

# ファンブロ！ 【抜け道ガイドマップ】

スルッとよけてサラッと稼ぐサイト設計が丸わかり！

あか子

## はじめに

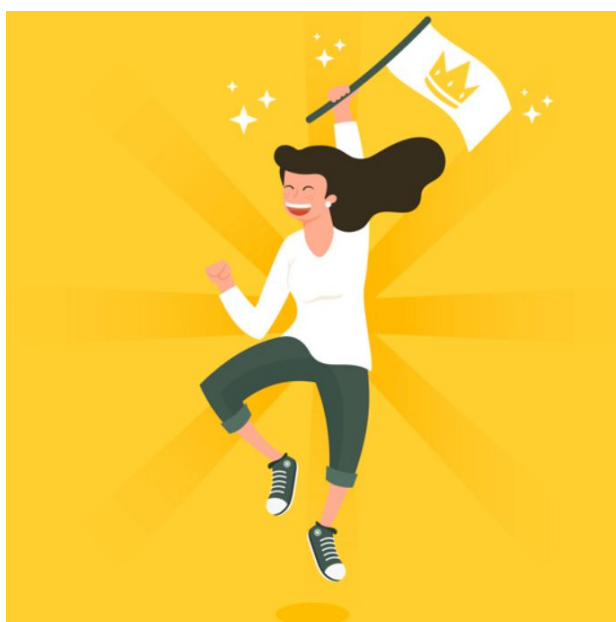
ファンブロ！は、あなたらしく・あなただから書けるコンテンツがポイントとなるブログアフィリエイトの方法をお伝えするものです。オリジナリティの面でも大切なことですが、収益を上げるための導線としても重要な考え方となっています。

そのため、ファンブロ！式サイト設計ではコンセプト・ターゲットの設定が必須となります。キャッシュポイントが見つけれない方は、ここをしっかりと考えてみてください。

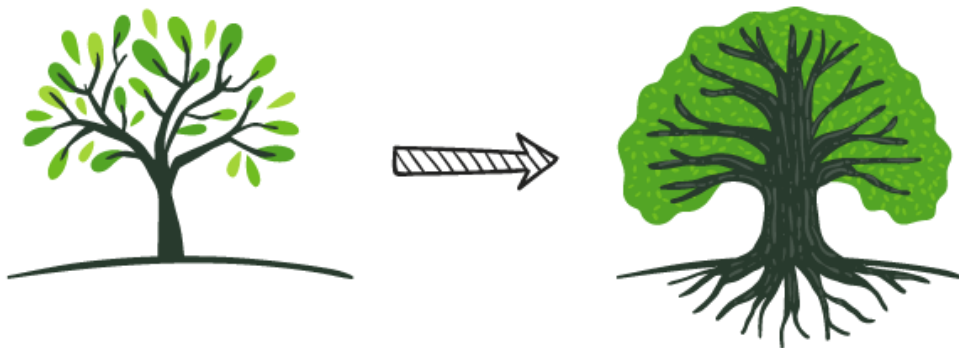
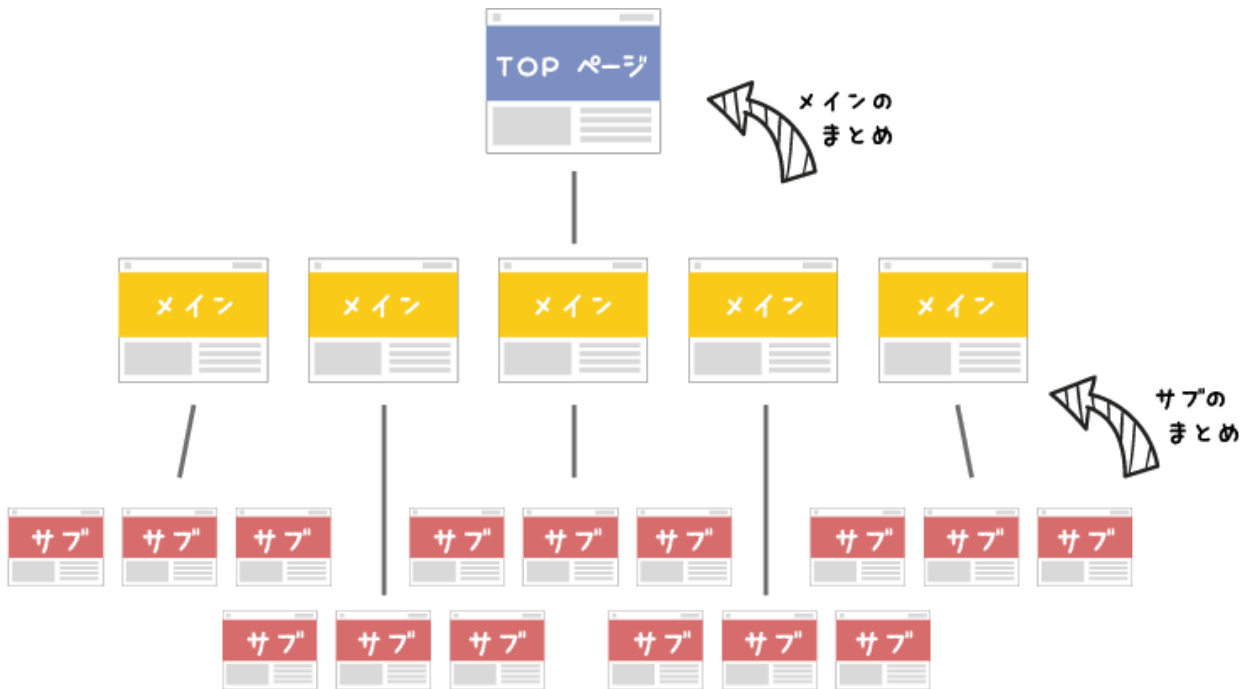
### ライバルと正面から戦わない

