キーワード調査から検索意図を読み取る、4つの基本的な方法と注意点【ネクストライク189号】

検索意図がどのようなもので、その重要さがわかっても、検索意図を把握するための前提として、実際にユーザーがどのような検索意図で行動しているかを知ることが出来なければ意味がありません。

そこで、ユーザーのニーズを調査してキーワードを選定するすることが必要となってきます。

ユーザーが何を求めているのか? ゼロから始めるキーワードの選定にあたっては、絶対といえる手法はなく、基本的な調査に加え、日頃のキーワードへの関心で湧き出るものや仕事を通じて感じる、いわば、自分のセンスが武器になります。
次に、キーワード調査する基本的な4つの方法と注意点について考えてみます。

１．実際に上位表示されているコンテンツを調べてみる

実際に、そのキーワードで検索してみて、上位表示されているページの各見出しに設定されているコンテンツをチェックします。上位サイトであるということは、Googleから「そのキーワードでの検索された中で、これは、ユーザーの検索意図に応えているコンテンツ」だと評価されている証拠だからです。キーワード自体を調べるだけでなく、その内容を調べることで、ユーザーがどのような検索意図で検索し、どんなサイトが多いのか、「どのような内容のコンテンツが高く評価されているのか」、競合はどんな記事を公開しているのか、そのターゲットや記事のタイトル、内容・記事数・文字量はどうか、その傾向が一覧で知ることができます。

２．サジェストキーワードを調べる

Googleの検索窓にキーワードを入力すると、関連する候補キーワードが自動的に表示されます。
検索する際にメインとなるキーワードの後ろにスペースを入力することで候補となるキーワードが表示され、複合キーワードとなる様々なサジェストが一覧で表示されます。多くのユーザーに何度も検索されており、重要度が高いとGoogleが判断したキーワードや、類似するキーワードなどが表示されます。このサジェストキーワードを調べることで、「ユーザーはどのような情報を知りたがっているのか」「いま、どのようなことが話題になっているのか」などが把握でき、検索意図を読み取ることができます。

これは、実際に検索されているキーワードとなる候補を参考にしてみるというもので、単語そのものは違っても検索意図が同じ場合も十分考えられ、時に、意外な検索意図などの発見があるかもしれません。

３．検索結果画面で関連キーワードを調べる

実際にキーワードを入力して検索を実行すると、検索結果画面の下部に「〇〇に関連するキーワード」として関連キーワードが表示されます。この関連キーワードも、ユーザーの検索ボリュームが多く、よく検索されているキーワードであり、検索意図が反映されていることが読み取れます。

４．お悩み相談やQ&Aサイトを調べる

“お悩みキーワード”といった何かを解決したい場合の検索意図は「Q&Aサイトで調べる」というアクションを実際に起こしていることからも、ユーザーの検索意図や必要度合いが把握しやすいと言え、「Yahoo!知恵袋」や「OKWAVE」のようなお悩み相談・Q&Aサイトを参考になります。新たなキーワードを元に検索意図を見つけることができるかもしれませんが、検索意図である“答え”がそのままコンテンツとして反映されているはずです。お問合せに含まれるキーワードはもちろん、それに対する答えに含まれる解決策もひとつではないはずです。ある質問を多くのユーザーが参考にしている場合は、そのトピックに同じような悩みや問題を感じているユーザーが多いことを意味します。最近使用されているハッシュタグなどを元にユーザーがどういった発

□□□

2020.03.23

[□□□