

1つ上のWEBライターを目指す

マーケティングWEBライター

Vol.2 CV記事の設計図

## CVコンテンツの作成2ステップ

ステップ①

コンテンツ設計

ステップ②

ライティング

## ステップ①

# コンテンツ設計

より細分化して  
9つのステップで解説

- ①ペルソナ、シチュエーション
- ②ニーズの洗い出し、特定
- ③コンテンツのゴール設定
- ④独自性、価値提供の見せ方
- ⑤最大の結論、理由、具体例
- ⑥情報、素材のリサーチ
- ⑦目次作成

## CVコンテンツ作成の下準備 - 9つのステップ -

- ①最大限に鮮明にしたペルソナ、検索シチュエーション
- ②想定し得るニーズの抽出、特定
- ③潜在ニーズを明確にする
- ④ニーズのズレ・漏れをチェック
- ⑤記事のゴール、理想の未来を設定
- ⑥コンテンツの「強み・売り(=USP)」を決める
- ⑦作成に必要な情報や素材を収集
- ⑧目次設計
- ⑨CVポイントの設計

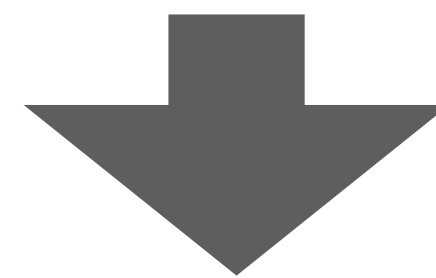
# 1

最大限に鮮明にしたペルソナ、検索シチュエーション

検索キーワードを確認したら、  
まずすべきこと

## ペルソナ設計

- ① デモグラフィック情報(年齢、性別、住まい、家族構成、所得、学歴…)
- ② 検索シチュエーション(現在、ユーザーが置かれている状況)

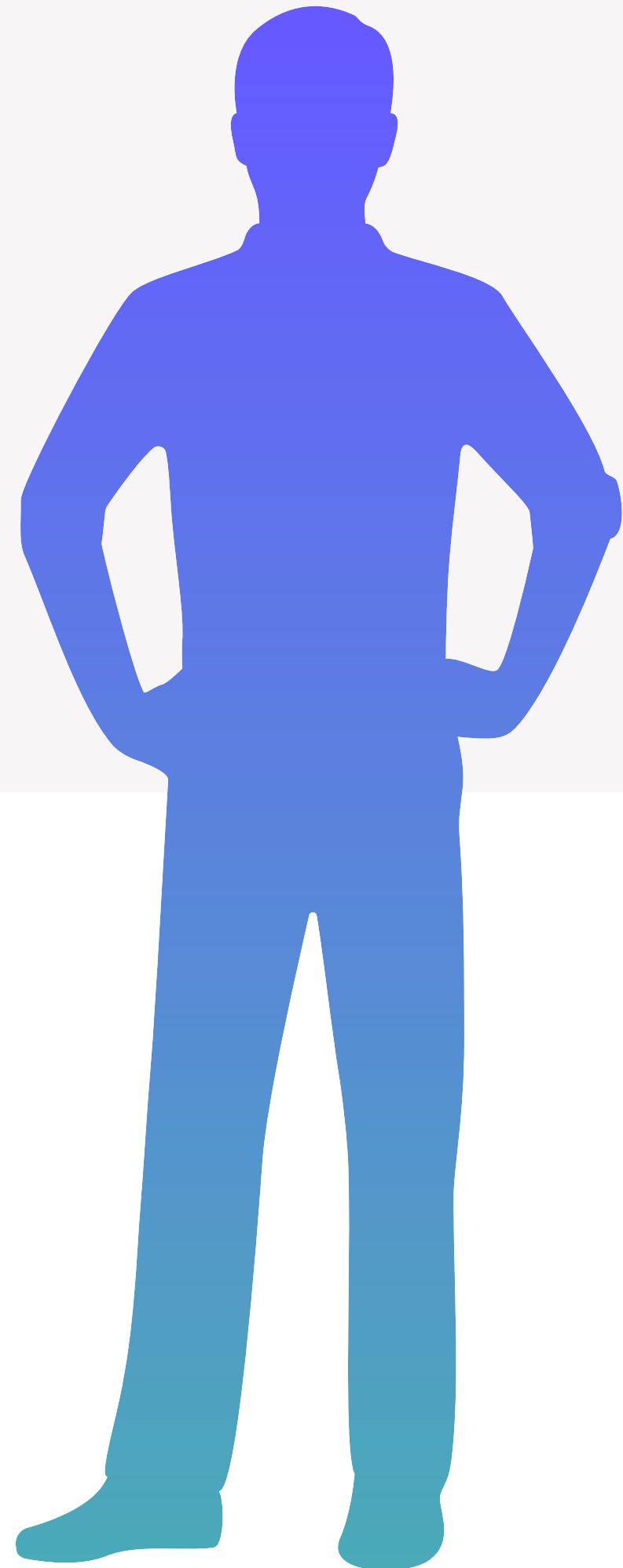


そのKWを検索するユーザーは「どのような人物」で  
「どのような状況に置かれているのか=どんな悩みを抱えて今このKWを検索しているのか」を  
鮮明に可視化することで、CVまでの導線設計ができる！  
→ 「何を解決して、どうなりたいのか」の理解に繋がる

① デモグラフィック情報をリサーチし、  
たった一人にペルソナを絞り込む

# ユーザーのデモグラフィック情報とは？

(人口統計の属性データ)

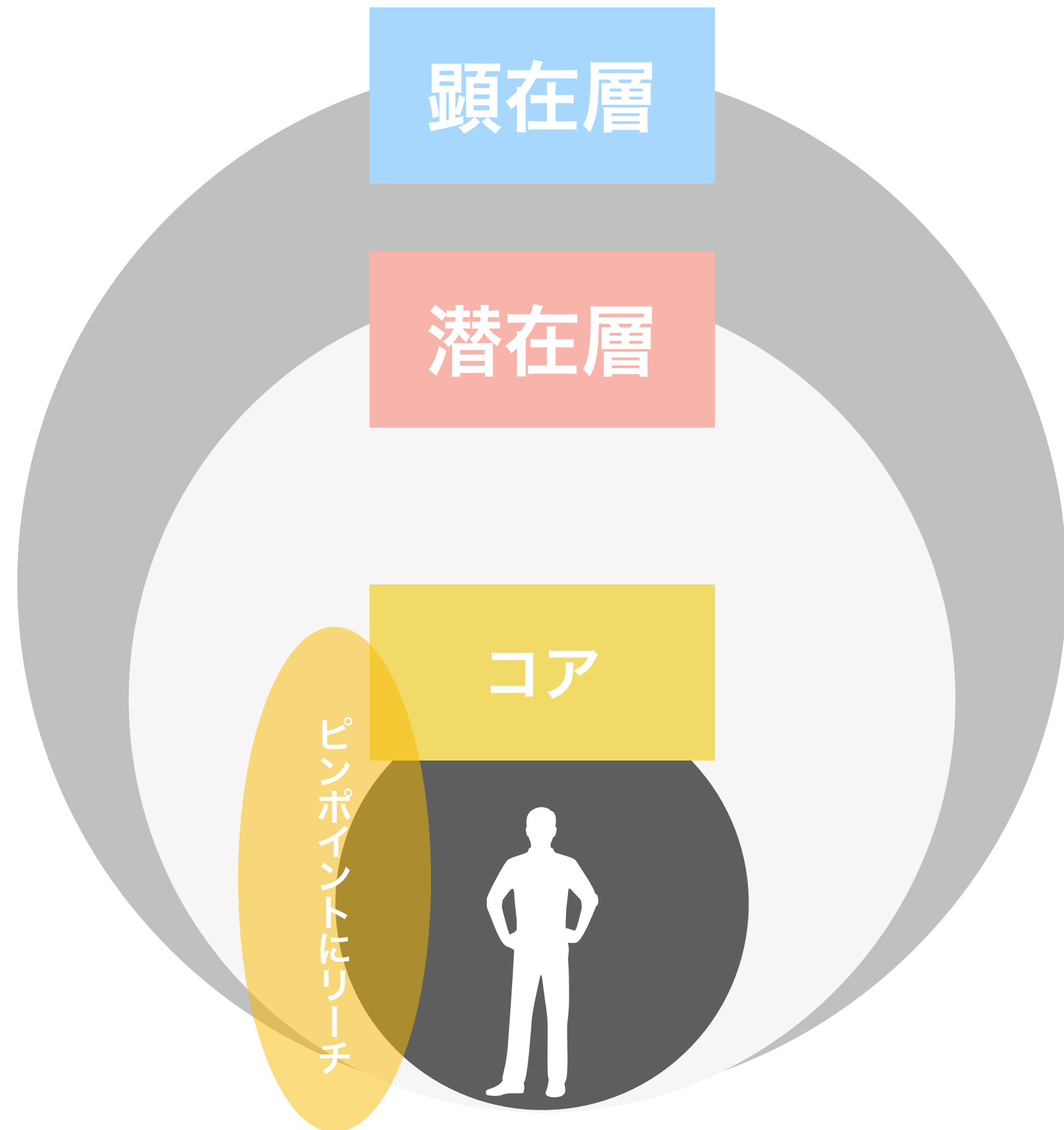


性別	<p>【そのキーワードで検索する人の性別を仮定】 「腹筋 割り方」は男性ユーザーが多く、「腹筋 くびれ」だと女性ユーザーが想定できる。</p>
年齢	<p>【そのキーワードで検索する人の年齢層を仮定】 「お腹 たるみ」で検索する人は、主に40代～50代であり、10代の検索ユーザーは想定できない。</p>
住まい	<p>【そのキーワードで検索する人の住まい/地域を仮定】 「雪 除雪 方法」は都心ではなく、豪雪地帯に住んでいると想定できる。</p>
職種	<p>【そのキーワードで検索する人の職種を仮定】 「新入社員 挨拶」は“新入社員”、「新入社員 教育」だと“教育係(新入社員から見て先輩・上司)”だと想定できる。</p>
世帯(事業)規模	<p>【そのキーワードで検索する人の世帯/事業規模を仮定】 「HP作成 予算」なら企業のWEB担当者、「HP作成 費用」なら個人が想定できる。</p>
所得	<p>【そのキーワードで検索する人の所得/収入を仮定】 「WEBライター スクール」より「WEBライター 無料 学ぶ」と検索する人の方が、所得は低いと想定できる。</p>

## ペルソナ設計で押さえるべき 2つのポイント

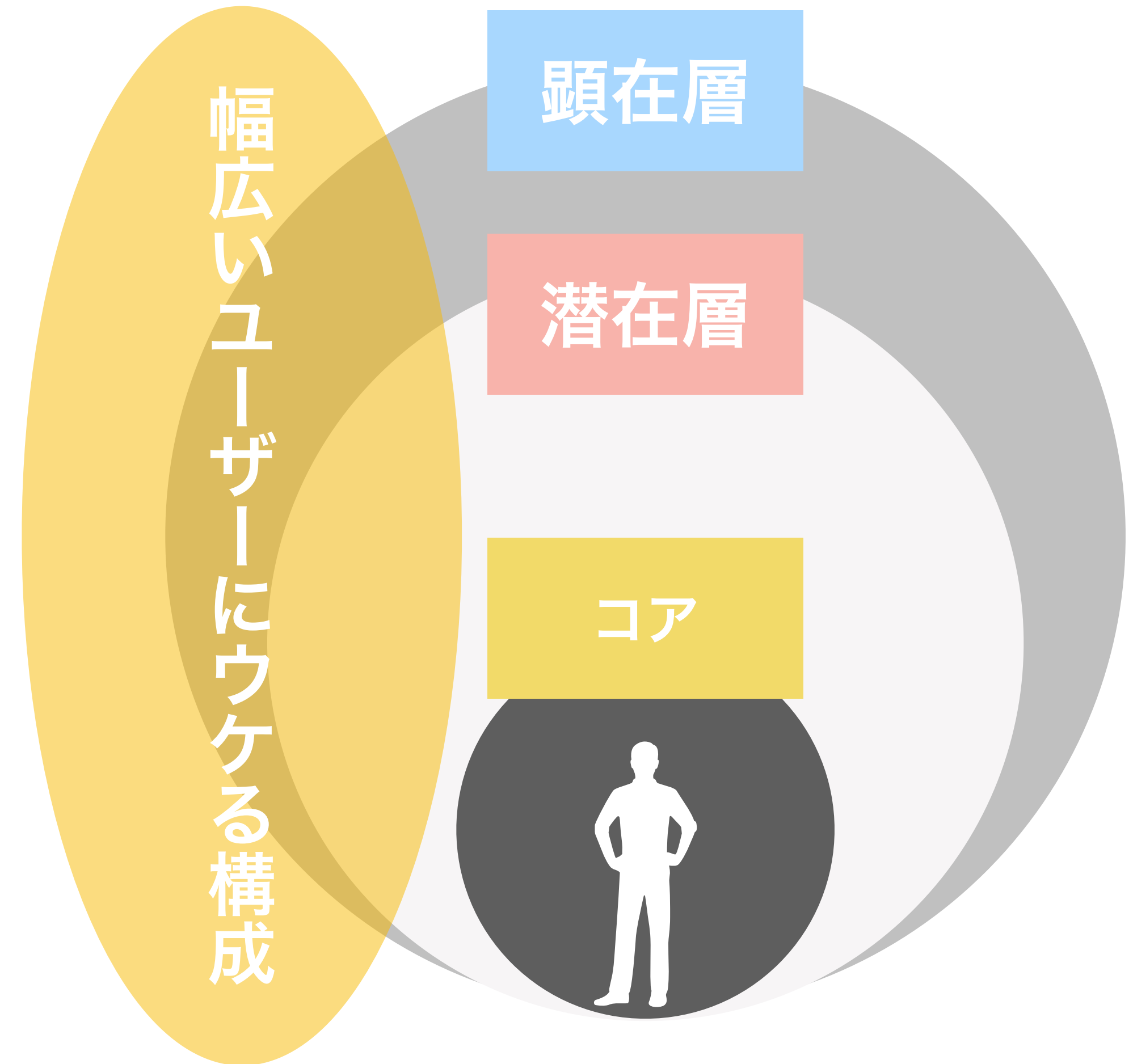
1. たった一人のペルソナに絞り込んでみる！
2. 現在、ユーザーが置かれている状況に徹底的にフォーカスする！