アフィリエイト参入者も多くなってきましたし、Googleの検索機能はどんどん変化して小手先のノウハウでは検索上位を取ることは難しくなっています。

でも、個人ブログだからこそできる戦い方があり、それはまだまだこの先も使えるノウハウです。ライバルと正面から戦わず、ゴリゴリとセールスすることもなく、気が引けるような裏技を使うわけでもなく、収益を上げていくためのサイト設計をお伝えします。



## 特化ブログの設計方法



根っこ（サブコンテンツ）がたくさんあるほど栄養を吸収し  
幹から伸びる枝（メインコンテンツ）が太くなり  
葉っぱ（アクセスや報酬）が増える！

## サイト内の記事はリンクでつながっている構造に

思い付きで記事を書き続けていると、たくさん記事があるのにつながっていない記事が出てきてしまいます。せっかく記事をたくさん書いて根っこをたくさん作っても、つながっていなければ幹や枝に栄養が届かず葉(収益)を増やすことはできません。

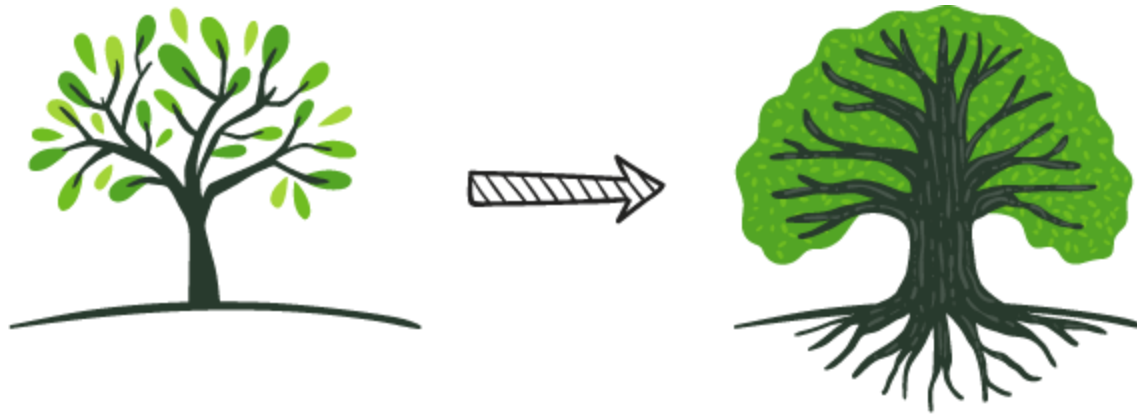
サイト設計をすると「記事同士が適切にリンクでつながった構造に仕上げられる」というメリットがあります。

