

引き算アフィリエイト

PPCアフィリエイトで圧倒的に稼ぐ キーワード選定思考法

目次

■キーワード選定の重要性	3
■キーワードってそもそも何?	4
■キーワード選定の思考法	6
(1) ユーザー目線	7
(2) 狙った属性のユーザーしか検索しないキーワード	12
(3) 購入意欲の高いキーワード	21
■まとめ	23

■キーワード選定の重要性

キーワード選定について解説していきます。

キーワード選定はPPCアフィリエイトで稼ぐために
もっとも重要なステップです。

キーワード選定で間違ってしまうと、

「どんなに綺麗なサイトを作っても」

「どんなにアクセスを集めても」

「どんなに広告費を掛けても」

全く売上げが上がらせず、
確実に赤字になってしまいます。

ただ、ここでお伝えするキーワード選定の考え方を
しっかりとマスターして頂ければ問題ないので
ぜひ、何度も読んで理解してくださいね。

■キーワードってそもそも何？

「キーワード選定が重要なのは分かったけれど、
そもそもキーワードって何？」

と思われているかもしれませんので、
キーワードについて解説しますね。

まず、想像してみてください。

あなたが名古屋でラーメン屋を始めたとします。
そこで、お店を宣伝する為に広告を出すことになりました。

そのときに「どのような広告を作るか？」ということも重要ですが、
「どこに広告を出すか？」ということを考える必要がありますよね。

さて、ここで少し考えて欲しいのですが、あなたならどこに広告を出しますか？

- ・名古屋の電車の中？
- ・名古屋の新聞への折込みチラシ？
- ・お店の前で配る？
- ・お店の近くの会社に広告を貼ってもらう？

僕自身、ラーメン屋を営んだことがないので
あまり良い案が思い浮かびませんが…。

ただ・・・もっとも大事なことは、

「あなたのラーメン屋に来てくれる人」がいる場所に広告を出す。

ということです。

間違っても、東京駅の前でビラ配りなんかしませんよね？

ここで、話は戻りますが、
実はこの話とキーワードというのは考え方としては全く一緒です。

PPCアフィリエイトの場合、
キーワードが広告を出す場所です。

なので、PPCアフィリエイトをしたいと思ったのであれば、
どんなキーワード（場所）に
広告を出すか考える必要があります。

あなたがアフィリエイトしようとしている商品を買ってくれそうな人が
検索するキーワードを選ぶ必要があるということです。

キーワード選定についてしっかり理解できていないと、

「名古屋でお店を出しているのに札幌に広告を出している」

なんてことが起きてしまうので注意してくださいね。

■キーワード選定の思考法

キーワードがどのようなものか理解出来ましたでしょうか？

それではココからは、

「実際にどのようなキーワードを選べばいいのか？」

という具体的な話に入る前に、

キーワード選定についての考え方（思考法）

について解説していきます。

「考え方は必要ないから、

稼げるキーワードを教えてくださいませんか？」

と思われたかもしれませんが、

稼げるキーワードを教えたところで稼げるのは一瞬です。

あなたは単発で1万円が欲しいのではなくて

長期的に継続して稼ぐ力を身に付けたいと思っているはずです。

もし、そう思っていないのであれば

アルバイトをした方がいいのです。

長期的に稼ぐ力を身に付けたいのであれば、

本質的な思考法を身につけるのが一番の近道です。

ですから、しっかりと考え方を理解してくださいね。

それでは、キーワード選定の思考法について解説していきますね。

PPCアフィリエイトで稼ぐためのキーワード選定で重要な思考法が3つあります。

それが下記の3つです。

- (1) ユーザー目線
- (2) 狙った属性のユーザーしか検索しないキーワード