たった一人のペルソナに  
絞り込んだ場合



徹底的にニーズを掘り下げるので  
「コア＝本質」にリーチできる  
＝競合と差別化された独自のコンテンツ

SEOだけを意識して  
ペルソナ設定した場合



徹底的にニーズを掘り下げないので  
「コア＝本質」にリーチできない  
＝競合と大差ない平均的なコンテンツ

疑問 | ペルソナをたった1人に絞り込んだら  
読まれないんじゃないの？

決してそんなことはなく、ふわっとしたペルソナ設定で  
当たり障りない内容の記事を書くよりも、“**たった1人に向けた尖った記事**”  
を書く方が、差別化/信頼性(私のための記事)の最大化に繋がる。  
そして、**不思議とペルソナ以外にも刺さる記事**となる。

徹底的にペルソナを追求し、尖らせることで  
**知覚価値**と**態度変容**を最大限に活かした記事になる！

## 重要 | ペルソナをたった1人に絞り込む理由

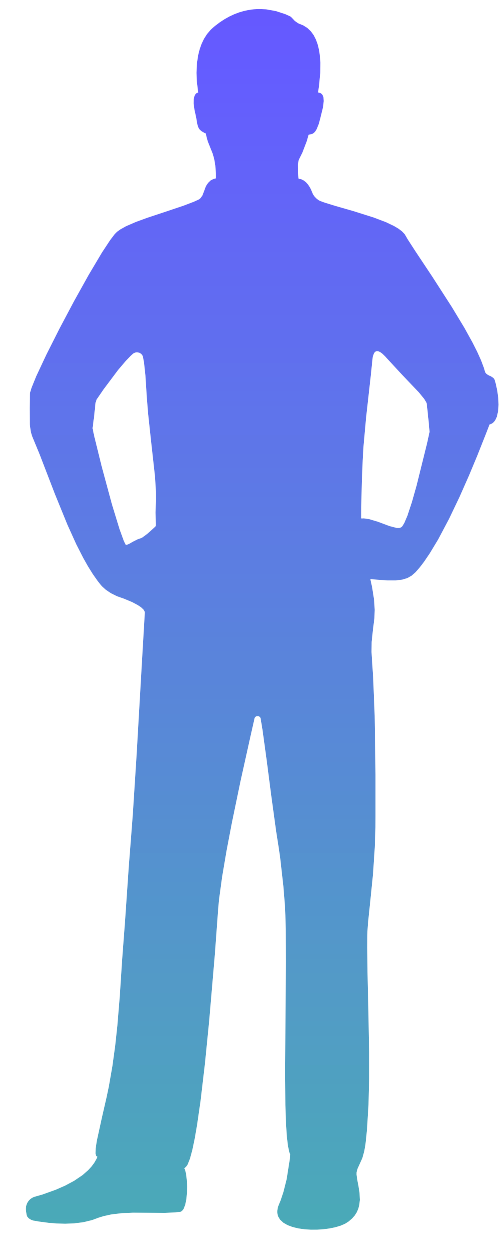
### 理由①

ユーザーのコアな検索意図を徹底的に理解し、掴むため

### 理由②

検索ユーザーに「私のための記事だ！」と  
感動させるコンテンツ設計にするため

キーワード「副業 おすすめ」



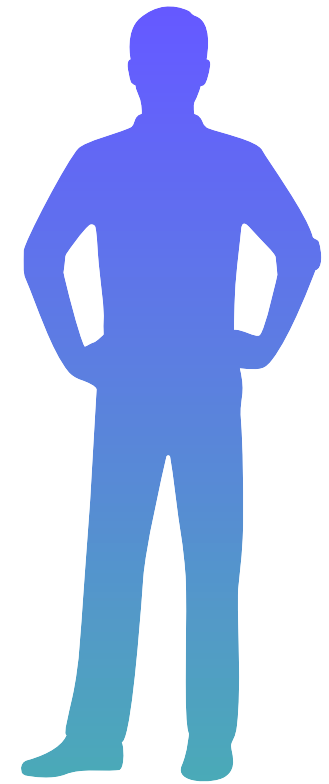
未経験でもできる方法

おすすめの副業が知りたい

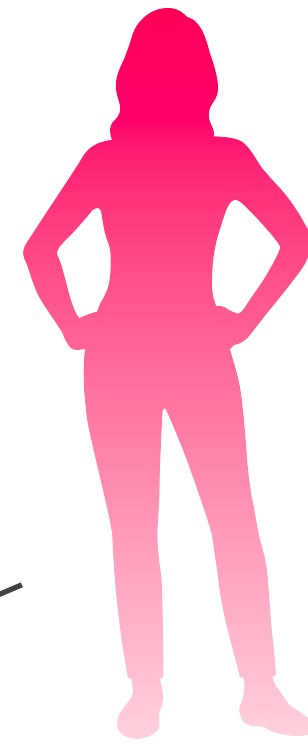
コストがかからない方法

本業とは別の副業を始めたい方

# キーワード「副業 おすすめ」



27歳  
男性  
独身  
年収280万  
販売職



40歳  
女性  
主婦  
年収100万  
パート

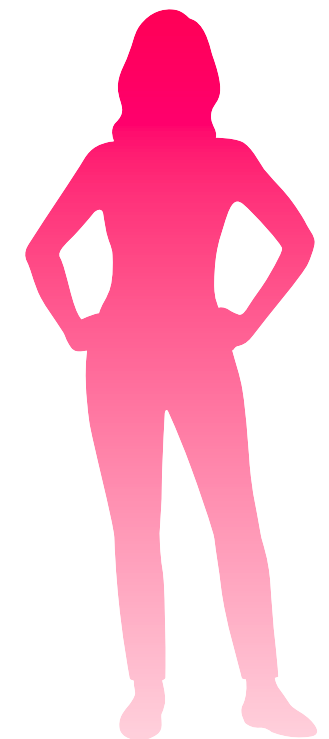
隙間時間を使って本業と同じかそれ以上稼ぎたい

PC苦手でも始められる方法が知りたい

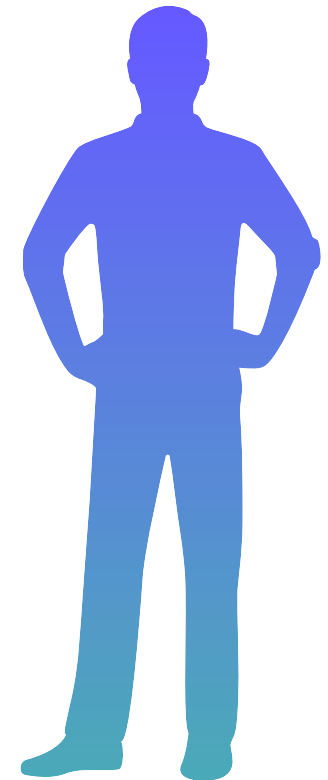
自分にピッタリの副業が知りたい！

スマホだけで完結したい

初期費用をかけずに始めたい



30歳  
女性  
夫と二人暮らし  
年収300万  
事務職



19歳  
男性  
大学生  
年収90万  
アルバイト

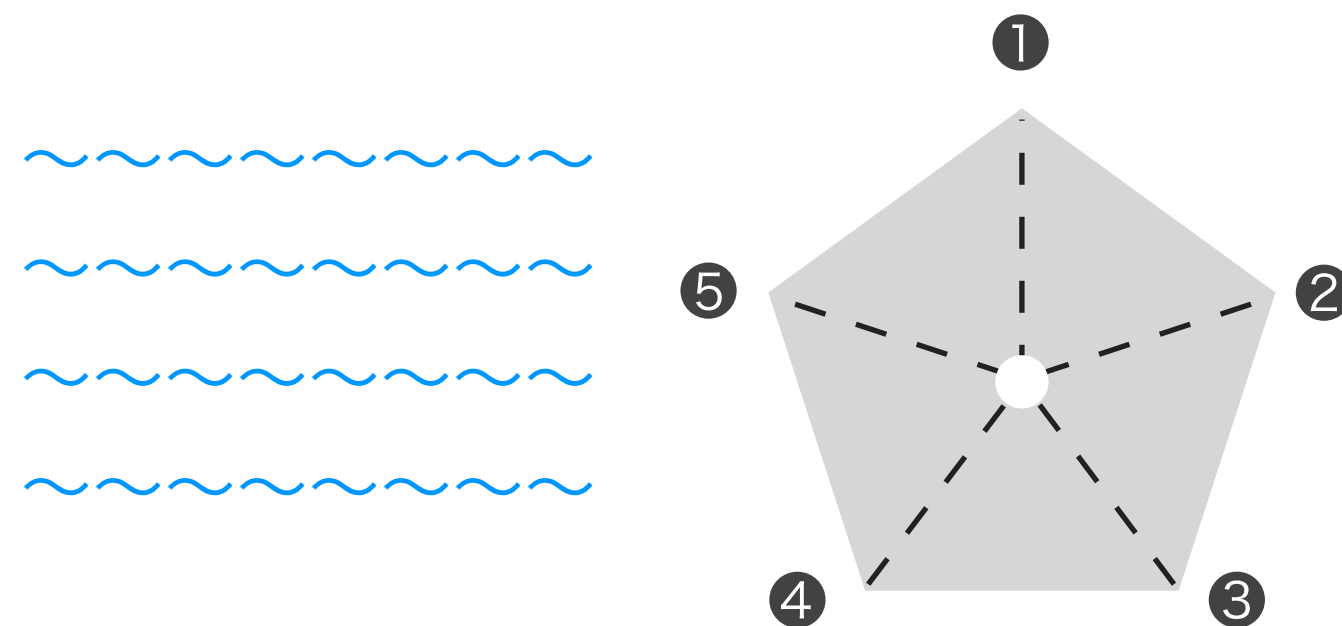
# 一人のペルソナに絞り込んだ構成

1.副業未経験者が始める前に  
必ずチェックすべき5つのポイント

- チェックポイント①初期費用/準備
- チェックポイント②資格/専門性の有無
- チェックポイント③収益化の仕組み
- チェックポイント④再現性
- チェックポイント⑤実践者の声

2.必見！5つの基準から未経験者向きのおすすめできる副業10選

1位：未経験者向きかつ再現性抜群！【WEBライター】



抽象度が高いKWなので、各ペルソナに刺さるような選び方の基準を提示。  
記事を読んだ後に【意思決定し、行動(態度変容)】に繋がる構成。

# SEOだけを意識してペルソナ設定した構成

1.おすすめ副業10選を紹介！

1位：WEBライター

~~~~~  
~~~~~  
~~~~~  
~~~~~

2位：WEBデザイナー

~~~~~  
~~~~~  
~~~~~  
~~~~~

抽象度が高いKWにもかかわらず、何を基準に「1位」なのかわからず、  
ユーザーは意思決定→行動できない…

## 複数のペルソナが想定される場合

→ たった一人の“誰”をペルソナにすべきか？

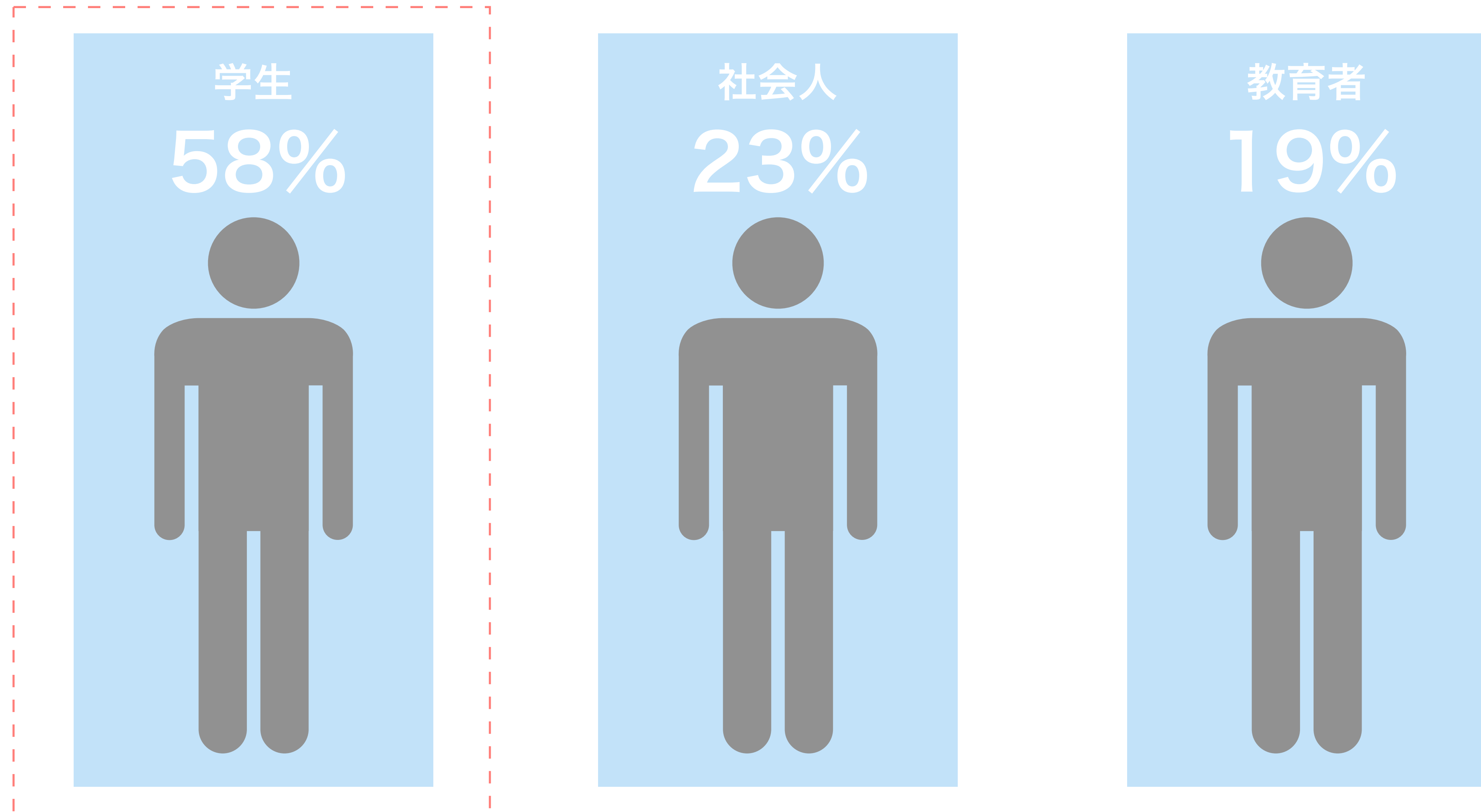
POINT ① | 【SEO】 原則、そのキーワードを検索する「代表的な人(マジョリティ)」