孤立した記事がない、適切に記事同士がつながっているサイトは、アクセスの循環が良いので読者からもGoogleから見やすいサイトと評価されますよ。



記事から記事へ、適切にリンクでつながっていて  
関連する複数記事を好きなようにたどることができる

## 良いサイトは好循環でフサフサの木が育つ！



根っこ（サブコンテンツ）がたくさんあるほど栄養を吸収し  
 幹から伸びる枝（メインコンテンツ）が太くなり  
 葉っぱ（アクセスや報酬）が増える！

根っこが発達していないと、栄養が届かないため枝が細い木にしか成長しません。  
 根っこが発達すると栄養を吸収して幹や枝の太い安定した木に成長します。その後も、  
 剪定をする(記事の修正・見直し)ことで、より長く無駄なく成長を続けてくれます。

根っこはサイトでいうとサブコンテンツにあたります。  
 サイト内の割合でいうと、**70～90%がサブコンテンツなのが理想**ですね。

### サブコンテンツは集客記事

#### <サブコンテンツのキーワード例>

- ・ ライン 使い方 初心者 トーク（4語のキーワード）
- ・ ボケ防止 アプリ android（3語のキーワード）
- ・ スマホ プレゼント 親（3語のキーワード）
- ・ かんたんスマホ オプション（2語の弱いキーワード）

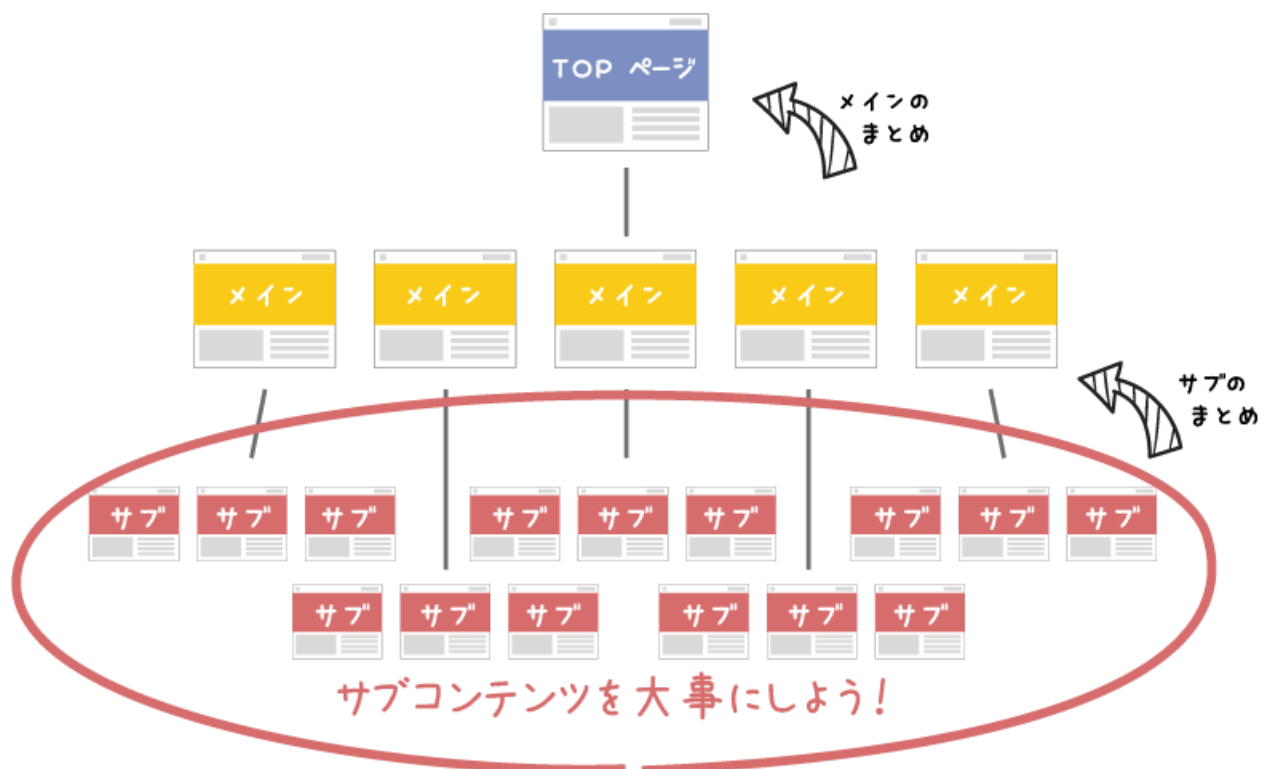
サブコンテンツでは弱いキーワードを狙って、小さくても着実にターゲットからのアクセスを集めていきます。



