

◎ラップ東京では、皆様のお役に立てるような様々な内容のコラムを発信しています。バックナンバーは www.raptokyo.co.jp から

「探そう」

最近よく、見かける Google のテレビCM。ダンスが下手な先生が練習をして子供たちにダンスを教える編、外国人のルームメイトと激辛ラーメンを食べに行く編。ご覧になっていない方もいるかもしれませんが、CMの最後に「探そう」と表示されます。

Google といえば、検索順位に影響するアルゴリズムの改変を何度か行っています。過去には「ペンギンアップデート」「パンダアップデート」、今回は「ハミングバード」を9月下旬ころ導入したと発表しました。ホームページを運営している私たちが当然、気になるのがその検索順位です。

Google はユーザーが調べたいことを的確に早く表示し、利便性を高めることが使命です。もし、検索結果がユーザーの求めているホームページではないもの、関連性の薄いものが表示されるとユーザーは離れていってしまいます。Google にしてみれば、ユーザーが求めるものに応えられるホームページを上位に表示してユーザーを満足させ Google を信頼させたいわけです。

最近ではスマホなどからの検索の利用が増えていますが、ここでは音声検索のほうにキーワードを打ち込む検索よりも主流となりつつあるようです。検索キーワードも「新宿 居酒屋」よりも「安くておいしい新宿の居酒屋はどこ？」Google のCMのとおりです。

今回の「ハミングバード」は、検索「キーワード」から脱出し、音声検索のような質問形式の検索クエリに対応する。そして様々なシグナルを確認し、検索順位を決める、と記事にありました。実際のところは不明です。しかし、ずっと以前から変わらない Google の言い分は、「高品質のコンテンツ」をもつホームページが上位に表示されるというものです。

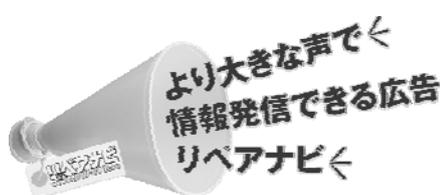
ユーザーにとって利便性のある、調べたいことがわかるホームページが選ばれるのは当然のことです。しかし、以前は、ユーザーをがっかりさせるページが上位に表示されることも多々ありました。

SEO 対策という言葉が朝日新聞に掲載されるくらい一般的なものになっていきます。SEO 対策というと被リンク(他のホームページから自社ホームページへのリンクの仕組み)を増やせばいいとか、特定のキーワードを埋め込めばいいとか様々な方法がありました。今後は、さらにユーザー目線にたったホームページの味方が求められていくと思います。

品質の高いコンテンツのホームページは、ユーザーが知りたいことを掲載している、掲載しにくいこともユーザーが知りたいこと、役に立つことなら表示していくことでもあります。例えば、高カロリーな食品を販売している、カロリー表示をしっかりとる、過去にあったクレームを紹介し、そのときに自社がどのような対応したか、なども当てはまると思います。ユーザーの立場に立ち、ユーザーにとって満足する情報なのか、参考になったと感じられるか? そのような視点からページの味を検討していく必要があるのかもしれない。答えは非常に難しいですが、「本質は何か?」を念頭に、自社のお客様にもご提案していきたいと思えます。

ご案内

3ヶ月お試し (掲載無料)
キャンペーン実施中!



クルマ修理の情報サイト

リペアナビ

成果をぜひ、体験してください。

リペアナビ

で検索!

バックナンバーは、

<http://www.raptokyo.co.jp/>

※アンケートがありますので

よろしかったらご意見をお聞かせください。