POINT ② | 【CV記事】 リテラシー・レベル・能力が高い、知識・情報・経験が豊富

POINT ③ | そのメディアにとって一番重要なターゲット/ペルソナ

POINT ① | 【SEO】 原則、そのキーワードを検索する「代表的な人(マジョリティ)」

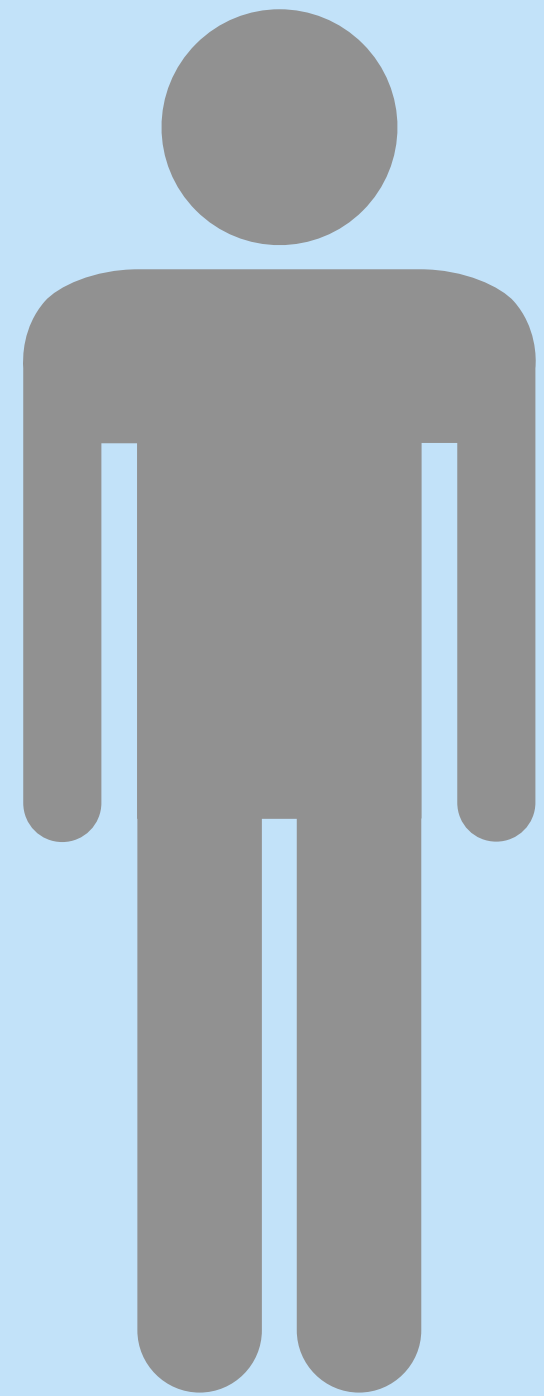
「TOEIC」で設定すべきペルソナは？



POINT ② | 【CV記事】リテラシー・レベル・能力が高い、知識・情報・経験が豊富

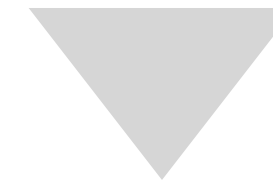
教育者

19%



慣れてきたら「想定されるペルソナで最もレベルが高い人」にする

一番、パイが大きいのは学生なのに、一番パイが少ないペルソナを設定するの？

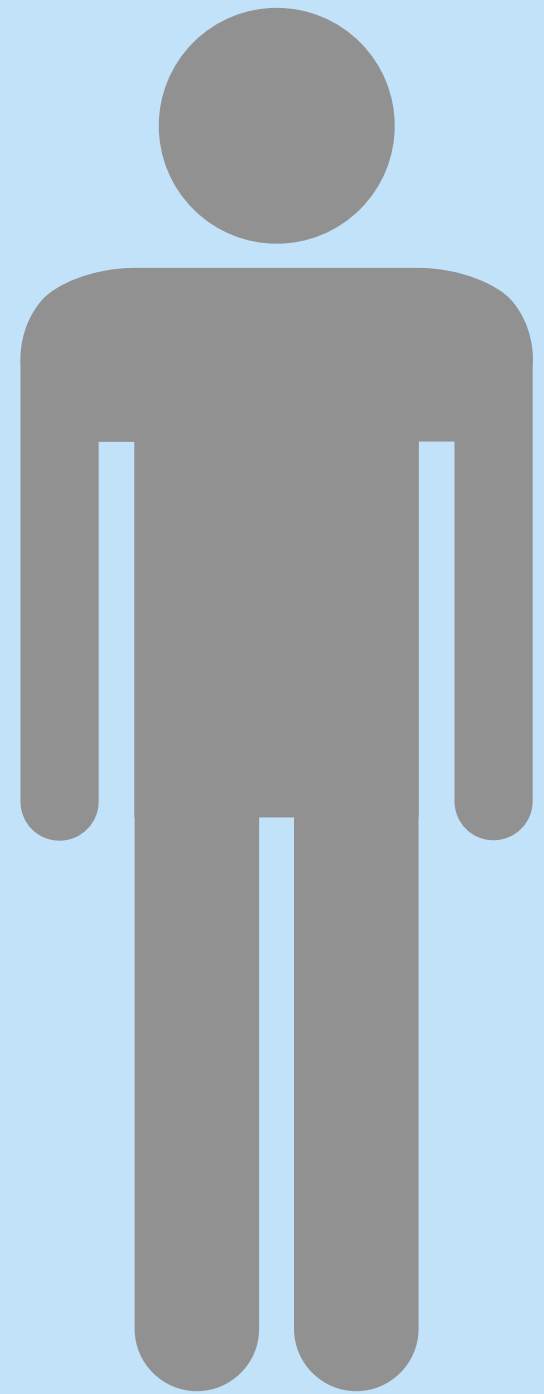


学生に向けて、学生を満足させるコンテンツだと平均点(SEOレベル)だが、最もレベルが高いペルソナを満足させるコンテンツができれば…  
満足度120%の感動が生まれる(CVを生む=ユーザーが行動する)  
(教育者が納得し、満足するコンテンツなら、学生も当然ながら満足する)

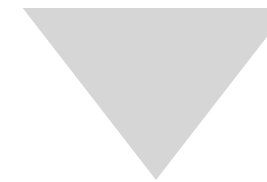
※POINT①に慣れてきてから、POINT②をやってください。

POINT ③ | そのメディアにとって一番重要なターゲット/ペルソナ

社会人  
23%



自社メディア/担当するメディアのペルソナが決まっている場合は、そのペルソナを優先する。(パイが大きい：学生、**担当メディア：社会人**)

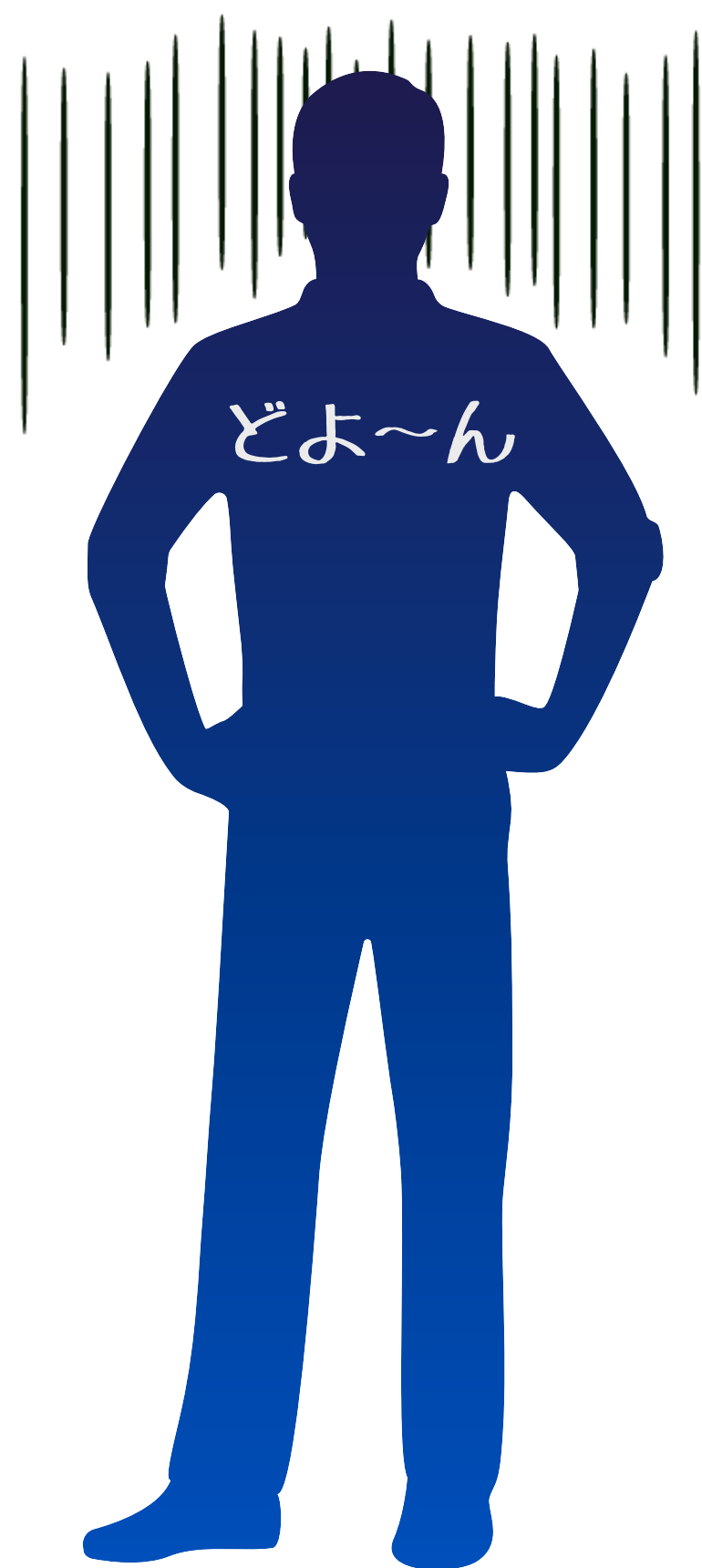


時間が限られた社会人に向けての「TOEICのスクール」の場合、時間が無限にある学生をターゲットにしたコンテンツだと乖離が生じる。  
このようにすでにペルソナが決まっている場合は、パイの大小は関係ない。