多くのアフィリエイトは、成約に繋がりやすいメインコンテンツ・キラコンテンツにばかり力を注いでいます。ですから、頭が重くて安定感の低いサイトになってしまうんですね。

最悪の場合は栄養が届かず(アクセスが来ない) 葉っぱが生えない(収益が発生しない) ままに成りかねません。

たった1人に向けた小さな悩みに答える記事をしっかりと書くことで、「この人、自分と同じだ！それならおすすめを見てみよう」と別の記事も読んでもらうことができます。そうするとサイトが好循環になっていくんです。



## メインコンテンツは成約&集客記事

### <メインコンテンツのキーワード例>

- ・ワイモバイル 乗り換えキャンペーン（2語のキーワード）
- ・スマホ 初めて（2語のキーワード）
- ・シニア スマホ おすすめ（3語の強めキーワード）

メインコンテンツは、サイトのコンセプトにある目的を達成するために必要となる大まかな道筋を示してあげるものです。ですから、キーワードは大きなターゲットに向けた2語のキーワードになります。（場合によっては3語キーワードになることもあります）

具体的な方法などはサブコンテンツで説明してあげて、関連するサブコンテンツを凝縮したものをメインコンテンツにするイメージになります。

### メインコンテンツ

ワイモバイル キャンペーン

### サブコンテンツ

スマホ 乗り換え お得 時期（期間限定のキャンペーンを紹介）  
ガラケーからスマホ 格安（キャンペーン利用で格安&好条件）  
通話料 安い スマホ（格安SIMは通話料が心配→キャンペーンあり）

### メインコンテンツ

ワイモバイル メリット

### サブコンテンツ

ワイモバイル シニア 評判（使ってる感想、その他口コミ）  
スマホ 初めて 選び方（サポート、料金、使いやすさ等）  
シニア スマホ ライン（シニアが使いやすいスマホでラインも使えるもの）

## 成約記事と集客記事の役割の違い

**成約記事＝広告サイトへ送客すること**

**集客記事＝サイトに訪問者を集めること**

この2つを併せ持つ(集客して成約する)記事もあるので明確に分けられませんが、意識して違いを持たせると上記のようなことになります。

そして一般的に成約させやすいと言われるキーワードはライバルが多いです。  
(格安スマホ おすすめ、格安sim 比較、ワイモバイル 乗り換えキャンペーン等)

<サンプル>

キラーコンテンツ：[【初心者向け】ワイモバイルに乗り換えする手順と方法](#)

成約記事：[【3月】ワイモバイルのキャンペーン・キャッシュバックまとめ](#)

集客記事：[【シニア向けスマホ】ライン使うならかんたんスマホがおすすめ！](#)

検索してみると分かりますが、ワイモバイルへの乗り換え方法が書かれた記事はネット上にたくさんあります。ワイモバイルへの乗り換え方法は、どれだけ分かりやすく親切に書くかという点以外で差別化しづらいネタなので、上位表示を狙うのは簡単ではありません。

