

昨年ネット広告の割合は広告全体の4.7%で、一昨年の155%増し、金額にして2808億円と、ラジオ広告を抜いたそうです。広告として無視できない勢力と言えるでしょう。

その一角を占め、効果をあげているのが、**検索エンジン**による広告です。大企業から中小企業、個人事業者まで、検索エンジンを使って上手に広告し、多くの効果をあげるという時代になってきました。

今回は検索エンジンについて、特に

検索エンジンの順位はどう決まるのか？



キューブ君

について考えます。

検索エンジンは、クローラと呼ばれるプログラムが、世界中のウェブページを巡回して集めた情報をもとに検索リストを作成します。クローラは、ページを構成しているプログラムや文章を確認し、どのような言葉(キーワード)が、どのくらいの頻度で、どういった装飾が施されているかも調べます。ですから、同じキーワードで検索しても、そのキーワードを強調し、より多く使っているページが上位になるのが基本です。

しかし、1つのキーワードだけを何千回も書かれたページが上位に表示されては困ります。そこで、検索エンジンでは良い文章を見分けるアルゴリズムを使って、そのページが本当に内容のあるページなのかを評価します。例えば、同じ文言(キーワード)が全体の文章中何度使われているか、とか、強調の為にプログラムを何度使っているか、などです。これらは多すぎても駄目、少なすぎても良いページと見なしてもらえません。また、プログラム部分に記述したタイトルと内容がかみ合っているかもチェックされます。発信情報が少ないという意味で、サイトのページ数が少ないのも評価が低くなります。

見やすさとしては、サイトのどのページからでも他ページへ進めるようリンクを作ること(内部リンク)や、サイト

マップなどが評価されるようです。そして、他のホームページからのリンク(外部リンク)が多いことなども高評価となります。他の人が推薦するページは良いページである可能性が高いということでしょう。グーグルでは、ページランクというシステムがあって、これらを参考にしてランク付けします。当然、ランクが高ければ、表示順位も上がります。ヤフーでも似たような基準でページを評価しているようです。裏技的に検索エンジンをだます方法もあります。しかし見つかった場合、どんな大企業であっても検索エンジンに表示されなくなる恐れがあります。

検索エンジン自身は、利用者が思ったようなページを探し当てられたかで評価されます。そのため、より人間の思考に近いシステムをつくらうと、年々進化しています。私見ですが、以前より使いやすくなっているような気がします。

これらを広告で活用するには、有用な情報であるかをよく考えた上で、キーワードなどの配置を考え、見やすさ、使いやすさを考慮して、ページ数や文章量なども含め一定のレベルに達したサイトを作成する必要があります。ある意味、基本的なことが大切なようです。

有料の検索エンジン広告について

有料広告として、ヤフーの「オーバーチュア」やグーグルの「アドワーズ」などが有名です。検索後のリストに「スポンサーサイト」、「スポンサー」として表示される部分です。リストの一番上、右側、一番下(ヤフー)などに表示されます。

どちらも広告主がキーワードを登録しておいて、そのキーワードで検索されたときに、自社サイトのページへのリンクが表示されるシステムです。クリックされると、広告料が発生します。キーワードは何千件でも登録が可能です。

価格はキーワードの人気によって違います。リストへの表示順にも決まりがあって、キーワードを入札して、最も高い値をつけたサイトから上位表示されます。

支払は、ワンクリックごとに入札価格を支払います。月々の予算や一日のクリック数制限もできますので、費用対効果を考えながら運用することが可能です。

* 検索エンジン対策を詳しく知りたいという方は是非お申し込みください

『第3回 ITマーケティングセミナー』

8月29日開催！ホームページの活用を中心に、最新のITマーケティングをご紹介します。

お問合せはこちら

株式会社
アイ・シー・キューブ

〒310-0021

水戸市南町3-3-43

小林ビル5F

TEL 029-228-0116

FAX 029-233-0882

担当 高貫修

無料セミナーです。詳しくは
ホームページでご確認ください

<http://www.ic3.co.jp/> 『セミナーのご案内』