



検索からユーザーの興味関心を可視化する

これまで私は一貫して、「WEB広告運用には最低限の知識が必須です」と、繰り返し述べてきました。その理由は大きく2つあります。

ひとつは、これまでもお伝えしてきましたが、この世の中は、情報弱者が騙されやすい(損をしやすい)世界です。あまり良くない言い方ですが、これが現実です。

例えば、特殊詐欺(オレオレ詐欺)は、これだけメディアや警察が注意喚起を行っても、毎年280億円を超える規模の被害が出ています。人を騙す詐欺集団が一番の悪であることに変わりはありませんが、自ら情報を得て対策をする人と、そうでない人では明らかに騙されるリスクが異なります。また、株や仮想通貨の取引も同じです。今も昔も、自ら学ばず、「周りがみんなやっている」という安易な理由で購入し、損失を出す方が大勢います。

私は、自分が良く知らない領域に関して、専門のスペシャリスト(プロ)に依頼することは決して悪いことではないと考えています。店舗営業に関わることにしても同じで、外部の専門家は知識も豊富でスキルも高いため、彼らの力を借りることで、独力だけで行うより短期的にそして効率的・効果的に結果が出やすくなるのです。ただし何度もお伝えしますが、外部の専門家に依頼するためには、その分野の必要最低限の基本知識が必要なのです。これまでその理由を誌面でお伝えしてきました。

今回は、もうひとつの理由をお伝えします。私がなぜ、「WEB広告運用には最低限の知識が必須です」と強調するかというと、ずばり、WEB広告は「マーケティング分析」にも

利用できるからです。WEB広告やGoogleビジネスプロフィール、各SNSのインサイト情報など、複数のコンテンツからもマーケティング分析に活用できますが、今回は検索ボックスからの活用術についてお伝えいたします。

検索を分析する4つのツール

皆さんも1度はインターネットで検索をされたことはあると思います。もちろんパソコン、モバイル、タブレットなど問いません。調べたいキーワードを検索した際、予測変換(キーワード)が表示されたことがあるはず。例えば、「スマスロ」というキーワードで検索しようとする、「スマスロ 北斗の拳」「スマスロ鏡」「スマスロパキ」「スマスロベルセルク」などの候補が表示されます。これがサジェスト検索です。これらの候補は、他のユーザーがよく検索したキーワードや、最新のニュース、トレンドに基づいて常に検索ボリュームが多い順に表示されます。本来、サジェスト検索は、ユーザーの検索時間短縮が目的なのですが、検索意図や関心事を知ることができるため、パチンコ店のマーケティング分析にも役立ちます。

次に、「スマスロ北斗」と検索すると「スマスロ北斗 打ち方・設定判別・天井」というサジェストキーワードを発見できました(図1)。ユーザーがよく検索しているキーワードなので、例えば、店内や遊技台周りに、「スマスロ北斗の打ち方や天井情報」を掲示し、持ち帰りできるよう店名ロゴ入りのミニチラシなどを置いてもいいかもしれません。このように、サジェストキーワードは検索ボックスからも調べられますが、より多く

図1 サジェストキーワード



図2 キーワードリサーチツール



図3 キーワードプランナー



確認したい場合は、ラッコキーワード検索という無料検索サイト(図2)を利用するのも良いでしょう。

次に、Googleが無料提供している、キーワードプランナーとGoogleトレンドの2つについてもお伝えします。

キーワードプランナー(図3)とは、Google広告管理画面にて、無料で利用できるツールです。調べたいキーワードの検索ボリュームがどれくらいあるか、またそれらに関連したキーワードの検索ボリュームも同時に確認できます。キーワードプランナーの使い方は、①Google広告にログインする ②ツールメニューから「キーワードプランナー」を選択する ③「新しいキーワードを見つける」または「検索ボリュームと予測値を取得する」をクリックする ④商品またはサービスに関連する単語やフレーズを入力する ⑤キーワード候補や予測値などの情報を確認する、という手順です。

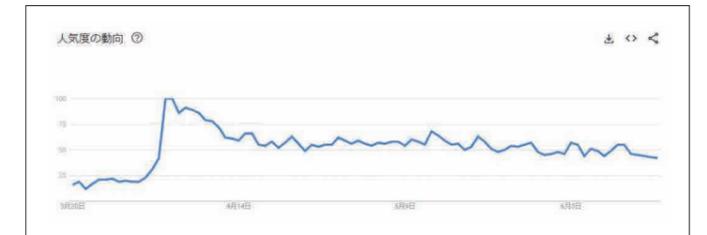
Googleトレンドは、Googleで検索されたキーワードの人気度や変化をリアルタイムで反映し、グラフや地図で見ることができるツールです。Googleトレンドの使い方は、①検索で「Googleトレンド」と検索しサイトにアクセスする ②検索ボックスに調べたいキーワードを入力する。複数のキーワードを比較する場合は、カンマで区切る ③検索オプションで、期間や地域、カテゴリなどを指定する ④検索結果が表示される、という手順です。

キーワードの人気度を示すグラフ(図4)は、人気度が0から100までの相対的な値で表されます。100が最

も人気の高い時点を示します。地域別の人気度を示す地図は、地域ごとに色分けされており、色が濃いほど人気度が高い地域を示します。関連トピックと関連キーワードというセクションですが、トピックはキーワードに関連する人物や場所や事柄などのカテゴリです。キーワードは関連する検索語句です。それぞれ、タブで上昇度と人気度の2つの指標でランキングされています。上昇度は、期間内に急激に増加した割合を示します。人気度は、期間内に平均的にどれだけ検索されたかを示します。このようにGoogleトレンドは、流行や話題や市場動向などを分析するのに役立つツールです。

いかがでしたか? 今回お伝えした4つのマーケティング分析ツールは、すべて無料で利用できます。これらにいち早く気づき営業に活かしているお店とそうでないお店は、今後さらに差が開くことでしょう。感覚ではなく数値でユーザーの行動心理を計測できるツールが無料で利用できる時代です。今後の営業戦略のひとつに活用していただければ幸いです。 [A]

図4 Googleトレンド「人気度の動向」



さいとう・ゆうき
転職支援を行う「パチンコ転職ナビ」の責任者として、職業紹介士(第193号)とファイナンシャル・プランニング技能士の資格を取得。同時にWeb広告を学び、Google認定アナリティクス個人認定資格(GAIQ)やAdWords認定資格も取得。現在はホールが取り組むべきWeb戦略を提唱している。