

2021.07.29

廿日出先生 ホームページSEO講座

 あきばれホームページ
Akibare Homepage

あきばれホームページとは？

ホームページ制作実績 全国**10,619**サイト ※2021年3月

治療院パック(接骨・整体・鍼灸・指圧)の実績**1,002**サイト

- 商号 株式会社WEBマーケティング総合研究所
- 設立 2002年1月22日／東京都新宿区西新宿8-1-2-3F
- 代表取締役 吉本俊宏
- 資本金 18,400万円
- 従業員数 正社員59名
- 事業内容 ホームページの制作、コンサル、運用サポート

自己紹介

■ 北原 義春 あきばれホームページ / 上席コンサルタント

実績

- ・600社以上のホームページ担当
- ・あきばれホームページ公式サイトのSEO担当
- ・治療院300院のサイト分析、改善コンサルティング

セミナー・講演

- ・セラピストサポート加藤先生共催セミナー
- ・展示会「2021健康施術産業展」 登壇
- ・からだケアアカデミーオンライン 登壇



はじめに

SEO対策もホームページも
何をしたら良いか、分からない・・・

SEO対策の現状

■ 数年前は簡単でしたが...

- 2018年からのGoogleアルゴリズムの変動(医療関係)
- たび重なる順位変動
- SEOでなくPPCを勧められてしまう
- 外部環境の急激な変化(コロナウイルス)

➔ **今、ホームページ集客がはるかに困難に！**

本日の目的

Googleの意図を確認します

- ・googleが何を重視しているのか
- ・エントリーする競技のルールを把握

しっかり考えた方を理解します

大前提

テクニックより、**中身が大切！**

様々な要因がありますが...

タイトルタグ / トップページ / **ブログ** / コンテンツ / キーワード
/ 更新の方針 / 症状別ページ / クローリング / CTR / **広告ガイド**

いったん**忘れてOK**です！

トピック名 / アンカー / キースト / 外部リンク / 内部リンク / 相互リンク /
スマホ対応 / HTTPS / AMP / サーチコンソール / ドメイン年齢 /
サーバー強度 / 表示速度 / 動画 / **構造化データ** / コアウェブ
バイタル