※上記を理解した上で一番レベルが高いペルソナ視点で書いていくのあり

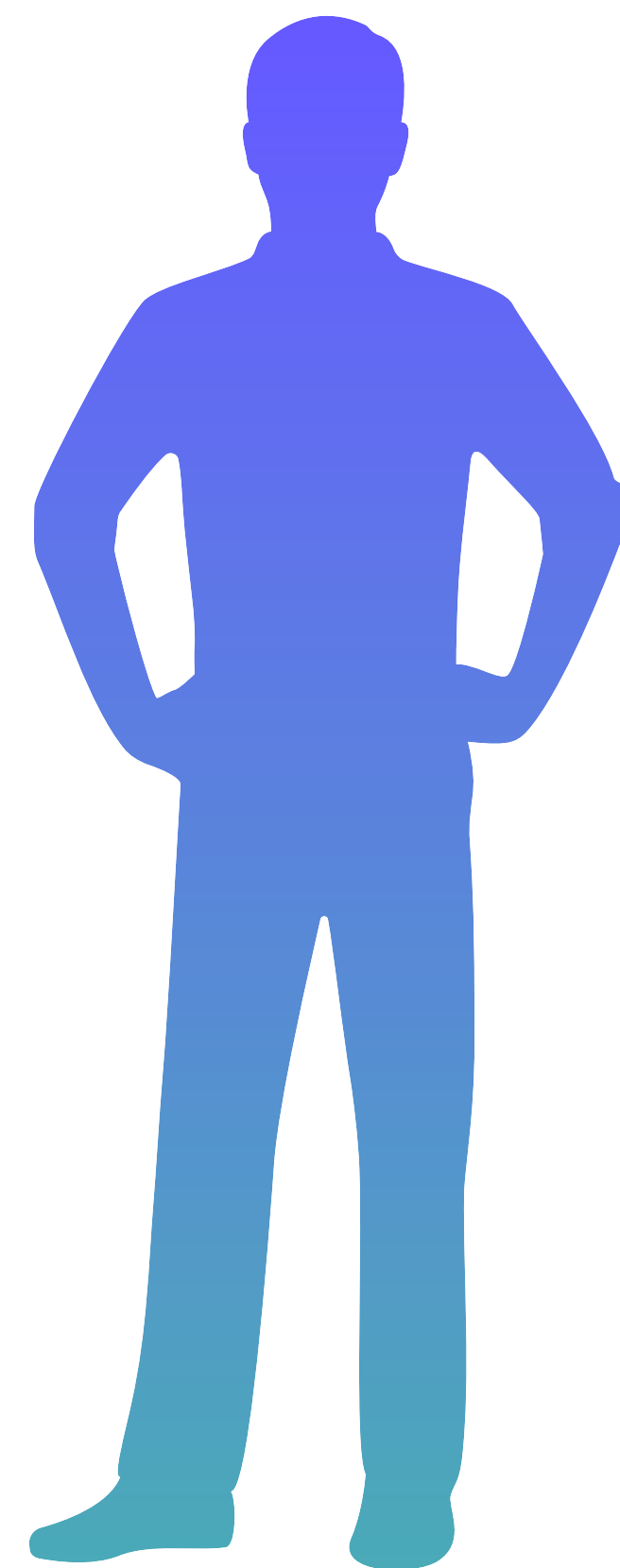
**②ユーザーの検索シチュエーション  
(置かれている状況)を徹底意識**

# 検索シチュエーション(ユーザーが今置かれている状況)



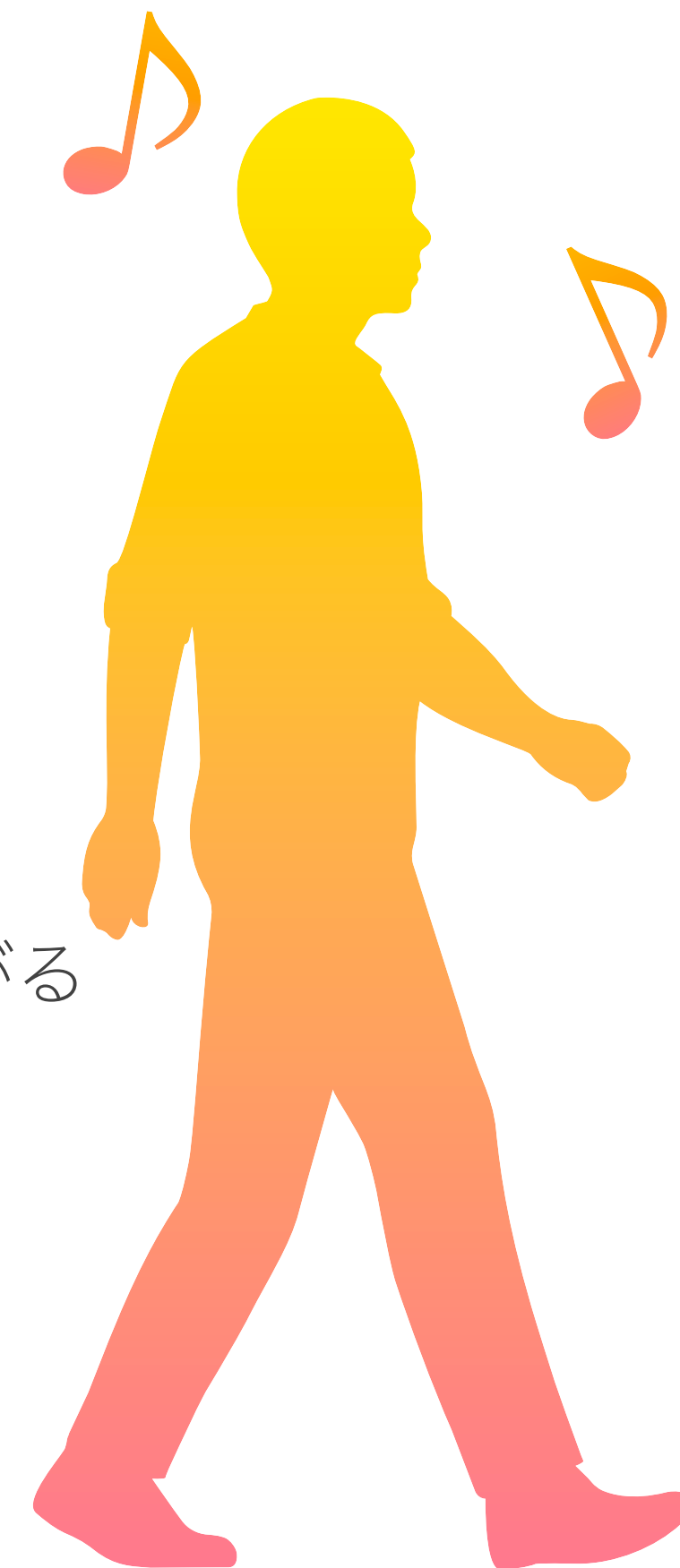
過去  
= 悩み

→  
一人一人に「検索という行動」  
に至ったストーリーがある



今  
= 検索

→  
「検索」をきっかけに理想に繋がる  
一歩を踏み出したい！



未来  
= 理想

検索KWだけで考えた場合  
※検索シチュエーションを考慮しない

Search

副業 おすすめ



「副業 おすすめ」をただ紹介するだけの、  
KWの表面上のニーズしか読み取れない

検索ユーザーが「どういう悩み」を抱えていて、「今どんな状況」で  
「どこへ向かいたいのか」を理解しなければいけない

→上位表示はされるかもしれないが、ユーザー満足度120%を超えて、  
知覚価値を与え、態度変容が起こるかは別の話

## ユーザーの置かれている状況を考える

Search

人参 黒い斑点



このKWで検索するユーザーは…

- ・どんな状況下で検索している？
- ・何が知りたいのか？
- ・重要なニーズは？
- ・言語化すべき潜在ニーズの範疇は？
- ・態度変容を起こす記事の最大の強みは？

→ユーザーの状況に置かれたと仮定して考えない限り、表面上のKWの意味しかわからない  
(人参 黒い斑点の正体は何か？という的はずれな意図を汲み取ってしまう)

デモグラフィック/検索シチュエーション/5W1Hを使い、  
ユーザーが置かれている状況・悩み・感情を鮮明に再現する

Search

人参 黒い斑点



- ・どんな状況下で検索している？
- ・何が知りたいのか？
- ・重要なニーズは？
- ・言語化すべき潜在ニーズの範疇は？
- ・態度変容を起こす記事の最大の強みは？



## 検索KW

人参 黒い斑点

## デモグラフィック情報

性別：女性  
職業：主婦  
年齢：40代  
世帯：夫と子供2人



## 5W1H

いつ：料理をする時  
どこで：家で  
誰が：本人が  
何を：人参の黒い斑点について  
なぜ：食べられるのか知りたい  
どのように：スマホを使って検索した

## シチュエーション

夕飯を作ろうと思ったA子は、あることに気がついた。

先日、近所のスーパーで買った人参に黒い斑点があったのだ。

A子は初めてのことだったので、**黒い斑点の正体は一体なんなのか、人参は食べられるのかどうか悩んでいた。**

今からスーパーに買い出しに行っているのは、**夕飯に間に合わないのか、食べられるのかどうかをスマホで調べてみた。**

## 補足 | 鮮明なデモグラフィック/検索シチュエーションを言語化する方法

方法① | Yahoo知恵袋などのQ&Aサイトのリアルな悩みを抽出する

方法② | クラウドソーシングのタスク案件でアンケートを取る

方法③ | 自社メディアの場合は、顧客情報からデモグラフィックを選定する

# 「検索行動」が起こるまでの4つのプロセスにフォーカスして考える

- ブレないペルソナ設定をする方法 -

STEP ① | 「検索」のきっかけとなる“動機”を考える

STEP ② | 検索をする時のユーザーの“感情”を考える

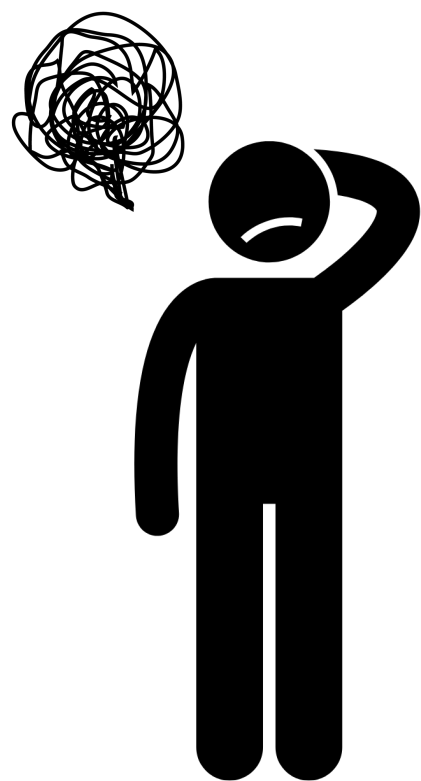
STEP ③ | 検索時に“できること”と“できないこと”の線引き

STEP ④ | その検索ワードを“選定した理由”  
「WEBライター 初心者」 「WEBライター 未経験」では  
ユーザー属性が違う

STEP① | 「検索」のきっかけとなる“動機”



STEP② | 検索時に抱えている“感情”



STEP③ | “できること”と“できないこと”

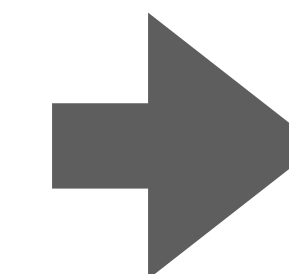
STEP④ | 検索KWの選定



×  
検索キーワードA

○  
検索キーワードB

×  
検索キーワードC



検索

## STEP① | 「検索」のきっかけとなる“動機”を考える

### 考えるべきこと

できる限り、「**深い悩み・問題・課題**」を抱えている状況を設定する  
又は、**緊急性・重要性**を意識しているユーザーを想定する

### 理由

そのKWで検索する全てのシチュエーションをカバーするために  
最深部の潜在層までリーチするコンテンツにするため

## どの意識で、どのユーザーを想定して設計するのかで大きく変わる

今すぐ解決したい！  
そのための一歩を踏み出したい！

検索ユーザーとドンピシャな状況、  
派生して考えられる潜在層の  
シチュエーションを考え、  
課題解決のための一歩を  
踏み出すことができる。

今でなくてもいい  
とりあえず検索してみた。

検索KWを表面上だけ理解し、  
想定されるシチュエーションは  
深く考えない。  
KWの情報だけ載せた平均点以下の  
コンテンツに仕上がる。

ユーザー満足度120%のコンテンツは、“すぐに行動できる内容”

## 問題 | 次の検索KWにおけるユーザーの動機を考えてみよう

KW：副業 未経験 始め方

### 間違った考え方

会社の給料上がらないし、なんか副業始めたいな～

### 正しい考え方

30歳で手取り19万円。コロナで昇給やボーナスもカットされるので、3年後の将来が不安で夜も眠れない。来年は今付き合っている彼女と結婚する予定なので、今のままだと経済的な不安を抱えてしまう。

なんとかして、3年後には本業と副業を合わせて月に30万以上を稼ぎたいと考えているが、全く未経験なので、どの副業をすればいいのかわからず悩んでいる。

## STEP ② | 検索をする時のユーザーの“感情”を考える

### 先程の「KW：副業 未経験 始め方」の場合

- ・ 将来の経済的な不安から解放されて、安心したい！
- ・ お金のことで彼女に負担をかけたくない！
- ・ 1日も早く金銭的な自由を感じたい！

コツ | STEP①で鮮明に抽出した動機を踏まえて、シンプルに感情を書き出してみる

## STEP ③ | 検索時に“できること”と“できないこと”の線引き

### 考えるべきこと

現時点(検索時)でできないこと、未来(理想)にできればいいこと

### 理由

検索シチュエーションの過去→現在→未来のカスタマージャーニーを可視化させ、どんな内容を記事にすればいいのかを明確にするため

【KW：副業 未経験 始め方】の場合

今、できないこと

今の自分の状況(スキル/生活スケジュール)からどの副業を始めることが一番合っているのかがわからない

未来、できればいいこと

自分にぴったりの副業を実践し、今抱えているお金の不安を払拭できること

## STEP ④ | その検索ワードを“選定した理由”

### 考えるべきこと

類似キーワードと比較する

### 理由

類似キーワードはあくまで「類似」であり、意味は異なる。  
そのKWを選んだ理由を明確にする

## 「WEBライター」と「WEBライターとは」

### WEBライター

WEBライターの意味はなんとなくわかるけれど、具体的な活動内容や仕事内容がわからないので、実態を調べている。

### WEBライターとは

WEBライターが一体どのような仕事なのかさっぱりわからない状態。  
具体的な仕事内容/受注方法/必要スキルを調べる段階ではない。

KWによってニーズの深さや広がり異なるので、記事内の提供範囲を考える

# 2

想定し得るニーズの抽出、特定

# ここがコンテンツマーケティングの8割

潜在ニーズまでしっかり満たした内容ができればほぼ完成

## なぜそれ程までニーズ抽出が重要なのか？

### 理由①

ユーザーが求めるニーズとズレた内容を提供することで、不満足感を生み、離脱が生じる(=意思決定する内容ではないため行動できない)

