ進んでいただいて構いません。

これから初めて実践に取り組む方は、
先ほどのフローを1ヵ月で完了させられるように頑張ってください。

これからブログを書いていくに当たり、
「自分より初心者に向けて記事を書く」というのが基本になってきます。

そう考えると、あなたが今実際に実践していることすべてが
読者にとって有益なコンテンツとなるのはお分かりになるはずです。

なぜなら、「今あなたがやっていることは、“これからその読者が通る道そのもの”だから」です。

アフィリエイトの情報発信であれば、

- ・ その作業をするに当たり躓いた個所や、それを解決した方法。
- ・ なぜ、それをしようと思ったのか。また、実践したことに対する結果。

語学や資格の情報発信であれば、

- ・ 自分の失敗談やなぜそれに気付いたのか。
- ・ ちょっとした工夫で勉強の効率が上がった方法。

このように、実践していれば自然とぶつかる壁や、
それを解決した方法や解決のために参考にしたものなどを、
“自分の備忘録”として書いておくだけでも、
あなたのブログに訪れる初心者ユーザーにとっては非常に意味のあるものとなります。

よく、「私には月100万円稼いだといったような派手な実績がないので、ブログに何を書けばよいのか分かりません・・・」という方がいますが、すべての人が100万円の稼ぎ方を求めていると勘違いしてはいけません。

多くの初心者にとって有益なのは、“再現性のない月100万円の稼ぎ方”よりも、“今、躓いていたり困っている小さな問題の解決方法”だからです。

そのような観点で考えると、あなたが発信したい内容のジャンルの何かしらを実践してさえいれば「ブログに書く内容がない」ということはあり得ませんので、あまり気負うことなく楽しんでブログを書いてみましょう。

また、この章では私自身のブログ記事を参考としてたくさん見ていただきました。

当然、ここまでの記事を一気に書いたわけでもありませんし、最初から上手な文章が書けたわけでもありません。

最初の頃は、1記事書くのに3時間以上かかることもありましたが、納得がいかず、せっかくなので書いた記事をすべて消してしまうこともありました。

ただし、先ほどもお話しした通り、「文章を書き続けて上達しない人」は“一人も”いません。

少しずつ、コツコツと記事を積み上げていくことが大切です。

是非、自分の資産を作るつもりでじっくりと取り組んでみてください。