

2 4 LPO対策をしっかり行う

見出しを見た途端に「私が探していたのはこれだ!」と感じられるか?

見出しに検索キーワードが大書されていれば効果的

検索者は冷たいものだ。検索エンジンで紹介されたページが「いまいち」と思えば、容赦なく帰ってしまう。検索結果に戻って別のサイトに行ったほうが、良い情報を得られるからだ。

「いまいち」と感じる理由は簡単だから、ぜひ実践してほしい。要は、そのページのページタイトルと見出し（ページの中でいちばん大きな文字）にそのキーワードが含まれているかどうかだ。

ページタイトルに自分が入力したキーワードが含まれていれば、検索結果に表示されるから、たくさんの検索結果から選ばれやすくなる。

見出しの中にそのキーワードが含まれ、大きな文字で表示されれば、そのページを見て「これは探していた情報が得られるページではないか」と感じやすい。だからすぐには帰らず、このサイトを見ていこう、と考えてくれるのだ。

ひとつのランディングページに託せるのは3キーワードまで

SEO対策などで入り口になるページのことをラ

ンディングページと呼んでいる。ランディングページを最適化することを「LPO」という。この最適化のポイントは、今説明したように、キーワードがページタイトルと見出しに含まれていること。

だからひとつのページを、たくさんのキーワードからの入り口にするのは難しい。ひとつの見出しの中に織り込めるキーワードはせいぜい3つぐらいだ。全部のSEO対象キーワードでトップページを紹介させようと思っている人が多いが、これは非常に損な考え方だといえる。

良いリンクを掲載することもLPOの重要な要素

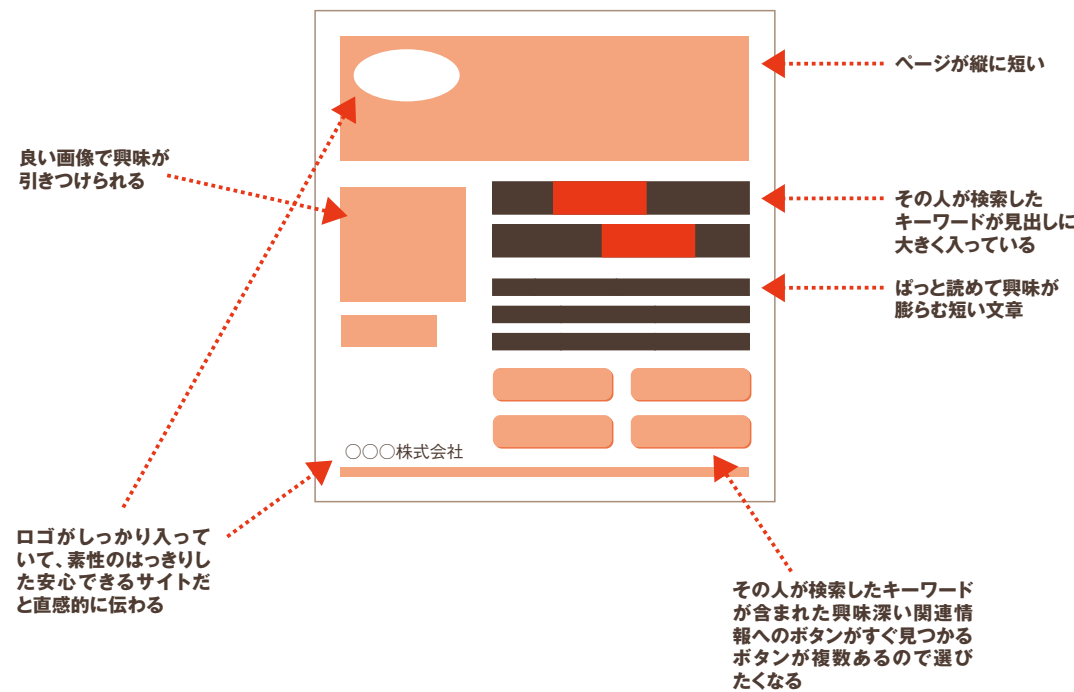
同じキーワードをあらゆるページに加えることも禁物だ。下手にキーワードを埋め込むと、検索エンジンがどのページを紹介するかわからなくなる。意図していないページが入り口になると、せっかくの訪問者がすぐに帰ってしまうことになりかねない。

それに加えて、次のページへの魅力的なリンクが見つかることも重要だ。良いリンクがあれば次のページも見えていこう、ということになる。良いリンクとは、やはり、そのキーワードで検索して訪れた人が「見たい」と思うリンクだ。グローバルナビゲー

P O I N T

- 1 キーワードを読み取り、自動的にページを差し替えるダイナミックLPOは便利だ。「マンション 新宿」で来た人には新宿という語を表示し、「渋谷」の人には渋谷という見出しを表示するのだ。
- 2 SEO、LPOの次に来るのはFLO（サイト内動線最適化）だ。良いキーワードで良い入り口ページに来た人を次はどこへ連れていきたいのか？ どう誘えばゴールまで導けるか、を最適化するのだ。
- 3 リンク文言は今のWebでいちばん重要な「作文」だ。「ホーム」「戻る」「NEXT」といったリンクでは、検索者の関心を引くことはできない。顧客の顔を思い浮かべて次のページに誘うことだ。

ションにあるような、「製品情報」といった素っ気ない、魅力のないリンクではない。訪問者は自分の関心に沿ったものしか見たくはないのである①。



① 良い結果を出すランディングページのスタイル
検索から来た人が「自分が探していた情報が見つかった!」と感じ、気持ちよく次のページに進んでくれるページは、縦の長さが短く、魅力的なリンクがいくつか掲載されている「コーナートップ」型のページが多い