**=SEOで上がらない(ユーザー行動指標、コンテンツクオリティ)**

---

### 理由②

顕在ニーズだけでなく、潜在ニーズまで言語化し、提供しなければ、態度変容が起きず、「次の行動」が取れない

**=上位表示しても、CVが発生せず「ふ～ん」と読まれる記事になる**

# 顕在/ 潜在ニーズを満たし、120点のコンテンツにする

顕在ニーズ：ユーザー自身が気づき自覚している悩み



「副業で稼ぎたい…」

潜在ニーズ：ユーザー自身がまだ自覚できていない悩み



「収入が上がらない…」

「転職する勇気もない…」

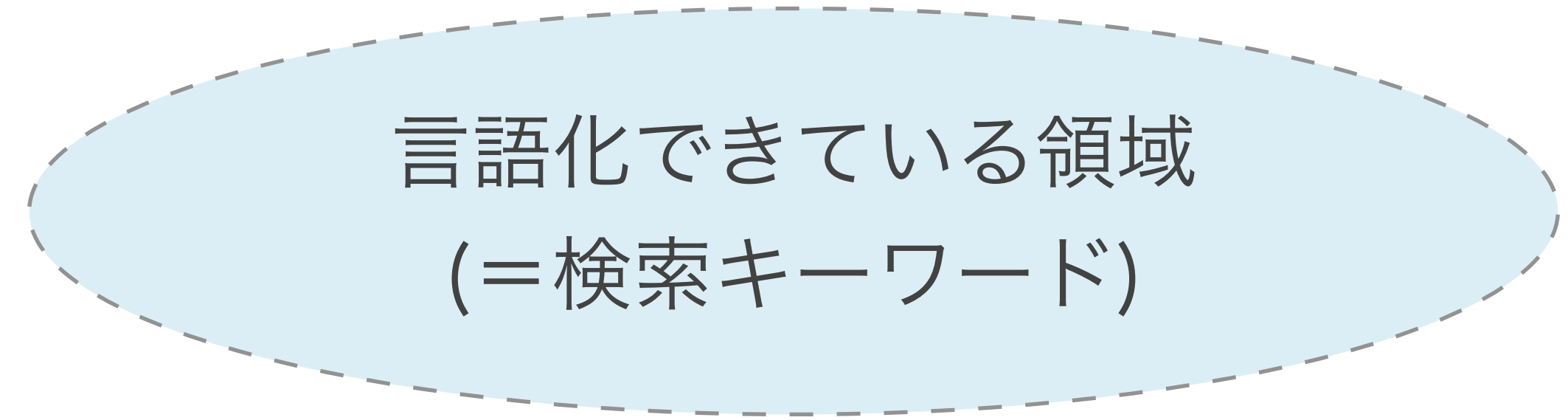
「老後資金が心配…」

「パートナーに迷惑をかけたくない…」

顕在ニーズ：自分自身で意識できている領域



顕在ニーズでも言語化できていない(キーワード化)部分もある



SEO記事はこの部分しか見ていない

潜在ニーズ：自分自身でまだ自覚していない領域



## 顕在ニーズの抽出方法

検索キーワードのままの意味・意図を汲み取る

### 例①

WEBライター 始め方

→WEBライターの始め方を知りたい

### 例②

スタバ 営業時間

→スタバの営業時間を知りたい

### 例③

USJチケット 格安

→USJチケットを格安で買う方法(変える場所)を知りたい

# 顕在ニーズを抽出しよう！

## 問題

「起業 100万円」の顕在ニーズは？

## 解答

資金100万円で起業できる方法が知りたい

## 良くある間違い例

「起業 100万円」の顕在ニーズは？

正解

資金100万円で起業できる方法が知りたい

不正解

起業して100万円稼ぎたい

単なるユーザーの感情、  
検索の意図は「方法」が知りたい

不正解

週末起業する方法が知りたい

論外 | そもそもKWすら  
考慮していない



## ユーザーの潜在ニーズを漏れなく抽出し、明確化する方法

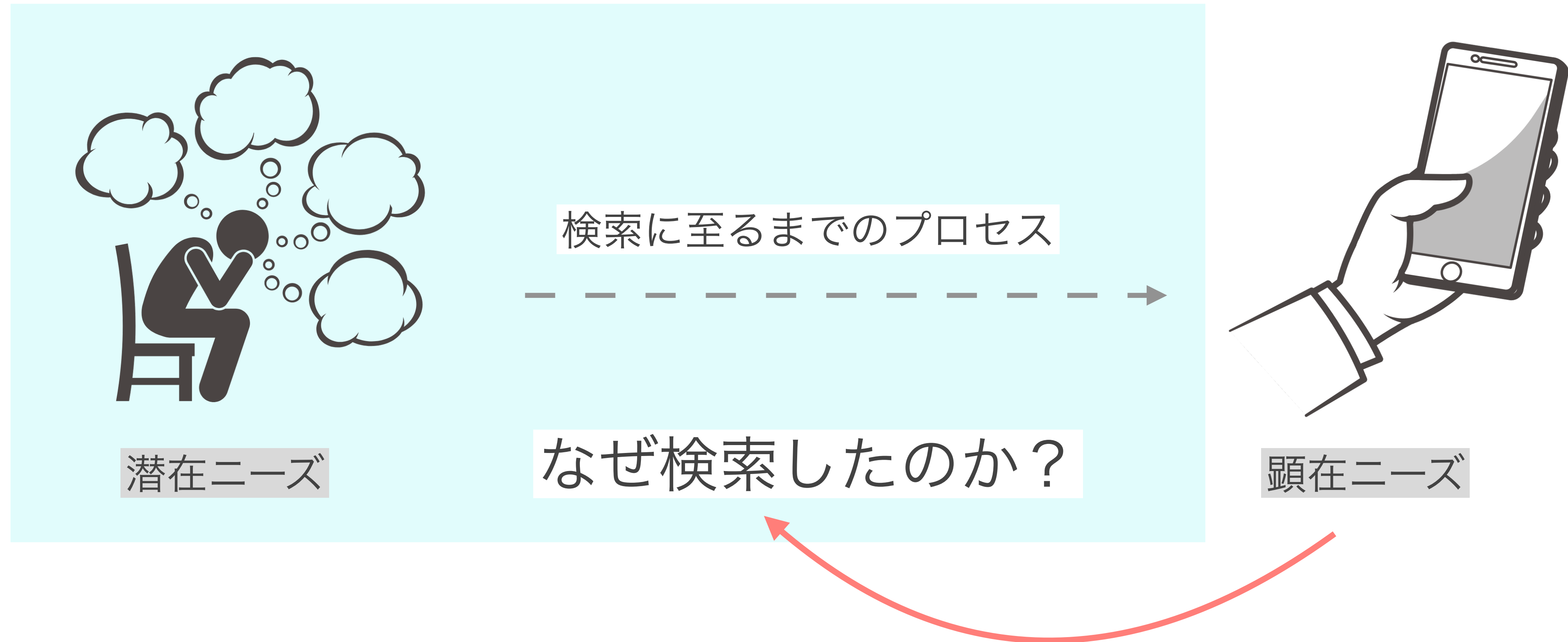
方法① | 検索KW(顕在ニーズ)に対して「なぜ」で掘り下げていく

方法② | そのKWを検索するユーザーに「どんな新しい価値」を提供できるか

方法③ | ユーザーの悩みを「1つ上のレベル」で捉えてみる

方法① | 検索KW(顕在ニーズ)に対して「なぜ」で掘り下げていく

顕在ニーズは検索に至る「結果」であり、  
潜在ニーズは「プロセス」になる



方法① | 検索KW(顕在ニーズ)に対して「なぜ」で掘り下げていく



顕在ニーズ：「副業で稼ぎたい」



“なぜ”この人は  
副業で稼ぎたいのだろうか？

方法① | 検索KW(顕在ニーズ)に対して「なぜ」で掘り下げていく



顕在ニーズ：「副業で稼ぎたい」



「収入が上がらない…」  
「転職する勇気もない…」  
「老後資金が心配…」  
「パートナーに迷惑をかけたくない…」

方法① | 検索KW(顕在ニーズ)に対して「なぜ」で掘り下げていく



顕在ニーズ：「WEBライター」



潜在ニーズ：「WEBライターを始めたい！」



「なぜ」を繰り返し、最下層まで掘り下げていく

「本業の給料が上がらず、将来が不安…」

「もっと家族との時間を共有できる生活にしたい…」

「スキルゼロでも起業できる方法が知りたい…」

「WEBライターをきっかけに事業を展開していきたい…」

方法① | 検索KW(顕在ニーズ)に対して「なぜ」で掘り下げていく



顕在ニーズ: 「30代 貯金」



潜在ニーズ: 「30代の貯金額はどれくらいあれば将来的に安心なのか」

「なぜ」を繰り返し、最下層まで掘り下げていく

「このまま今の仕事で定年まで勤めていいのだろうか…」

「安心できるくらいの老後資金を貯蓄できるだろうか…」

「今からでもお金を増やすための方法はあるだろうか…」

「結婚し、世帯を持ってもやっていけるのだろうか…」

方法 ② | そのKWを検索するユーザーに「どんな新しい価値」を提供できるか

その道のプロ/専門家では当たり前だけど、  
そうではない人の中では当たり前でない部分



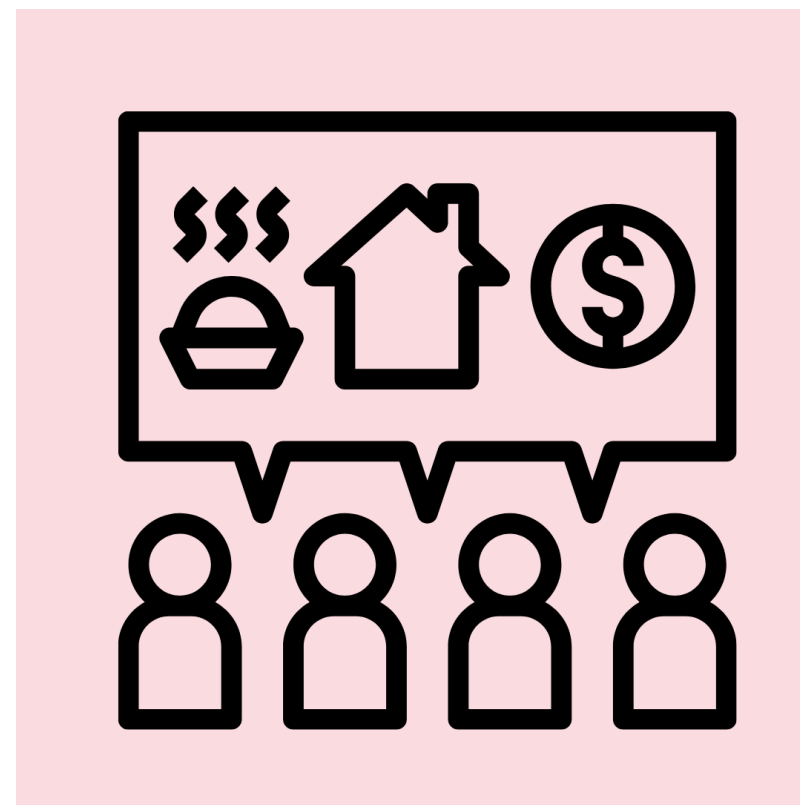
プロ/専門家でしか知らないコアな情報(価値)を提供することで  
競合他社と圧倒的な差別化をし、ユーザー満足度120%を達成できる

方法 ② | そのKWを検索するユーザーに「どんな新しい価値」を提供できるか

KWリサーチツールを使って「潜在ニーズを見つける」というより、  
プロ/専門家の視点で「潜在ニーズを作る」視点を持つ

POINT | 検索KWから見つけられないような潜在ニーズを作る

→プロや専門家が持っているコアな情報を新しい価値として出す

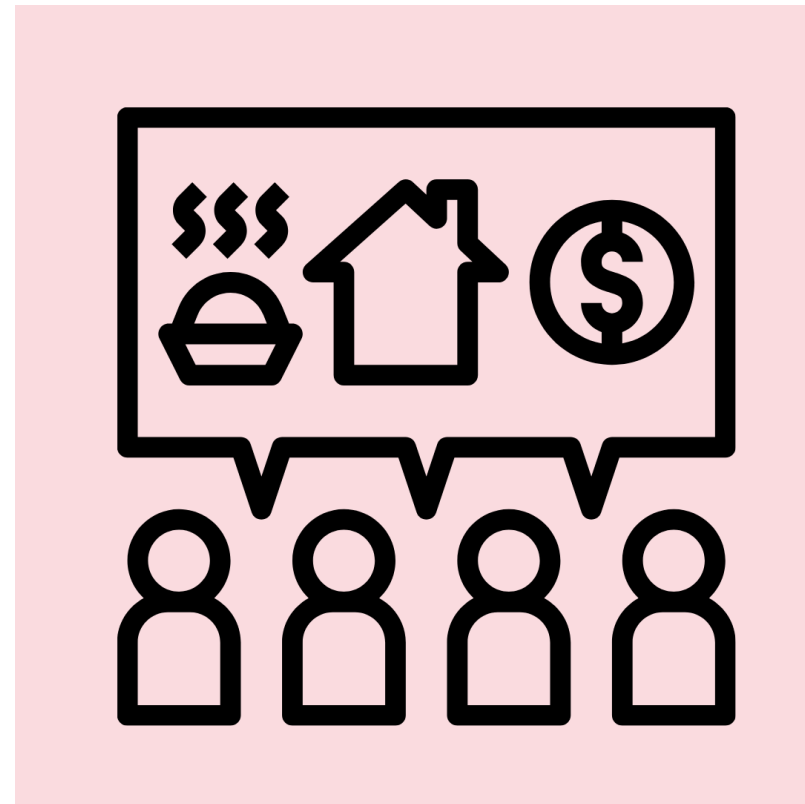


NEEDS



SEEDS

方法 ② | そのKWを検索するユーザーに「どんな新しい価値」を提供できるか



NEEDS

- ユーザー視点 -

検索KWやツールから抽出できる

ユーザーの悩み、欲求



SEEDS

- コンテンツ作成者視点 -

これまでの知識や情報を

振り絞った英知の集合

競合他社と圧倒的な差別化をし、ユーザー満足度120%を達成するには  
誰も知らない「その道のプロ」でしか持っていない情報を出す他無い

方法 ② | そのKWを検索するユーザーに「どんな新しい価値」を提供できるか

顕在ニーズ

検索エンジンKW、ラッコKW、キーワードプランナー

潜在ニーズ

Yahoo知恵袋、Q&Aサイト、「なぜ」で掘り下げ  
検索シチュエーション思考

100点

潜在ニーズ(専門家視点)

その道のプロしか知らないコアな一次情報

120点

方法 ② | そのKWを検索するユーザーに「どんな新しい価値」を提供できるか

顕在ニーズ

潜在ニーズ

潜在ニーズ(専門家視点)

SEOコンテンツ視点

上位表示を目的とし、情報を「見せる＝閲覧数の増加」  
を主としたコンテンツ

CVコンテンツ視点

上位表示を目的とし、圧倒的な知覚価値を与えることで、  
態度変容が生じて、意思決定→行動に繋げるコンテンツ

方法 ② | そのKWを検索するユーザーに「どんな新しい価値」を提供できるか

KW : WEBライター 始め方

顕在ニーズ

未経験からWEBライターを始める方法が知りたい

潜在ニーズ

必要な資格/経験、パソコンの種類、プロフィールの書き方  
独学or講座、〇万稼ぐために必要なスキル/時間

潜在ニーズ(専門家視点)

WEBライター=CS(クラウドソーシング)という世間の常識は稼げないライターになる。CSはあくまで経験を積む過程であり、高単価案件をスムーズに獲得していくには、企業ライターを目指した方がいい