- (3) 購入意欲の高いキーワード

それでは、1つずつ解説していきますね。

(1) ユーザー目線

まず、「ユーザー目線」について解説します。

PPCアフィリエイトで稼ぐためには、
「ユーザー目線」で考えるということが最も大切です。

徹底的にユーザーの立場になって
物事を考える必要があります。

なぜ、「ユーザー目線」が大事なのでしょう？

ここで1つあなたに質問があります。

「あなたは今後アフィリエイトで稼いでいきますが、
そのとき誰からお金を貰いますか？」

・ Yahoo! JAPAN でしょうか？

・ 広告主でしょうか？

・ ASP でしょうか？

違いますよね？

正解は「**あなたから商品を買ってくれたユーザーさん**」です。

確かに、ASPや広告主からお金はもらっているのですが、
そのお金は元々、ユーザーさんが支払ったお金ですよ。

ここまでは大丈夫でしょうか？

「あなたはユーザーさんからお金をもらっている」

ということをまず理解してくださいね。

ここでもう1つ質問です。

「お金はどうしたらもらえるでしょうか？」

ぼんやりとした質問なので、
色々な答えが考えられると思います。

僕の考えとしては、

「**お金は価値を与えた対価として貰えるもの**」

だと思っています。

つまり、与えた価値が大きければ大きいほど、貰えるお金は増えていくということにもなりますね。

ここまでは大丈夫ですか？

「お金を貰うには価値を与える必要がある」

ということですね。

では、今話しました2つの話を総合すると、

「ユーザーさんにとって価値のある情報を与えることで、
その対価としてお金を貰うことができる」

ということです。

つまり、あなたがアフィリエイトでお金を稼ぐためには、ユーザーさんについて徹底的に考える必要があるということです。

たとえば・・・

「どんな情報を知りたいのか？」

「どんなことで悩んでいるのか？」

「どんな家族構成なのか？」

「どんな仕事をしているのか？」

「男性なのか？女性なのか？その他なのか？」

「休日はどんなことをしているのか？」

「今、どんなことで悩んでいるのか？」

「普段どんな言葉で話しているのか？」

「この商品を欲しいと思う人はどんなキーワードで検索するのか？」

「このキーワードで検索する人はどんな人なのか？」

などなど

これこそが「ユーザー目線」です。

では、次に「ユーザー目線」と逆の考え方について説明します。

それが「アフィリエイト目線」です。

アフィリエイト目線の人から頂く質問の多くは・・・

「記事は何文字書けばいいのか？」

「いいキーワードツールはないのか？」

「コピペで稼げる方法は無いのか？」

このような質問が多いのですが、
そんなことはユーザーからしたらどうだっていい話ですよ。

「記事なんて何文字だっていいんです。

それがユーザーさんの役に立っているのであれば」

特にアフィリエイト歴が長い人ほど、
知らずのうちに「アフィリエイト目線」がこびりついているので
気をつけましょう。

また、このユーザー目線ができるようになると、
必然的に稼げるキーワードを見つけることが出来るようになります。

そうすると、「稼げるキーワードを教えてください」などの 恥ずかしい質問 は
一切しなくて済みます。

そして、PPCアフィリエイトに限らず、
サイトアフィリエイトでも稼ぐことができるようになります。

なので、徹底的にユーザー目線に立って物事を考えるようにしましょう。

では徹底的にユーザー目線に立つにはどうすればいいかというと、
「ターゲットとなるユーザーを明確化する」ということです。

なので、商品の販売ページを見るときに、
どのようなユーザーをターゲットにしているかを明確化しましょうと
お伝えしていたのです。

⇒ [K1-106 : 販売ページを必ず見る.pdf](#)