最新のSEOとは

SEO対策 = **公式ホームページづくり**

実は、どんどんシンプルになっています

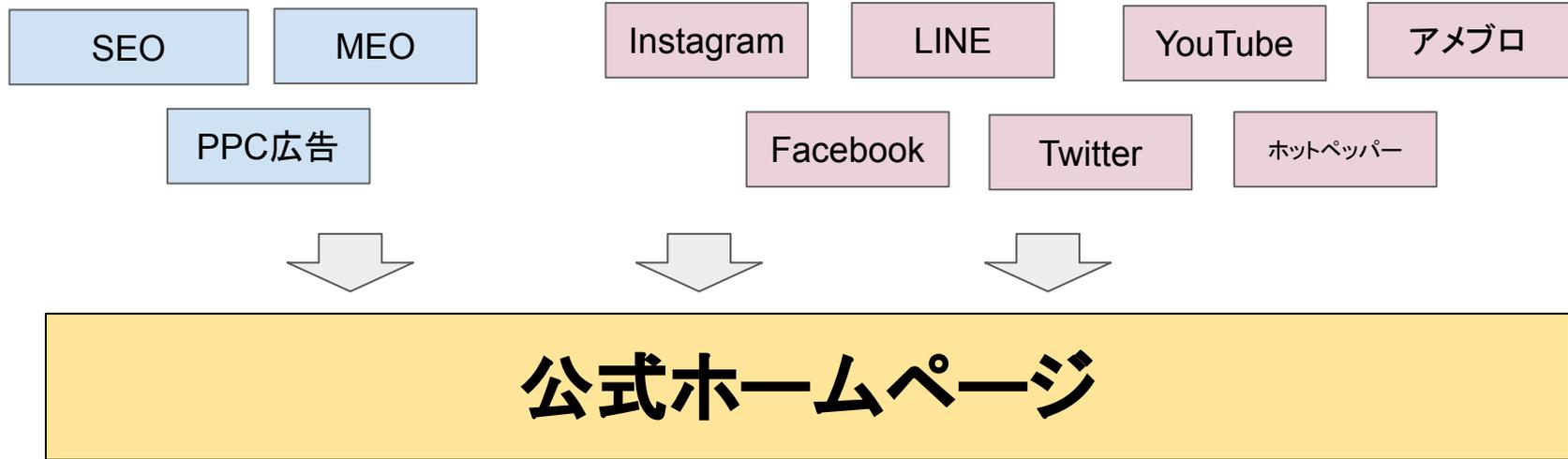
おさらい＝Googleの行ってきたこと

■ 検索結果において…

- ・あらゆるSEOテクニックを無効化
- ・AIの導入
- ・リアルの評価に近づけようとしている

小手先より**本物**が評価！

しかも、必ず見られています！



➔ **SEO集客も問合せも増加します！**

最新のSEOでは
テクニックより、**中身が大切！**

考え方

Googleは、**ユーザー満足度を重視！**

Googleによる、中身の評価ポイント

1、情報

検索という問いかけに対して、正確で質の高い情報を出しているか

2、ニーズ

多様化するニーズに込えているか

3、解釈・主観

一般的な事実にとどまらず、意見があるか

1、正確で質の高い情報とは？

■ 定義のイメージ

検索してその情報を得ると、

ユーザを動かすHPが評価！

そんなホームページ(情報)です。

ユーザーを動かすホームページ

■ 実は、パターンがあります



マーケティング型HPです！

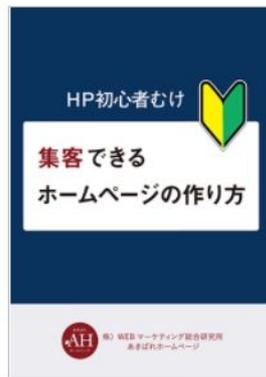
マーケティング型HPとは？

資料に沿ってご説明します

集客できるHPの作り方

HP初心者むけ

「新規のお客さんを集められない」「ホームページを作ったけど、まったく反応がない」そんな悩みをお持ちの方へ、ネットで10,619社の申込みを新規獲得した当社の秘密の集客ノウハウを大公開。



メールアドレス **必須**

example@example.com

業種 **必須**

業種をご記入ください

メールマガジンの登録 ※HPの活用方法の最新情報をメールでお届けします。

申込み >

実は、利害が一致しています

■ Googleと、施術所と

- ・Google: 情報を得てアクションして欲しい
- ・施術所 : ホームページから問合せが欲しい

つまり**マーケティング型HP**が有効！

Googleによる、中身の評価ポイント

1、情報＝マーケティング型HP

検索という問いかけに対して、正確で質の高い情報を出しているか

2、ニーズ

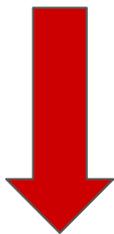
多様化するニーズに答えているか

3、解釈・主観

一般的な事実にとどまらず、意見があるか

2、多様化するニーズとは？

■ むかし＝「新宿 整体」「新宿 腰痛」



ユーザー／患者さんの

ニーズも知識もどんどん多様化！

■ いま＝「新宿」＋「整体／接骨／整骨／鍼灸・・・」
「新宿」＋「坐骨神経痛／椎間板ヘルニア・・・」

しかも、Googleはこう見えています

Googleのロボット

治療院、鍼灸院
整体院、接骨院

など

- ・似たり寄ったり
- ・情報量が多い
- ・同じテンプレ

競合店A

競合店B

先生の院のホームページ

・患者さんも

似たようなことしか書いて
ないから、どの院が良いの
かわからない...



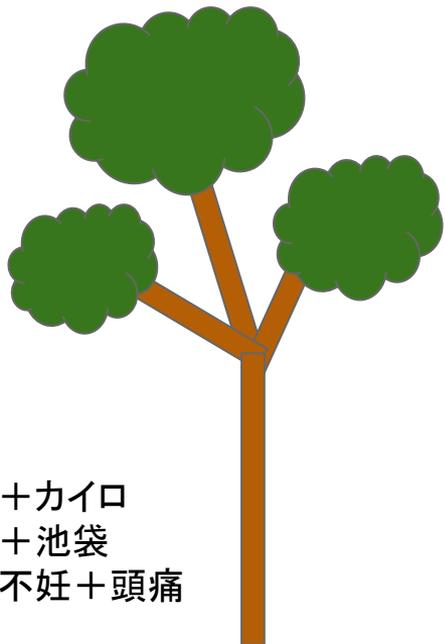
問題点① ホームページが似ている

- ホームページに掲載されている内容は、どこも似たり寄ったり
- ブログなど情報量が多すぎて、本当に伝えたいことが分からない。
- 同じテンプレに頼った作りになっている(過去に流行った焼き直し)