方法 ② | そのKWを検索するユーザーに「どんな新しい価値」を提供できるか

KW：WEBライター 始め方

顕在ニーズ

未経験からWEBライターを始める方法が知りたい

潜在ニーズ

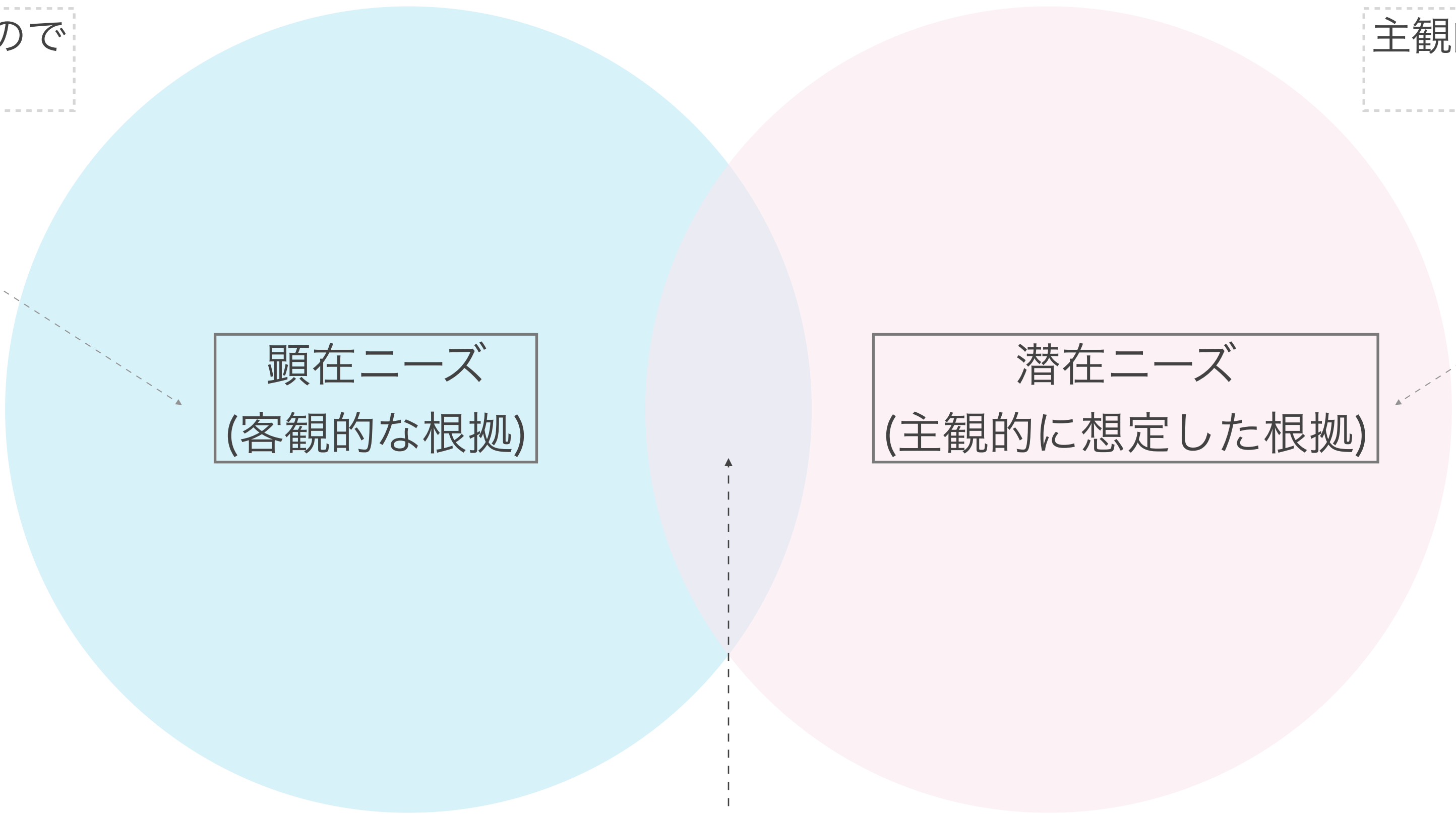
必要な資格/経験、パソコンの種類、プロフィールの書き方  
独学or講座、○万稼ぐために必要なスキル/時間

潜在ニーズ(専門家視点)

WEBライター=CS(クラウドソーシング)という世間の常識は  
稼げないライターになる。CSはあくまで経験を積む過程であり、  
高単価案件をスムーズに獲得していくには、企業ライターを  
目指した方がいい

# 重要ポイント | 読む前と読んだ後でギャップが生じ意識が変化するコンテンツ

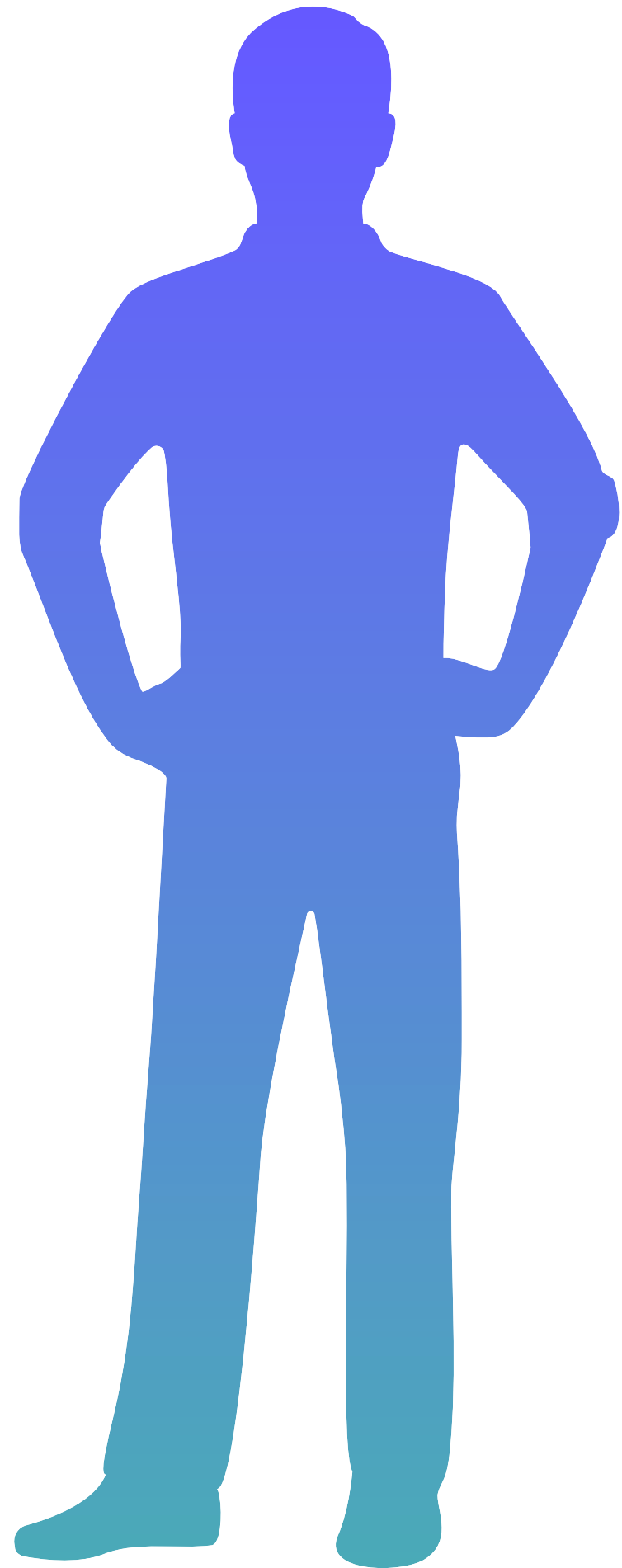
検索KWでヒットする内容なので  
普遍的すぎる



主観的すぎると納得感が得られず  
フワフワしてしまう

客観的な事実を網羅し、主観的な意見を伝え、  
行動指針となるプロ視点での知識/情報を提供し、強烈なギャップを与える

重要ポイント | 読む前と読んだ後でギャップが生じ意識が変化するコンテンツ



うわわわあああ！！！！  
こういう記事が見たかったんだよ！！！！

# 4

ニーズのズレ、漏れの確認

## ニーズ(顕在・潜在)の漏れを防ぐ6つの方法

POINT ① | 一旦、想定できるニーズを全て出す

POINT ② | KWの縦展開を徹底する

POINT ③ | 関連キーワードをチェックする

POINT ④ | Yahoo知恵袋やQ&Aサイトをチェックする

POINT ⑤ | 類似キーワードとの境界線を意識する

POINT ⑥ | ペルソナを最初から最後まで1つに絞らない

## POINT① | 一旦、想定できるニーズを全て出す

- ☑この時点では、記事に含める・含めないを考慮せず、「関係ありそうなニーズ」は全て洗い出す(PC/ノート)
- ☑潜在ニーズは必ずその検索KWから連想して出てくるものではなく、あなたの体験や経験から、思考から湧き出てくるものなので、まず自分の頭で考える
- ☑取捨選択して、記事に入れる内容を選んでいく作業は、出し切ってから行う  
主観で要る・要らないを初期で判断するのは漏れに繋がる

## POINT① | 一旦、想定できるニーズを全て出す

### 「WEBライター」を例にしてみると

#### 顕在ニーズ

- ☑ WEBライターの仕事内容を知りたい
- ☑ WEBライターの始め方を知りたい
- ☑ WEBライターのメリットを知りたい
- ☑ WEBライターのデメリットを知りたい
- ☑ WEBライターをするにあたっての準備を知りたい

…etc

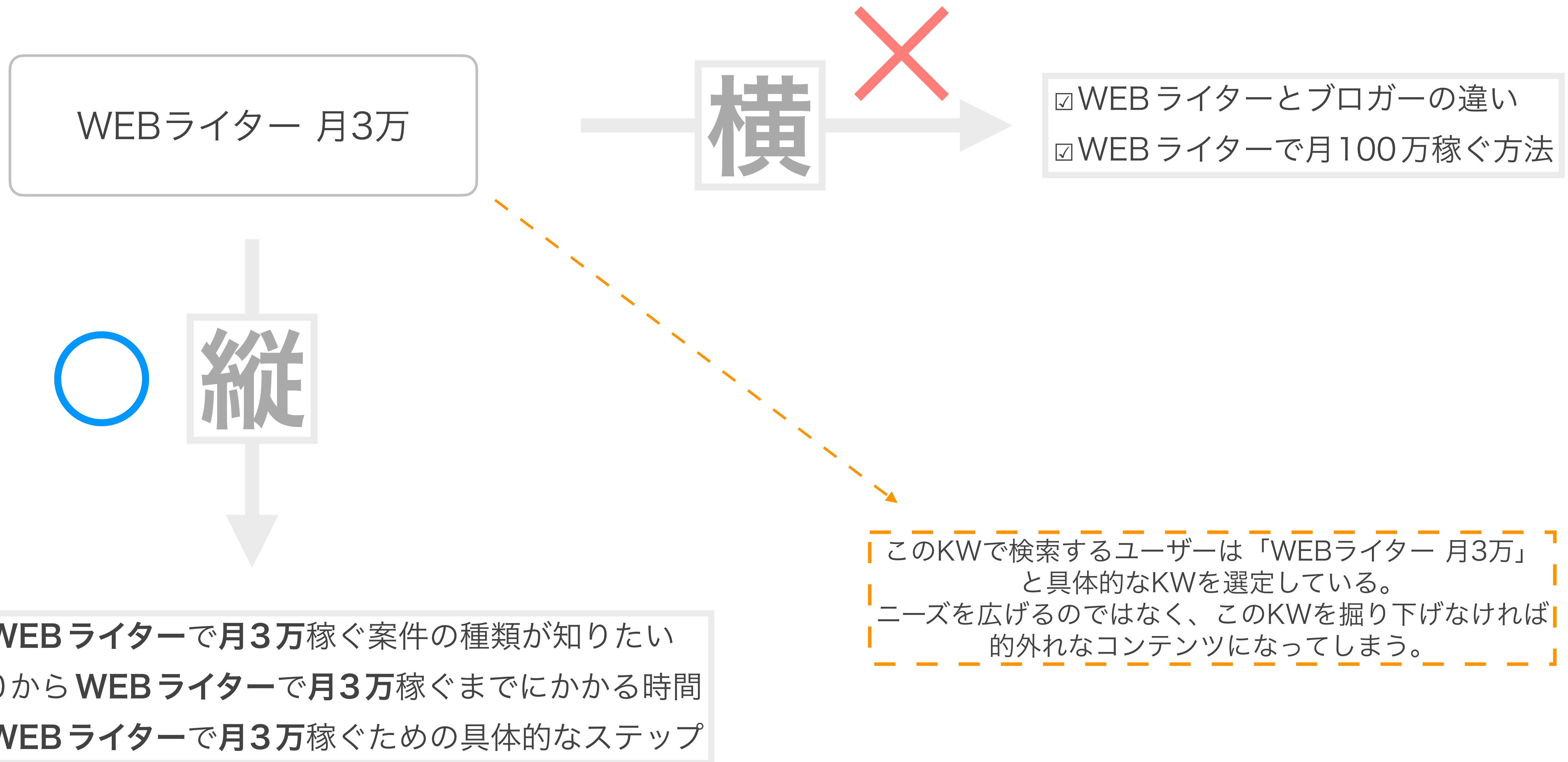
#### 潜在ニーズ

- ☑ WEBライター向けのPCのスペック(価格/費用)
- ☑ どれくらいの時間でどれくらいの成果が出るのか
- ☑ 資格や免許は必要なのか、仮にあるとしたらどう役立つのか(受注や収益の影響)
- ☑ 未経験者の平均収入とそのステージに到達するための実績や経験

…etc

まず想定できるニーズをできる限り絞り出す  
出し切った後に「取捨選択」していく！

POINT ② | KWの縦展開を徹底する(広げる→× | 掘り下げる→○)



POINT ② | KWの縦展開を徹底する(広げる→× | 掘り下げる→○)