(2) 狙った属性のユーザーしか検索しないキーワード

次に「狙った属性のユーザーしか検索しないキーワード」について解説しますね。

抽象的で分かりづらいと思うので、
具体例を出して説明しますね。

下記、4つのキーワードを見てください。

- ◆キーワード1:「車」
- ◆キーワード2:「車 オススメ」
- ◆キーワード3:「プリウス」
- ◆キーワード4:「プリウス 売却」

この4つのキーワードそれぞれ、
“車”に関するキーワードですが、
検索するユーザーの属性は全然違います。

それぞれのキーワードでどんなユーザーが検索するかを考えてみましょう。

・
・
・

はい！考えて頂けましたでしょうか？

それでは1つずつキーワードを見て行きましょう。

◆キーワード1:「車」

まず、「車」で検索するユーザーはどんな人でしょうか？

- ・車に関する情報を知りたい人

ではありますが、その中でも、

- ・「車」とは何なのか知りたい人
- ・「車」という漢字の画数を知りたい人
- ・「車」という言葉の意味を知りたい人

と色々な属性のユーザーがいますよね。

このように属性が多いキーワードを「ビッグキーワード」と呼びます。

「ビッグキーワード」の特徴として、
「検索数の多いキーワード」です。

そのため、稼げていないアフィリエイターの多くは、
この「ビッグキーワード」が稼げるキーワードだと思い込んでいます。

しかし、PPCで「ビッグキーワード」を選んでしまうと、
必ず大・大・大赤字になってしまいます。

◆キーワード2 : 「車 オススメ」

次に「車 オススメ」で検索するユーザーはどんな人でしょうか？

- ・ オススメの車を探している人

ですね。

ただ、車を探している人の中には、

- ・ 値段が安い車を探している人
- ・ 軽自動車を探している人
- ・ 高級車を探している人

と、色々な属性のユーザーがいますよね。

このキーワードに関しても、
「ビッグキーワード」です。

なので、赤字になる可能性が非常に高いです。

◆キーワード3 :「プリウス」

次に「プリウス」で検索するユーザーはどんな人でしょうか？

- ・プリウスについて知りたい人

ですよね。

ただ、プリウスについて知りたい人の中には、

- ・プリウスの燃費を知りたい人
- ・プリウスの販売価格を知りたい人
- ・プリウスの乗車可能人数を知りたい人

ここまで来るとかなりユーザーの属性が絞れてきていますよね。

◆キーワード4 : 「プリウス 売却」

次に「プリウス 売却」で検索するユーザーはどんな人でしょうか？

- ・プリウスを売却したい人
- ・プリウスの売却価格を知りたい人

ですよね。

つまり、「プリウス 売却」で検索するユーザーは、
「プリウスを売却したい人」というユーザーしかいないわけですよね。

ではここで、このユーザーに対して、
「“プリウスの売却価格を調べることが出来るサービス “を紹介したサイト”
を教えてあげたらどうでしょうか？

かなりの高確率でそのサービスを使ってくれると思いませんか？

それでは、まとめますと・・・

キーワード3、4のようなキーワードを
「狙った属性のユーザーしか検索しないキーワード」
と僕は呼んでいます。

僕らのような資金力がないPPCアフィリエイトは、
キーワード3、4のようなキーワードを選ぶことが
稼ぐための近道です。

キーワード1、2のようなビッグキーワードは、
資金力が豊富にあって組織としてアフィリエイトをしている会社が
広告主側しか利益を出すことは出来ません。

もう一つ具体例を出しますね。

◆キーワード1 : 「ワンピース」

◆キーワード2 : 「ワンピース 購入」

どちらのキーワードが「狙った属性しか検索しないキーワード」
か分かりますか？

・
・
・

実は2つとも違うんですね。

すみません、引っ掛け問題でした。(^^)

では、その理由を説明しますね。

◆キーワード1 : 「ワンピース」

まず、「ワンピース」で検索するユーザーはどんな人でしょうか？

- ・ワンピースについて調べている人

ですが、「ワンピース」って2つの意味がありますよね？

- ・服のワンピース
- ・マンガのワンピース

と全く属性の違うユーザーが検索するというキーワードなんですね。

なので、このキーワードはビッグキーワードです。

つまり、稼げないキーワードということです。

◆キーワード2 : 「ワンピース 購入」

次に、「ワンピース 購入」で検索するユーザーはどんな人でしょうか？

- ・ワンピースを購入したい人

ですが、キーワード1と同じでこちらも2つの意味がありますよね？

- ・服のワンピースを購入したい人
- ・マンガのワンピースを購入したい人

と全く属性の違うユーザーが検索するというキーワードなんですね。

なので、このキーワードはビッグキーワードです。

つまり、稼げないキーワードということです。

では、どこまで絞ったら
「狙った属性しか検索しないキーワード」
になるでしょうか。

具体例を出しますと・・・

「ワンピース コミック 購入」

「ワンピース 全巻 通販」

「ワンピース DVD 15巻」

などのキーワードが「狙った属性しか検索しないキーワード」
です。

「狙った属性しか検索しないキーワード」を判断するとしても、
大事なことは「ユーザー目線」です。

しっかりとユーザーの立場に立ってキーワードを考えることによって、

「このキーワードは●●●というユーザーしかいないな～」

「でも、このキーワードには●●●と×××のユーザーがいるな・・・」

と「狙った属性しか検索しないキーワード」を判断することができます。

(3) 購入意欲の高いキーワード

それでは、次ですね。

実は、キーワードにはユーザーの「購入意欲」が隠されており、

「購入意欲の高いキーワード」

「購入意欲の低いキーワード」

が、存在します。

たとえば

「iPhone8 ネット 契約」

「iPhone8 Wi-Fi 設定方法」

どちらも属性の絞れているキーワードではあるのですが、購入意欲に差があります。

「iPhone8 ネット 契約」で検索するユーザーは、「契約」というキーワードで検索しているので、かなり購入意欲が高いことがわかります。

逆に「iPhone8 Wi-Fi 設定方法」で検索するユーザーは、何かの商品を買うつもりで検索している訳ではないですよ。

このような購入意欲の低いキーワードでいくらアクセスを集めても、全く商品が売れないので赤字になります。

テレビを欲しくない人にテレビの良さをあれこれ伝えても買ってくれませんよね。

しかし、テレビを欲しがっている人がいるなら、そっとテレビを薦めるだけで買ってくれます。

僕達の目的はユーザーに商品を買ってもらう、
サービスに登録してもらうことです。

その目的に対して、
「選んだキーワードは購入意欲が高いかどうか」
ということを考えることが大事です。

購入意欲の高いキーワードであればあるほど、
成約率が高くなるので利益も出やすくなります。

■まとめ

このマニュアルでは、キーワード選定について
3つの思考法をお話しました。

おそらく、1回読んだだけではピンと来なかったかもしれませんね。

ですから、何回も何回も読んで欲しいです。

以上で、PPCアフィリエイトで稼ぐための
キーワード選定思考法の解説は終了です。

お疲れ様でした。