

I K G の  
旅館経営再生塾  
第四十七回

「キーワードを

工夫する」

執筆担当者

芝崎 稔

皆さんは検索サイトを利用しているかと思うが、この検索サイトで「知りたい」キーワードを入力し、検索をかけると検索結果の一覧が表示される。良く見かける光景だ。このキーワードがその名の通りアクセスアップへの重要な鍵になるのではなからうか。

検索サイトで「温泉」と入力してみた。すると、約25万件の検索結果。絞込み検索で「温泉 露天風呂」と検索してみると約6万5千件。その差は歴然だ。旅館のホームページ（以下HP）をターゲット顧客が検索する際にはいくつかの希望があるだろ。」

「安くて…」というように顧客には希望がある。これがキーワードなのだ。このキーワードはソースの中に簡単に書き込めるのだ。すると検索エンジンがキーワードを拾い検索結果として表示されるのだ。キーワードは何でも良い訳でない。無意味なキーワードを羅列してもあまり効果的ではないだろう。きっとアクセス数は増加してくるだろうがターゲットとして適切ではない。極端な話になるが野菜を購入しようと思っという主婦が本屋へ行く。これと同じで自社とは無関係なキーワードをいたずらに書き込んでも肝心な売上には繋がりにくいだろう。では、どのようにキーワードを洗い出したら良いのだろうか。自社のアピールポイントをまとめてみてはどうだろうか。「露天風呂」、「落ち着く（癒し）」、「料理がおいしい」、

「安い」等自社がこれだけは伝えたいというアピールポイントは何点かキーワードとして書き込んでおく。これらのキーワードから検索してこられた顧客は興味を持ってHPを閲覧してくれるだろう。そして、HP内で自社のアピールポイントを多めにセールスしていく。自分の希望条件を満たしてくれる旅館のHPを閲覧。このような背景を考えながらキーワードの洗い出しを試みてはどうか。ついでにはこれが売上に繋がる可能性も高いのではなからうか。先に述べたように無意味なキーワードを羅列しアクセスアップだけを目指しているHPもすればしば見かけるが、くれぐれもこのようなHPは作成しないようにして頂きたいと思う。自社が招きたい顧客が検索しそうなキーワード。嘘・偽りのないセールスポイント。こんなキーワード作りは如何だろう。