## ニーズを掘り下げていない人がやっている5つの行動パターン

原因① | ユーザーの動向を頭の中で鮮明に描けていない デモグラフィック、検索シチュエーション

原因② | 真っ先に上位表示したライバル記事を見てアッパーを決めている

原因③ | 主観>客観の構成になっている 自分が書きたいことと求められていることは別

原因④ | 検索キーワードがニーズの全てだと思っている

原因⑤ | 最初は真剣にするも後からめんどくさくなって適当になる

## POINT ③ | 関連キーワードをチェックする

☑ 関連キーワードを使用する一番の理由：

ニーズの細分化を一覧で確認でき、傾向を掴むことができる

The screenshot shows a Google search bar with the query 'webライター 始め方'. Below the search bar, there are navigation icons for Google, YouTube, Maps, News, Images, Shopping, and More. A small cartoon character is visible next to the text 'SEOの狙い目キーワードが見つかる。有料プラン (990円~/月)'. The main content is a table of search suggestions categorized into several groups:

webライター 始め方のサジェストとそのサジェスト	webライター 始め方+B
webライター 始め方	webライター 始め方 ブログ
webライター 始め方	webライター バイト 始め方
webライター 始め方 大学生	<b>webライター 始め方+D</b>
webライター 始め方 本	webライター 始め方 大学生
webライター 始め方 ブログ	<b>webライター 始め方+H</b>
webライター 始め方 初心者	webライター 始め方 本
webライター 始め方 高校生	webライター 副業 始め方
webライター 始め方 大学生	<b>webライター 始め方+K</b>
webライター 始め方 本	webライター 始め方 高校生
webライター 始め方 ブログ	<b>webライター 始め方+M</b>
webライター 始め方 初心者	webライター 始め方 未経験
webライター 始め方 高校生	<b>webライター 始め方+S</b>
<b>webライター 始め方+(スペース)</b>	webライター 始め方 初心者
webライター 始め方 大学生	webライター 始め方 主婦
webライター 始め方 本	
webライター 始め方 ブログ	
webライター 始め方 初心者	

「WEBライター 始め方」を深堀すると  
「ユーザーの職業別(現在の立場・状況)」から  
最適な手段を探している傾向がわかる



- ・ユーザーの現在の状況別に分けて、正しい始め方を提示するのも1つの正解
- ・仮に自社サービスのペルソナと異なる属性KWを含む場合は、思い切って削ってもいい

→例 | webライター 始め方 主婦

## POINT④ | Yahoo知恵袋やQ&Aサイトをチェックする

YAHOO! 知恵袋 JAPAN

blu\*\*\*\*\*  
プレミアム会員

新規登録  
アプリで買うと0.5%相当戻ってくる

webライター 始め方

カテゴリ Q&A一覧 公式・専門家

知恵袋トップ > カテゴリー一覧 > スマートデバイス、PC、家電 > パソコン

ID非公開さん  
2021/2/19 12:35

4回答

webライター 副業で始めたい。  
ノートパソコンを買いたいのですが  
オススメのパソコンはありますか？  
超初心者なのでわかりやすく 詳しく  
お願いします

超初心者です。スマホはiPhoneを使っています。  
どなたか詳しい方 宜しくお願いします

[折りたたむ](#)

パソコン・874閲覧

共感した

Yahoo知恵袋やQ&Aサイトは、ユーザーの生のニーズが言語化されているので、必ずチェックする

「iPhoneユーザー向けに作業効率上がるPCを紹介すればいいのか…」と構成のヒントもある！  
→iPhoneがあるならAndroidも入れてみよう

## POINT ⑤ | 類似キーワードとの境界線を意識する

☑ “なぜユーザーはそのキーワードを選択したのか”をはっきりと区別して考える

「WEBライター **未経験**」と「WEBライター **初心者**」の範囲

- ・ 全く経験がない
- ・ 無知
- ・ ゼロスタート
- ・ ちょっと知っている
- ・ かじったことがある
- ・ 経験があるけど実績がない



なぜその検索KWを選択したのかを意識しなければ、  
ユーザーにとって的外れなコンテンツになってしまう…

## POINT ⑥ | ペルソナを最初から最後まで1つに絞らない

- ☑ ペルソナを思い切って一人に絞ることは大事だが、最初から最後までそのペルソナに絞るのではなく、含有キーワードによっては広げることも大事

### 「WEBライター 未経験」

- ・ 全く経験がない
- ・ 無知
- ・ ゼロスタート

### 「WEBライター 初心者」

- ・ ちょっと知っている
- ・ かじったことがある
- ・ 経験があるけど実績がない

完全未経験なので、WEBライターの基礎から  
知りたいが、その先の実践方法も知りたい  
(潜在ニーズ)



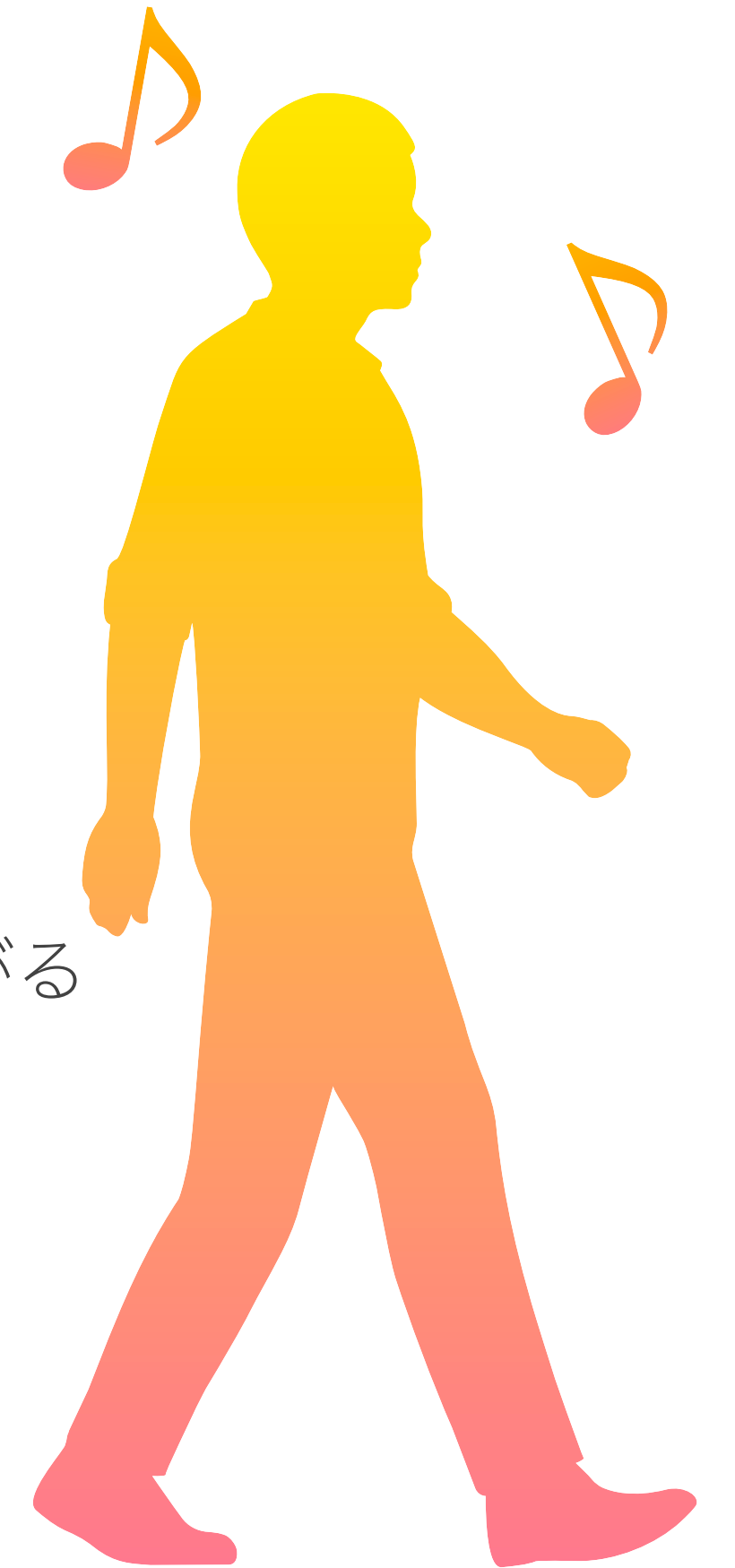
ユーザーの理想の未来/最高の結果(=記事のゴール設定)

### ユーザーの最高の結果を鮮明にする

ユーザーの期待を上回る最高の価値を提供し、  
意思決定ができ、すぐに行動できるような  
コンテンツにする

120点のコンテンツにするには、  
最高のゴール設定をし、そこに向かうための  
導線設計(記事構成)を行う

→  
「検索」をきっかけに理想に繋がる  
一歩を踏み出したい!



過去  
=悩み

今  
=検索

未来  
=理想

## 正しいフロー

①ペルソナ設定

②ニーズ分析

③ゴール設定

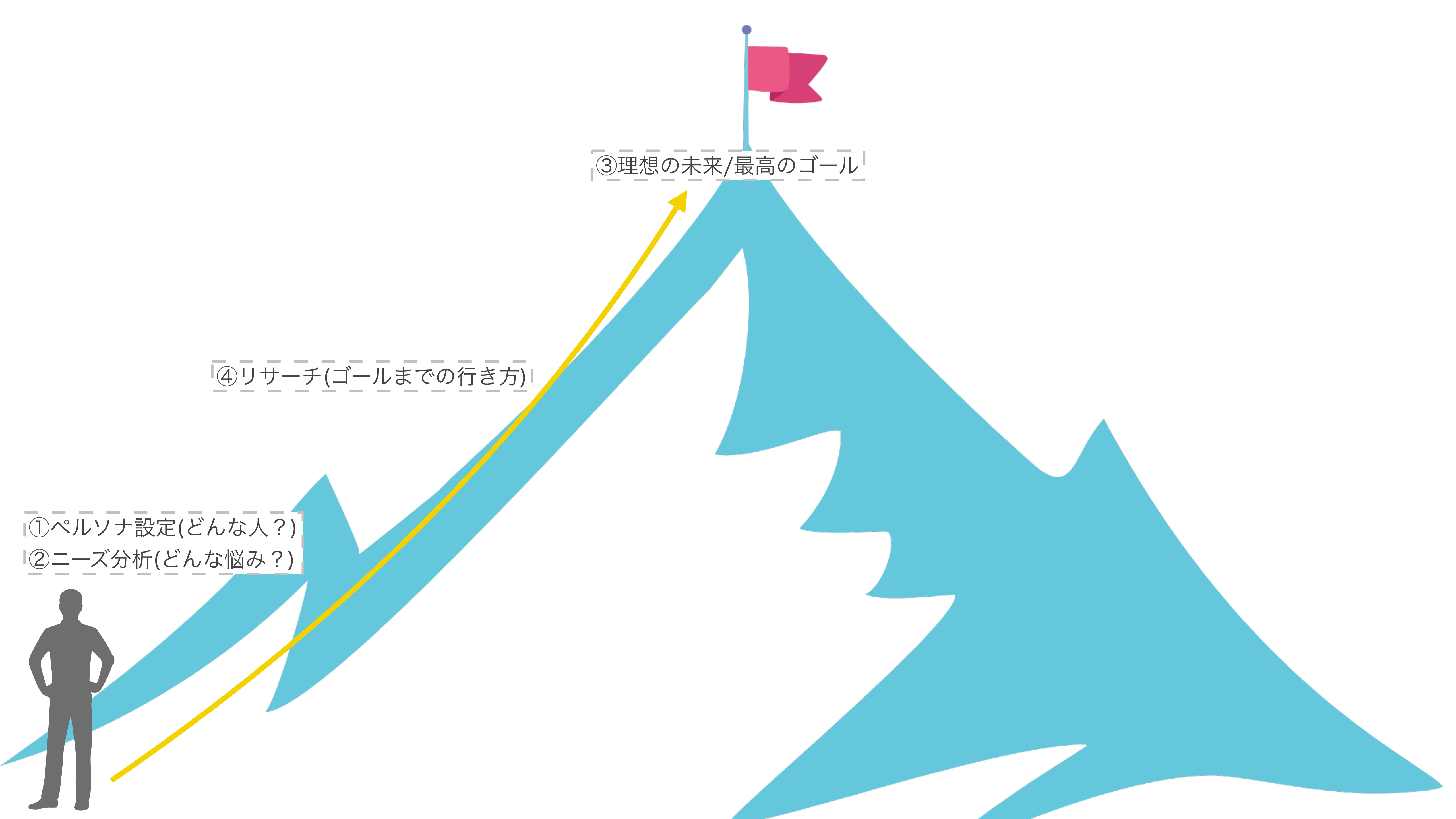
④リサーチ

## 間違ったフロー

①ペルソナ設定

②ニーズ分析

③リサーチ



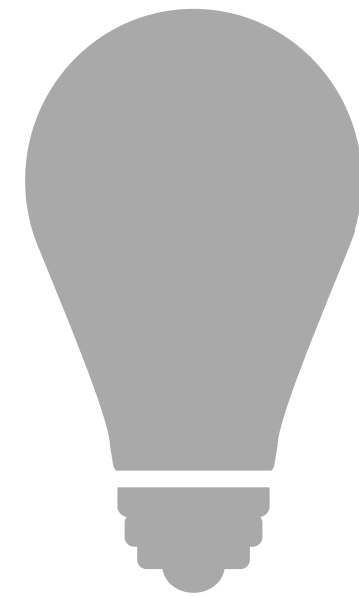
①ペルソナ設定(どんな人?)

②ニーズ分析(どんな悩み?)

