

隙間産業から「ロングテール」の本質を知る

競合他社との「真っ向勝負」はもう古い!

今回はウェブ集客を行っていく上でつい見落としてしまう人も多い、「ロングテールSEO対策」に着目しました。そもそも「ロングテール」とは、その言葉の通り長い尻尾を意味しており、この尻尾の先にある売上が少ない商品に注目したビジネスのあり方を指します。

インターネットが現代ほどに発展する以前は、販売市場が今よりもずっと限られていたため、顧客ニーズへの対応よりも売れ筋の商品を大量に仕入れ、そこから利益を上げていくことしかできませんでした。

「確かな需要(ニーズ)はあるが大きな売上には繋がらない」とされた商品は、こうした当時ビジネスにとって決して向いているとは言えない、影の存在だったのです。しかしながら、現代のようにインターネットが普及し市場が大きく範囲を広げたことによって、この「ロングテール」が大きく脚光を浴びるようになります。

今や、当時お店の売上を支えた商品の市場は大手企業が独占。競合他社のみならず強豪他社のさらなる進出により、こうした強く大きな企業と真正面から競い合うのは土俵が違うというものです。



「スモールキーワード」を駆使して「ロングテールSEO」に取り組もう



では、インターネットの劇的な普及によって日々増えるライバルたちに負けないウェブ集客を行うために、どのような対策が求められるのでしょうか。

その鍵を握るのが「スモールキーワード」と呼ばれるキーワードたち。「スモールキーワード」は、冒頭で触れた「ロングテール」と非常に深い関係性を持っています。

「スモールキーワード」のメリットは検索回数が少ない反面、ライバルが少なく、かつスモールキーワードを用いる検索ユーザーは自身の「探しもの」に対するニーズが非常に高い傾向にあるということがあげられます。

よって、「スモールキーワード」は「ロングテール」との相性抜群。

検索回数が多い「ビックキーワード」に固執するのではなく、「スモールキーワード」を駆使して様々なキーワードで検索されるよう対策していくことを「ロングテールSEO」と言います。

ブログのタイトルでは1つのテーマを決めましょう。

いろいろなキーワードを欲張ってしまうのではなく、決めたテーマをさらに細分化して書いていくことが「ロングテールSEO」攻略のポイントです。

★当社ではホームページ制作、SEO対策システムも取り扱っております★

お気軽にご相談くださいませ

本年もどうぞよろしくお願い致します!!