ですから、**集客記事は集めた訪問者を成約記事へ流すという重要な役割も**持たせます。

どうしてワイモバイルがおすすめなのか

なぜ格安simがいいのか

どんなときにそう感じたのか

コンセプトを意識した集客記事を増やしていけば、自然と同じ気持ちや考えを持ったターゲットを集めることができますよね？訪問者が「私のような人だったら、やっぱりワイモバイルが良いんだ！この記事を書いた人と同じだもん。乗り換え方法が詳しく載ってる記事もあるからやってみよう」と思わせられる確率も高くなります。



## サブコンテンツ（集客記事）



## コンセプト・ターゲットを決める方法

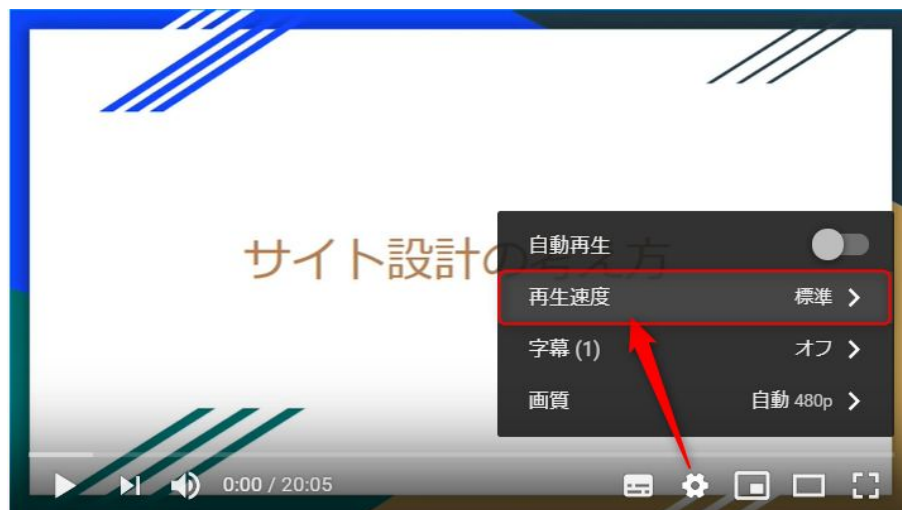
ここまでにお伝えした通り、サイト設計をするにはコンセプトを決めることが大事な工程になっています。そしてそのコンセプトは誰に向けたものなのかを定めることで、ターゲットも絞られます。

動画で詳しくお話していますので、そちらをご覧ください。

<http://mama-1st.com/funblo/site-sekkei/>

※約20分の動画ですが、1.5倍速で視聴するのがおすすめです！

【歯車マークをクリック→再生速度→1.5（もしくは1.25）】で速度を変えられます。



※ここから先は動画の補足です。



## 注意ポイント

動画内の例では、最終的に「ワイモバイルへの申し込み」をキャッシュポイントとして、ワイモバイルに乗り換えるための記事をメインコンテンツとしています。

ここで注意したいのは、**単なるワイモバイルの紹介サイトにならないこと**。

「高齢の親にスマホデビューさせるならワイモバイルがいいかなと思っている子ども」に向けて書くことを、すべての記事で意識してください。

たとえば、「ワイモバイル 中学生」はワイモバイルの関連キーワードですが、コンセプトに合わないので書く必要はありません。逆に、「高齢者 スマホ 普及率 2019」は、ワイモバイルの関連キーワードではないけど、コンセプトに沿ったターゲットが興味を持ちそうなので書いても良さそう...というように考えてコンテンツを増やします。

もう1つ注意したいのは、**特定の商品まで絞るとその商品の需要に左右される**ということ。

ワイモバイルは簡単に無くなれないと思われるし、需要は十分大きいので商品名まで絞っても大丈夫と判断しています。新商品やアフィリエイトを始めたばかりの商品は、販売終了・アフィリエイト終了となることも多いので注意してください。