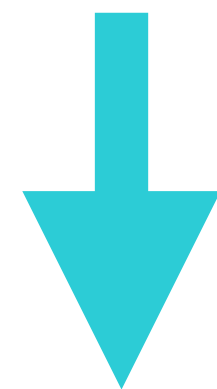
③理想の未来/最高のゴール

④リサーチ(ゴールまでの行き方)

理想の未来を設定する

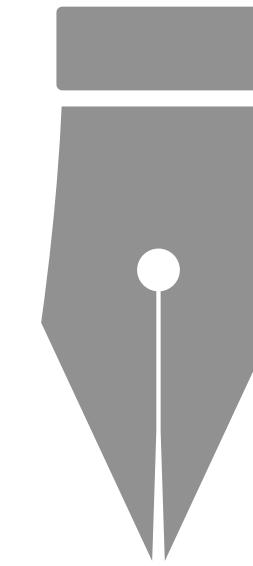


記事のMAX(終着地点)が明確に見えて、  
どこに向かって書いていけばいいかがわかる

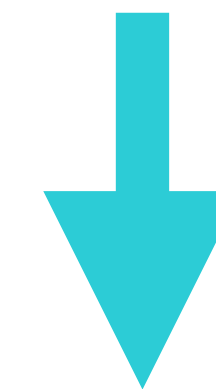


徹底的に寄り添った  
感動コンテンツ

理想の未来を設定しない



記事のMAX(終着地点)が明確に見えず、  
「何となくの落としどころ」で終着



何となく良い  
平均的なコンテンツ

## 理想の未来を設定する時の注意点

120点満点の構成が分かっても書けない場合がある  
(専門性、権威性、一次情報…etc)



その場合は、書けるレベルのMAXを仕上げる！  
大事なことは「詳細に書ける書けない」ではなく、  
そのユーザーの理想の未来を言語化して伝えること

明確に理想の未来を設定した例としていない例  
KW：webライター 始め方

### 設定しない例①

Webライターの始め方の流れが理解できる

### 設定しない例②

Webライターの始め方を理解でき、取り組める

### 設定した例

Web素人の主婦・ママが隙間時間を使って、Webライターで月3万の副収入を  
目指せる具体的なステップを理解でき、すぐに始めることができる

## ステップメール

コーチ、コンサルなどの労働集約型ビジネス(サポート型ビジネス)を3年以上続けているWeb苦手な個人起業家がステップメールの**具体的な書き方**が理解できる。

また**ステップメール**内で**オンライン完結型商品(売り切り型)**を自動セールス化することで労働集約型から解放され、時間とお金のバランスが整っていく。

時間の切り売りをすることなく、継続的に売り切り商品を販売することで、不労所得を実現し、**時間的な自由と精神的な自由に満ち溢れたライフスタイル**へ近づいていく。

ステップメールを検索する人は、単に書き方ではなく、収益化まで見据えている  
その大きな理由として、セールスの自動化で不労所得を目指すことが理想

# 6

コンテンツの売り・強みの設定

## コンテンツの売り

- ・ 独自の魅力(独自性)
- ・ 競合には負けないUSP
- ・ 比較された時に0.1秒で即決される強み

## コンテンツの売りと強みの見せ方

POINT ① | 圧倒的な専門性・権威性、競合が出せない一次情報

POINT ② | 圧倒的なわかりやすさと丁寧さ

POINT ③ | 情報の最新性

## POINT① | 圧倒的な専門性・権威性、競合が出せない一次情報



専門家/賢威性

- ☑ 特に YMYL は専門性 / 権威性がないと戦えない市場  
何処の馬の骨かもわからない個人では無理
- ☑ 専門家であるからこそ出せる裏情報が本物の価値提供になる
- ☑ 競合がいくら優秀なライターに依頼したとしても、根本的に勝負にならない場合がある
- ☑ ここを強みと出せる方は限られている  
体験/経験ベースではなく、資格/経歴ベースだと難しい

## POINT ② | 圧倒的なわかりやすさと丁寧さ



明瞭さ

- ☑ ニーズを細部まで掘り下げて書くことも重要だが、その見せ方も大事
- ☑ 文字だけでなく、画像や動画など「その情報が一番伝わりやすい媒体」を使って表現していく
- ☑ 見出し画像、比較表、フローチャートなどあらゆる見せ方を意識
- ☑ 理想の未来を設定しても、そこに至る導線が不明瞭だと満足しないので丁寧にわかりやすく伝えていく
- ☑ 網羅された情報をわかりやすくまとめている

## POINT ③ | 情報の最新性



最新性

- ☑ 情報の最新性はシンプルに信頼性に直結する
- ☑ その分野の第一人者として、価値提供するならば、「情報の鮮度」もアピールしていく
- ☑ ユーザーが求めているのは、「より新しい」「よりわかりやすい」そして、「意思決定でき行動に踏み出せる」情報



# リサーチ内容と顧客満足度

大満足

満足

普通

このギャップが感動を生む

検索エンジン上の情報

体験・経験からの一次情報  
実際に足を運んで得た情報  
(写真・動画)

体験・経験から得た結果や実績の一次情報  
専門家・権威者の取材(最高のエビデンス)

ダメなパターン

検索エンジン上の情報で完結

設計

リサーチ

執筆

良いパターン

自身の一次情報を入れる

設計

一次情報  
棚卸し

リサーチ

執筆

最高に良いパターン

自身の一次情報+専門家・権威者のエビデンス

設計

一次情報  
棚卸し

取材  
ヒアリング

リサーチ

執筆

POINT ① | 一次情報(自身・取材) : 検索エンジンの情報 = 9 : 1

POINT ② | 圧倒的な売り/強みを活かしたリサーチ

POINT ③ | 読む前と後でギャップが起こる→知覚価値と態度変容に繋がる

8

目次設計

## 目次設計のポイント

POINT ① | ユーザーが知りたい順から目次設計をする

POINT ② | 最初の見出し(h2)は記事の結論を持ってくる

POINT ③ | 手順、方法などのハウツー記事は最初に全体像を見せる

POINT ④ | 一見出し一義を徹底する

POINT ⑤ | 見出しを見ただけで内容がわかる

※より詳しくはオンラインプログラム収録の「SEOライティング」で解説しています。

## POINT① | ユーザーが知りたい順から目次設計をする

KW：ブログ 稼ぎ方

### 見出し構成の良い例

- H2：ブログの稼ぎ方は大きく3つ！
- H2：種類別に稼ぎ方を解説
- H2：あなたにピッタリの収益化ブログ診断
- H2：タイプ別 | ゼロイチの始め方を解説

### 見出し構成の悪い例

- H2：ブログとは？
- H2：なぜブログがおすすめなのか？
- H2：ブログの始め方
- H2：ブログで稼ぐ方法

POINT ② | 最初の見出し(h2)は記事の結論を持ってくる

KW : webライター 継続できない

## 見出し構成の良い例

H2 : WEBライターを継続できない2つの原因  
H2 : 継続できない原因①やる目的がない  
H3 : 元凶 | 義務感 > 理想や願望になっている  
H3 : 解決策 | やりたいをリストアップ  
H2 : 継続できない原因②本音と建前がズれている  
H3 : 元凶 | 本音を忘れてしまっている  
H3 : 解決策 | 本音とじっくり向き合う  
H2 : 継続できないのかしたくないのかを明確に

## 見出し構成の悪い例

H2 : 挫折するWEBライターの割合  
H2 : なぜ挫折してしまうのか?  
H2 : WEBライターを継続できない原因  
H2 : 継続できない状態の解決方法  
H2 : まとめ

# POINT ③ | 手順、方法などのハウツー記事は最初に全体像を見せる

①

この記事ではあなたの現状と理想に合わせた3つの学習コース+αをご用意しています。

### ビギナーコース

WEBライター完全未経験者向けのコース。  
未経験からどのようなステップで始めていけばいいのかわかりやすく、具体的に解説しています。  
また未経験から始めたビギナーの実例をもとに収益推移から実際に受けた案件まで体験談として公開しています。

### レギュラーコース

WEBライター初心者向けのコース。  
かんたんなアンケートや体験談のタスク案件の経験があり、数十円レベルの超低単価案件から卒業し、本格的なWEBライティング案件を受注し、毎月3万円を目指したい方向けのコース。

### プロコース

WEBライター上級者向けのコース。  
低単価のWEBライティング案件しか受注できず、月額千〜3万未満で停滞している方向け。  
月10万以上を突破するための高単価WEBライターを目指すコースです。

### メンタルコース

WEBライターで悩む方向けのコース。  
WEBライターを始めたはいいものの、モチベーション問題、継続できない悩み、人間関係などメンタル面で悩む方向けに、対処法をお伝えします。

### Q&Aコース

よくあるご質問にお答えするコース。  
WEBライターを始めたい、始めてみたけど、「あれってどうなの？」という疑問にお答えします。  
これまで数十名の方からお寄せいただいた中で多かったご質問を厳選しております。

下記のかんたんアンケートからあなたにピッタリのコースを選んでください！

②

あなたにピッタリの学習コースは？



>> 下記をクリックすると記事内の指定コースの箇所に移動します <<

ビギナーコースを受講する

レギュラーコースを受講する

プロコースを受講する

メンタルコースを受講する

Q&Aコースを受講する

どこを見ればいいのか  
すぐにわかる！

- ・ フローチャート
- ・ 比較表
- ・ 手順表

目次 閉じる

- 【ビギナーコース】カリキュラム
- 結論！WEBライター未経験者がすぐに始められる3ステップ
  - クラウドソーシングに登録するならクラウドワークスからランサーズ
- 私の場合、WEBライターの始め方はこうだった！
- 私のWEBライターの始め方 | 初月から半年までにこなし案件と稼いだ収益
  - WEBライターを始めて初月にやった案件と稼いだ収益
  - WEBライターを始めて2ヶ月目にやった案件と稼いだ収益
  - WEBライターを始めて3ヶ月目にやった案件と稼いだ収益
  - WEBライターを始めて4ヶ月目にやった案件と稼いだ収益
  - WEBライターを始めて5ヶ月目にやった案件と稼いだ収益
  - WEBライターを始めて6ヶ月目にやった案件と稼いだ収益
- 反省点 | 私が6ヶ月で月5000円も稼げなかった理由を経験からお伝えします。
- 私の体験からお伝えできる未経験者が初月に選ぶべき記事ジャンル
- 私が初心者ライターの時に実際に書いた記事ジャンルと文字単価の比較表
  - クラウドソーシングの平均文字単価は？初心者と経験者別に解説
  - クラウドソーシングで文字単価を上げるコツ
- WEBライターを始めて私がお勧めの3つのこと
  - その① | 完全在宅ワークができるので場所を選ばないワークスタイルを実現！
  - その② | WEBライティングを0から学ぶことができ、文章を書くのが楽しくなった！
  - その③ | WordPressで本格的なブログを作れるようになった！
- WEBライターを始めた私が強念・悔しいと思えること2つ
  - その① | WEBライター未経験者は単価低い仕事に当たり前と勘違いしてしまう...
  - その② | もっと早く記事作成(ランディング)に挑戦しておけばよかった
- WEBライターを始めよう！事前にお読みください！
  - その① | WEBライターを始めるにあたり必要なスキルや資格、経験、実績は必要なのか？
  - その② | WEBライターを始めるにあたりどんなパソコンを買えばいい？機種(Mac, Windows)や値段、機能
  - その③ | スマホやタブレットだけでWEBライターを始めることができるのか？
  - その④ | WEBライターを始めるにあたり本で学んでからやるべきか？
  - その⑤ | WEBライターを始めるに先生(メンター)やスクールに通うべきか？
- 【レギュラーコース】カリキュラム
- 【現役が伝授】WEBライター初心者でも最速で月3万円を稼ぐルート
  - WEBライターとして月3万円を稼ぐには
    - 月3万円を稼ぐための方法
  - ステップ1：WEBライターになるための事前準備
    - ① 仕事用のメールアドレスを作成する
    - ② 連絡ツールのサービスにアカウント登録する
    - ③ クラウドソーシングに登録する
    - ④ 本で勉強する
  - ステップ2：WEBライターとしての実績作り
    - ① 文字単価の低い案件を受注して、実績をつくる
    - ② 文字単価1円の案件に挑戦する
  - ステップ3：高単価案件を受注できるWEBライターになる方法
    - ① 高単価の継続案件を受注する
    - ② タイピング能力をアップする
    - ③ 依頼主とのコミュニケーションを大切に
- WEBライターで稼ぐための注意点

## POINT ④ | 一見出し一義を徹底する

KW：ブログ 稼ぎ方

### 見出し構成の良い例

H2：ブログの稼ぎ方は大きく3つ！

H3：①～

H3：②～

H3：③～

H2：種類別に稼ぎ方を解説

H3：①～

H3：②～

H3：③～

H2：あなたにピッタリの収益化ブログ診断

H2：タイプ別 | ゼロイチの始め方を解説

### 見出し構成の悪い例

H2：ブログの稼ぎ方は大きく3つ！

H3：種類別の稼ぎ方を解説

H3：ブログの始め方とは？

H3：なぜブログがおすすめるのか

H2：種類別に稼ぎ方を解説

H3：あなたにピッタリの収益化ブログ診断

H2：タイプ別 | ゼロイチの始め方を解説

## POINT ⑤ | 見出しを見ただけで内容がわかる

KW：webライター 継続できない

### 見出し構成の良い例

- H2：WEBライターを継続できない2つの原因
  - H2：継続できない原因①やる目的がない
    - H3：元凶 | 義務感 > 理想や願望になっている
    - H3：解決策 | やりたいをリストアップ
  - H2：継続できない原因②本音と建前がズれている
    - H3：元凶 | 本音を忘れてしまっている
    - H3：解決策 | 本音とじっくり向き合う
- H2：継続できないのかしたくないのかを明確に

### 見出し構成の悪い例

- H2：なぜWEBライターは継続できない人が多いの？
- H2：継続できない2つの原因とは？
  - H3：やることの目的意識が欠如
  - H3：義務感でやっている
- H2：継続できない状態の解決方法
  - H3：やりたいことをまとめる
  - H3：本音と向き合う
- H2：まとめ



## CVが発生するための条件

ユーザーの認識や価値観を変えるための変容ポイントを意図的に仕掛けていく

CV(お問い合わせ、資料請求、メルマガ登録、資料ダウンロード…etc)の発生  
=記事を読んだユーザーが次の「行動」した時に初めてカウントされる



例えば、ふらっと立ち寄ったお店で買うつもりではなかった物をつい買ってしまった時、知覚価値を感じ、態度変容が起こっている

潜在層にニーズを気づかせて、認識や価値観を変えて、  
行動してもらうための仕掛けを記事の中に入れる

ユーザー

コンテンツ  
提供者

WEBライターを始めたいけど、  
どんな資格が必要なのかな…?

検索

知覚価値の提供

WEBライターを始めるにあたり  
資格や学歴は不要！

え、まじ！？資格も学歴も不要なの  
私にもできるかも！

態度変容

いい意味でのギャップを与える

え！無料のレッスンで学べるの！？

ポチッ

CVの発生！！

## CVさせるために囲い込まない

セールスにおける売り込みや囲い込みは誰もが嫌がることなので、CVにおいても「お問い合わせ！お問い合わせ！」 「資料請求！資料請求！」と躍起にならないこと

ここまでお伝えしてきた内容を意識して、記事構成を行い、  
最後にCTAを設置すれば自然とCVへ繋がる

CTA=call to actionの略。WEBサイト上に設置する行動喚起のボタンやバナー

あなたがお店で接客された時に、どのような説明を受けたら  
「自然と買いたい！」と思うのかを考えればいい

**1つ上のWEBライターを目指す**

**マーケティングWEBライター**

**Vol.2 CV記事の設計図**