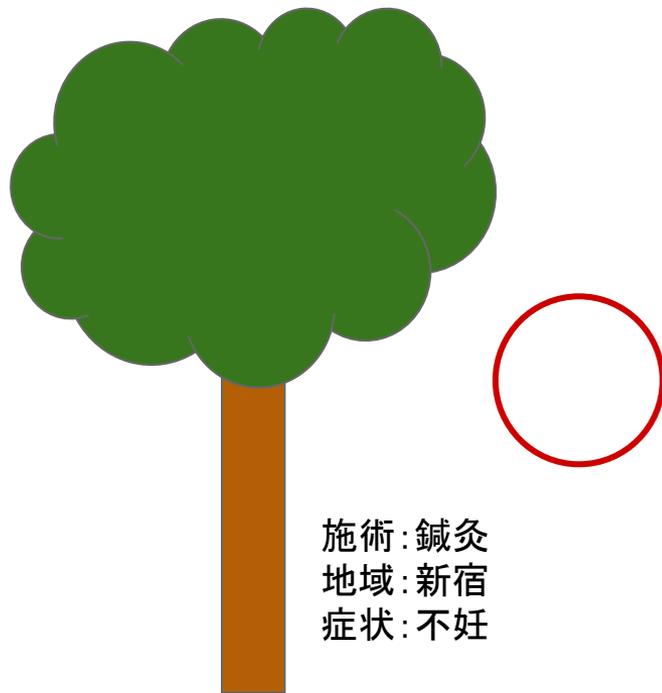
問題点② 患者さんが読んでくれない

- 似たような内容だから、公式ホームページからすぐ立ち去る。
- Googleは、患者さんの反応もチェックしており、順位がさらに下がる。

つまり・・・ターゲットを絞るのが重要



施術: 鍼灸 + 整体 + カイロ
地域: 新宿 + 渋谷 + 池袋
症状: 骨盤矯正 + 不妊 + 頭痛



施術: 鍼灸
地域: 新宿
症状: 不妊



多様化するニーズに沿った内容が評価！

※タイトル例「新宿の不妊鍼灸なら あきばれ鍼灸院」

Googleによる、中身の評価ポイント

1、情報

検索という問いかけに対して、正確で質の高い情報を出しているか

2、ニーズ＝ターゲティングを行う

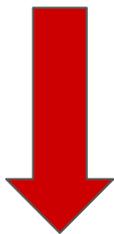
多様化するニーズに答えているか

3、解釈・主観

一般的な事実にとどまらず、意見があるか

3、解釈・主観とは？

■ むかし=ネットには事実が不足していた



30年近い間に事実より

解釈・主観・解説が求められるように！

■ いま=ネットには事実が集まって来ており、
どちらかと言えば主観／解説が求められている

Googleはこう見えています

Googleのロボット

治療院、鍼灸院
整体院、接骨院
など

競合店A

競合店B

- ・似たり寄ったり
- ・事実が多い
- ・同じ情報

先生の院のホームページ

・患者さんも

似たようなことしか書いて
ないから、どの院が良いの
かわからない...



Googleのロボット

治療院、鍼灸院
整体院、接骨院
など

競合店A

競合店B

順位
アップ

先生のオリジナル文章

私の症状について、
しっかり**先生の言葉**が
書いてある！



つまり・・・先生の言葉を書くのが大切

A(業者の文章)

- 高価格
- 50万円～
- ライターという言葉
- 綺麗な文章



B(先生の文章)

- 低価格
- 6万円～
- 先生という言葉
- 飾らない文章

実は両方試しましたが・・・ホームページBの方が順位が上がります。

しかも、プロセスが評価を受けます

情報をコツコツ出す先生が評価！

50点で公開し、
3ヶ月で12ページ

完成公開

納品＝公開

1ヶ月

2ヶ月

3ヶ月

まとめ

Googleが今、何を重視しているのか

ホームページをこう作れば、順位が上がる

1、情報

マーケティング型ホームページを準備

2、ニーズ

ターゲットを絞る(特に症状が有効)

3、解釈・主観

先生の言葉をコツコツ発信する

成功事例紹介

2021年、SEO集客ホームページのトレンド

「銀座 鍼灸」

「王子駅 腰痛」

「安城市 自律神経失調症」

マーケティング／症状／更新

最新のSEO対策に対応したサービスです

AH あきばれホームページ
Akibare Homepage

集客

SEO型で
納品

かんたん

更新ツール
& サポート

情報

最新ノウハウ
セミナー



ホームページを持てる！情報も入る！

今日から、 SEO集客を強化する方法

集客SEOを強化するために

3つの方法をご用意しました(特典)

- 1 プレゼント:本日の資料+最新SEOガイドブック
- 2 無料コンサル(北原):先着10院さま
- 3 初期費用20,000円引き:先着5院さま



特典フォームをご案内します

申し込み方法

先生のメールアドレスを入力するだけです！

特典申込フォーム

メールアドレスと質問をご記入の上、「特典申込」ボタンをクリックしてください。

メールアドレス 必須
(例: example@example.com)

無料コンサル (北原担当) 受けてみる

北原へのSEOご質問
例) 順位が上がらないがどうしたら良いか
例) 自分のホームページSEOの状態を教えてください
例) 集客のコツを知りたい



集客SEOのノウハウを強化できます！

貴重なご縁をいただき、感謝いたします
お力添えさせていただければと存じます

